

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMIAS – ESAG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA
DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO

PRISCILA KELLER PIRES

**A GRAMÁTICA DO IMPACTO: A FIGURA COMPLEXA DOS NEGÓCIOS DE
IMPACTO NO BRASIL**

FLORIANÓPOLIS

2021

PRISCILA KELLER PIRES

**A GRAMÁTICA DO IMPACTO: A FIGURA COMPLEXA DOS NEGÓCIOS DE
IMPACTO NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade do Estado de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Administração, área de concentração Organizações e Esfera Pública.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Graziela Dias Alperstedt

FLORIANÓPOLIS

2021

**Ficha catalográfica elaborada pelo programa de geração automática da
Biblioteca Setorial do ESAG/UDESC,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

Pires, Priscila Keller
A GRAMÁTICA DO IMPACTO : A FIGURA COMPLEXA
DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL / Priscila Keller
Pires. -- 2021.
302 p.

Orientadora: Graziela Dias Alperstedt
Tese (doutorado) -- Universidade do Estado de Santa
Catarina, Centro de Ciências da Administração e
Socioeconômicas - ESAG, Programa de Pós-Graduação em
Administração, Florianópolis, 2021.

1. Negócios de Impacto. 2. Sociomaterialidade. 3. Teoria da Justificação. 4. Tensões organizacionais. 5. Hibridismo organizacional. I. Dias Alperstedt, Graziela. II. Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas - ESAG, Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

PRISCILA KELLER PIRES

**A GRAMÁTICA DO IMPACTO: A FIGURA COMPLEXA DOS NEGÓCIOS DE
IMPACTO NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade do Estado de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Administração, área de concentração Organizações e Esfera Pública.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Graziela Dias Alperstedt

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Graziela Dias Alperstedt
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membros:

Prof.^a Dr.^a Simone Ghisi Feuerschütte
Universidade do Estado de Santa Catarina

Prof. Dr. Daniel Pinheiro
Universidade do Estado de Santa Catarina

Prof. Dr. José Augusto Lacerda
Universidade Federal do Pará

Prof. Dr. Vander Casaqui
Universidade Metodista de São Paulo

Florianópolis, 09 de dezembro de 2021.

Dedico esse trabalho a minha amada *Dega*
que não pode acompanhar deste plano o
encerramento desta linda jornada.
Saudades..

AGRADECIMENTOS

Esta tese foi escrita em um período que entrará para a história da humanidade. O desafio de realizar um doutorado na realidade científica brasileira é por si só um grande esforço, realizar este feito em meio a uma pandemia mundial escalou este desafio ainda mais. Sou muito grata ao suporte que recebi de todos aqueles envolvidos nesse processo.

Agradeço primeiramente a minha família, minha fortaleza - Mamadi, Sis, Cunhas, Jojo, Celle, Gabi, Luck, Gics...- que sempre me apoiou e incentivou a buscar realizar meus sonhos mesmo com o alto preço da minha ausência constante.

Meu muito obrigada a minha parceira de 8 anos de trabalho, minha amiga e orientadora Professora Graziela que incansavelmente me incentivou, estimulou e apoiou a continuar a me desenvolver e evoluir como pesquisadora e como pessoa.

Agradeço aos membros da banca de qualificação e defesa desta tese - Simone Ghisi Feuerschütte, Carolina Andion, Vander Casaque, Anete Alberton, José Augusto Lacerda e Daniel Pinheiro, pelo tempo e disposição de contribuírem criticamente com esta pesquisa.

Ao professor Miguel Pina e Cunha por carinhosamente ter me recebido e orientado durante período sanduíche do Programa de Doutorado-sanduíche no Exterior na *Nova School of Business and Economics* (NovaSBE). A todos os funcionários da NovaSBE pela acolhida e suporte durante minha estadia na entidade. Aos professores Miguel Alves, Ricardo Zózimo, Remedios Hernández-Linares e Jesús Davis Muñoz, pelo tempo e disposição em auxiliarem com esta pesquisa.

Aos amigos de jornada acadêmica e de vida Aghata Gonsalves e Rubens Lima Moraes pelas trocas e apoio nos momentos de angústias, inquietações e felicidades deste percurso. Aos amigos Luana, Suelen, Patrícia, Fernando e Odete pelas conversas e palavras de incentivo nesta jornada. Ao Célio e ao Carlos Augusto pela compreensão, flexibilização e suporte na reta final de escrita desta tese.

Aos participantes do Grupo de Pesquisa e Extensão Strategos, LEoS e OBISF pela inspiração e trocas indispensáveis para a construção deste trabalho. À UDESC, professores do programa de Doutorado e as servidoras do suporte administrativo pela receptividade e atenção. À CAPES e à FAPESC pelas bolsas de pesquisas que, por mais de três anos, permitiram que eu me dedicasse exclusivamente ao desenvolvimento deste estudo.

Aos empreendedores e atores do campo de negócios de impacto brasileiros e portugueses que se disponibilizaram a conversar comigo e compartilhar suas opiniões e experiências.

A todos aqueles que em algum momento durante esta jornada me ofereceram sua escuta ativa, um olhar bondoso, um abraço caloroso e risadas espontâneas que no seu acúmulo aqueciam meus dias e meu espírito.

RESUMO

Essa pesquisa buscou compreender as lógicas de justificação que caracterizam as tensões que se manifestam nos negócios de impacto (NIs) no Brasil, apoiada na Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Caracterizada como uma pesquisa qualitativa, exploratória e interpretativa, para cumprir seu objetivo, partiu da triangulação de dados coletados por meio de observação dos atores no campo, a partir do acompanhamento de sua participação em eventos e exposição nas redes sociais, análise de documentos, reportagens da mídia jornalística e sociais, além de entrevistas compreensivas com roteiro semiestruturado. A partir da análise de 388 publicações midiáticas, divulgadas entre agosto de 2004 e dezembro de 2019 em veículos de comunicação nacionais de grande alcance, as narrativas e os discursos dos atores foram analisados a partir de um corte temporal em quatro períodos: 2004 - 2010: Responsabilidade Social Corporativa, Empresa Social, Yunus e Setor 2,5; 2011-2015: População na Base da Pirâmide, Empreendedor, Escala e Impacto Social; 2016 - 2017: Negócios (de Impacto) Social - investindo no amadurecimento do ecossistema; e, 2018 - 2019: Impacto como negócio - o debate político-institucional. Tendo como partida os achados das narrativas observadas nas publicações entre 2004 e 2019, juntamente aos demais dados coletados, analisou-se as tensões ecossistêmicas, organizacionais e individuais refletidas nos desafios expostos pelo campo. Sete desafios principais foram evidenciados: desafio do reconhecimento; desafio do modelo de negócio; desafio do equilíbrio entre vida pessoal e profissional; desafio do reconhecimento legal; desafio da articulação; desafio dos mecanismos financeiros de fomento; e, o desafio da equidade. Nestes, as tensões ocasionadas pelo acionamento de *lógicas* pertencentes a *mundos de justificação* concorrentes foram analisadas, assim como, a manifestação de *dispositivos*, *seres* e *objetos de compromisso* destinados a atenuar as denúncias destacadas. Apresentou-se então a “Gramática” do Impacto dos NIs no Brasil, revelando, nos diferentes níveis de tensões observados, os arranjos de compromissos que a compõem. Das tensões identificadas, pode-se observar a sedimentação de cinco compromissos principais para sua estabilização: o compromisso socioambiental (i), formado pela conciliação entre as lógicas civil e verde; o compromisso dos mecanismos de mercado (ii), entre as lógicas mercantil e industrial; o compromisso do impacto (iii), tentando conciliar

os compromissos anteriormente identificados; o compromisso da rede inspirada (iv), unindo grandezas dos mundos mercantil, de projetos, civil e inspirado; e, o compromisso do impacto na mídia (v), destacando a lógica da opinião em composição com os mundos civil, inspirado e de projetos. Conclui-se que os NIs se destacam por sua complexidade e se sustentam em compromissos firmados entre mais de dois mundos, para além da dualidade “social x econômico”. Isso evidencia um pluralismo organizacional cujas manifestações complexas envolvem diferentes regimes de engajamento do capitalismo.

Palavras-chave: Negócios de Impacto . Sociomaterialidade. Teoria da Justificação. Tensões organizacionais. Hibridismo organizacional.

ABSTRACT

This research aims to understand the logics that characterize the tensions manifested in impact businesses (IBs) in Brazil, supported by Boltanski and Thévenot's theoretical model presented in "On Justification" (2006; 2020). Characterized as qualitative, exploratory and interpretive research, to reach its objective challenges and tensions of the IBs were identified and analysed through the triangulation of data collected from the observation of actors in the field, monitoring their participation in events and exposure on social networks, document analysis, journalistic and social media reports, and comprehensive interviews with a semi-structured script. From the analysis of 388 media publications, published between August 2004 and December 2019 in large-scale national news media, the narratives and discourse of the actors were analyzed from a time frame into four periods: 2004 - 2010: Corporate Social Responsibility, Social Enterprise, Yunus and Sector 2.5; 2011-2015: Population at the Base of the Pyramid, Entrepreneur, Scale and Social Impact; 2016 - 2017: Social (Impact) Business - investing in the maturation of the ecosystem; and, 2018 - 2019: Impact as a business - the political-institutional debate. Based on the findings of the narratives observed in publications between 2004 and 2019, together with the other data collected, the ecosystem, organizational and individual tensions reflected in the challenges exposed by the field were analyzed. Seven main challenges were highlighted: recognition; business model; balance between personal and professional life; legal recognition; articulation; mechanisms of financial support; and, equity. In these, the tensions caused by the activation of logics belonging to competing worlds of justification were analyzed, as well as the appearance of dispositive, beings and objects of commitment intended to mitigate the highlighted complaints. The "Grammar" of the Impact of the IBs in Brazil was then presented, revealing, in the different levels of tension observed, the arrangements of commitments that compose it. From the tensions identified, it is possible to observe the sedimentation of five main compromises for its stabilization: the socio-environmental compromise (i), formed by the conciliation between the civil and green logics; market mechanisms compromise (ii), between the market and industrial logics; impact compromises (iii), trying to reconcile the previously identified commitments; inspired network compromise (iv), uniting greatness from the market, project, civil and inspired worlds; and, impact on

the media compromise (v), highlighting the logic of opinion in composition with the civil, inspired and project worlds. Concluding that the IBs are an example of a complex figure since the criticisms to them are based on a compromise made between more than two worlds of justification, showing the organizational pluralism that involves them, as complex manifestations of different engagement with capitalism regimes.

Keywords: *Social Business. Sociomateriality. Justification Theory. Organizational tensions. Organizational hybridism.*

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Print pergunta feita na rede social Facebook	128
Imagem 2 - Print resposta dada na rede social Facebook	129
Imagem 3 - Ilustração reportagem especial: Uma possível história dos negócios de impacto	183
Imagem 4 - Publicação da Aupa Jornalismo de Impacto no LinkedIn	186
Imagem 5 - Postagem no perfil do Instagram de Ronaldo Tenório	190
Imagem 6 - Publicação da Artemisia na rede social LinkedIn	194
Imagem 7 - Ilustração publicação: Contradições do impacto	225

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Modelos e atributos dos empreendimentos sociais.....	46
Quadro 2 - Características ESFL do modelo comparativo internacional de empresas sociais	50
Quadro 3 - Características NS e CS do modelo comparativo internacional de empresas sociais	51
Quadro 4 - Categorias de análise do Mundo da Inspiração	70
Quadro 5 - Categorias de análise do Mundo Doméstico	71
Quadro 6 - Categorias de análise do Mundo da Fama.....	72
Quadro 7 - Categorias de análise do Mundo Civil	73
Quadro 8 - Categorias de análise do Mundo do Mercado.....	74
Quadro 9 - Categorias de análise do Mundo Industrial	75
Quadro 10 - Os quatro tipos de crítica ao capitalismo.....	76
Quadro 11 - Categorias de análise do Mundo por Projetos ou em Rede.....	77
Quadro 12 - Categorias de análise do Mundo Verde	79
Quadro 13 - Objetos e mundos de justificação específicos.....	91
Quadro 14 - Técnicas Gerenciais (TGs) em estudos de gestão e organizações ...	93
Quadro 15 - Matriz epistêmica.....	101
Quadro 16 - Descritores analíticos da gramática de justificações	118
Quadro 17 - NIs identificados na análise de publicações midiáticas.....	121
Quadro 18 - Definições de NIs 2004 - 2010	134
Quadro 19 - Definições de NIs 2011 - 2015	145
Quadro 20 - Definições de NIs 2016 - 2017	158
Quadro 21 - Definições de NIs 2018 - 2019	169
Quadro 22 - Gramática do Impacto	241

LISTA DE BOXES

Box 1 - Dispositivo institucional: Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil.....	183
Box 2 - Dispositivo jurídico: Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017	200
Box 3 - Artigo 1º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs	206
Box 4 - Artigo 2º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs	208
Box 5 - Dispositivo técnico/legal: Projeto de Lei do Senado nº388/2018	212
Box 6 - Artigo 6º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs	214
Box 7 - Artigos 7º/8º/9º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs	215
Box 8 - Artigos 3º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs	224

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura e organização da tese	34
Figura 2 - O espectro da empresa social.....	37
Figura 3 - Modelo de organizações híbridas	39
Figura 4 - Classificação de empresas sociais	40
Figura 5 - Matriz de empreendimentos sociais.....	42
Figura 6 - Framework macro-institucional de empreendimentos sociais (MISE) ...	45
Figura 7 - Trajetórias institucionais e modelos de empreendimentos sociais	48
Figura 8 - Abrangência dos negócios de impacto	52
Figura 9 - Modelo Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto e Pipe. Social.....	53
Figura 10 - Grade analítica de Filho, Rigo e Souza (2020)	55
Figura 11 - Conceitos fundamentais da teoria das convenções.....	69
Figura 12 - Modelo de processo de construção de legitimidade moral em situações de multiplexidade moral.....	82
Figura 13 - Certeza e escopo da legitimidade moral	84
Figura 14 - Modelo conceitual de análise	103
Figura 15 - Síntese dos procedimentos metodológicos.....	107
Figura 16 - Continuum do conceito de Comércio Social	130
Figura 17 - Mapa conceitual 2004 - 2010	133
Figura 18 - Mapa conceitual 2011 - 2015	144
Figura 19 - Mapa conceitual 2016 - 2017	157
Figura 20 - Mapa conceitual 2018 - 2019	168
Figura 21 - Tensão termo “negócio social”	174
Figura 22 - Tensões do termo “negócio de impacto socioambiental”	175
Figura 23 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2004-2010	177
Figura 24 - Compromisso Mundo Civil e Mundo Verde	179
Figura 25 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2011-2015	182
Figura 26 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2016-2017	199
Figura 27 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2018-2019	201

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Ande	<i>Aspen Network of Development Entrepreneurs</i>
ApaeB	Associação de Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BoP	<i>Bottom of the Pyramid</i>
Capes	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CDI	Comitê para Democratização da Informática
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CIS	Contrato(s) de Impacto Social
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
EMES	<i>L'EMergence de l'Entreprise Sociale en Europe</i>
Enimpacto	Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto
ESAG	Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas
ESPM	Escola Superior de Propaganda e Marketing
FEA	Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FTFS	Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais
GSG	<i>Global Steering Group for Impact Investment</i>
ICE	Instituto de Cidadania Empresarial
IR	Imposto de Renda
MDIC	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MG	Minas Gerais
NI	Negócio(s) de Impacto
NISA	Negócio de Impacto Socioambiental
ODS	Objetivo(s) de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organização não governamental
ONU	Organização das Nações Unidas

OSC	Organização da Sociedade Civil
PASEP	Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
PB	Paraíba
PIS	Programa de Integração Social
PL	Projeto de Lei
PLS	Projeto de Lei do Senado
PNMPO	Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RJ	Rio de Janeiro
RN	Rio Grande do Norte
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
Simpecto	Sistema Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto
SP	São Paulo
TGs	Técnicas Gerenciais
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA DE PESQUISA	21
1.2 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA	26
1.3 OBJETIVOS	31
1.4 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DA TESE	32
2 REFERENCIAL TEÓRICO	35
2.1 EMPREENDIMENTOS SOCIAIS E NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL: TIPOLOGIAS E DEFINIÇÕES	35
2.1.1 <i>A escola do espectro</i>	37
2.1.2 <i>O modelo de Alter</i>	38
2.1.3 <i>Matriz de Social Enterprises</i>	42
2.1.4 <i>O Zoológico de Social Enterprises</i>	43
2.1.5 <i>EMES - European Research Network</i>	47
2.1.6 <i>Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto</i>	52
2.1.7 <i>Grade analítica de França Filho, Rigo e Souza</i>	54
2.1.8 <i>Negócios de Impacto: paradoxos, desafios e tensões</i>	57
2.2 LÓGICAS DE JUSTIFICAÇÃO: MUNDOS EM DESARMONIA E DISPUTA	64
2.2.1 <i>Lógicas de Justificação: aplicações nos estudos organizacionais e críticas à teoria</i>	81
2.3 SOCIAL + MATERIAL: SOCIOMATERIALIDADE NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS	88
3 POSICIONAMENTO EPISTEMOLÓGICO E PERCURSO METODOLÓGICO	98
3.1 TRAJETÓRIA DA PESQUISADORA	98
3.2 POSICIONAMENTO TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICO	100
3.3 PERCURSO METODOLÓGICO	107
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	120
4.1 PUBLICAÇÕES MUDIÁTICAS: NEGÓCIOS SOCIAL + NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL + NEGÓCIO DE IMPACTO	120
4.2 DO NEGÓCIO SOCIAL AO NEGÓCIO DE IMPACTO: EVOLUÇÃO DOS TERMOS E PRINCIPAIS DESAFIOS A PARTIR DA MÍDIA	124
4.2.1 <i>2004 - 2010: Responsabilidade Social Corporativa, Empresa Social, Yunus e Setor 2,5</i>	124
4.2.2 <i>2011 - 2015: População na Base da Pirâmide, Empreendedor, Escala e Impacto Social</i>	135

4.2.3 2016 - 2017: <i>Negócios (de Impacto) Social: investindo no amadurecimento do ecossistema</i>	145
4.2.4 2018 - 2019: <i>Impacto como negócio: o debate político-institucional</i>	159
4.3 TENSÕES ECOSSISTÊMICAS, ORGANIZACIONAIS E INDIVIDUAIS: UMA ANÁLISE A PARTIR DA TEORIA DA JUSTIFICAÇÃO DE BOLTANSKI E THÉVENOT (2006; 2020)	172
4.3.1 <i>Desafio do Reconhecimento: “Afim, o que são negócios de impacto? [...] escolha um nome para seguir, para chamar de seu, e vá em frente”</i>	173
4.3.2 <i>Desafio do modelo de negócio: “nem mercenário nem missionário”</i>	188
4.3.3 <i>Desafio do Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional: “ah demorei tanto, demorei tanto né? Que a empresa engoliu a vida pessoal”</i>	196
4.3.4 <i>Desafio do Reconhecimento Legal: “Enquanto o ecossistema cresce, os conceitos vão se aprimorando e os termos se moldando. Vale ressaltar, porém, que o debate sobre os formatos jurídicos permanece”</i>	203
4.3.5 <i>Desafio da Articulação: Ativar o ecossistema fortalecendo a participação governamental</i>	205
4.3.6 <i>Desafio dos Mecanismos Financeiros de Fomento: Será que de fato têm sobrado recursos?</i>	218
4.3.7 <i>Desafio da Equidade: O “nós” e o “eles” evidenciado</i>	227
4.3.7.1 <i>Oportunismo no impacto: “papas da espuma”, “caroneiros”, “impactowashing” & “verniz de impacto”</i>	227
4.3.7.2 <i>Termos em inglês ou terminologia difícil: “explica para a vó”</i>	229
4.3.7.3 <i>A “branquitude” do ecossistema: falta equidade e diversidade</i>	230
4.4 A “GRAMÁTICA” DO IMPACTO: A FIGURA COMPLEXA DOS NIS NO BRASIL	231
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	244
REFERÊNCIAS	250
ANEXO A – FONTES PUBLICAÇÕES - FACTIVA	271
APÊNDICE A – LISTA DE PUBLICAÇÕES ANALISADAS	274
APÊNDICE B – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2004 – 2010)	288
APÊNDICE C – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2011 – 2015)	290
APÊNDICE D – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2016 – 2017)	293
APÊNDICE E – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2018 – 2019)	297

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi desenvolvida com vistas à obtenção de grau de doutorado em Administração do Programa de Pós-Graduação Acadêmico em Administração da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e se insere nas linhas de pesquisa do Programa, na interface entre “Administração Pública e Sociedade”, e “Organizações, Tecnologias e Gestão”. A pesquisa integra os estudos realizados no grupo de pesquisa Strategos - Dimensões e Processos Organizacionais, coordenado pela professora Graziela Dias Alperstedt, orientadora desta tese, assim como, o LEdS - Laboratório de Educação para Sustentabilidade e Inovação Social e o OBISF - Observatório de Inovação Social de Florianópolis.

A ideia de estudar Empreendimentos Sociais e Negócios de Impacto surgiu em 2015, logo após a defesa da dissertação de mestrado da autora deste trabalho. No mestrado, uma pesquisa que envolveu valores sustentáveis de estudantes de Administração chamou a atenção para o olhar direcionado para os valores concorrentes de novos formatos organizacionais que se debruçariam sobre problemas sociais e/ou ambientais. Nesta época, estava crescendo o número de eventos no país e em Florianópolis que promoviam encontros e desenvolvimento de ideias sobre negócios que poderiam resolver tais problemas. A cidade de Florianópolis passou a intensificar o fomento a negócios de impacto socioambiental e/ou negócios sociais, termos utilizados na época, a partir do Social Good Brasil, Impact Hub Floripa, Sebrae, Sistema B, entre outras organizações de apoio. Com isso, buscava-se inspirar, apoiar e conectar indivíduos e organizações, contribuindo para a solução de problemas da sociedade por meio do uso de tecnologias, novas mídias e comportamento inovador. Esse fenômeno começou a chamar atenção para uma indústria de prestação de serviços que se formava em torno dessa ideia, além de inúmeras pessoas, jovens em sua maioria, que começavam a se inspirar e a pensar em soluções para problemas socioambientais.

Ainda em 2015, o Social Good Brasil, que antes também atuava em São Paulo, ofereceu a terceira edição do seu Laboratório (Lab) apenas em Florianópolis, atraindo potenciais empreendedores sociais de todo o Brasil, com o objetivo de tirar boas ideias do papel. Por meio de encontros presenciais mão na massa, a ideia era oferecer o apoio de especialistas e mentores, além de metodologias inovadoras para o desenvolvimento de negócios que teriam em sua raiz a intenção de buscar

soluções para demandas sociais e ambientais ainda latentes. Os “festivais”, como ficaram conhecidos os eventos anuais da entidade, ofereciam várias atrações, palestras e depoimentos inspiradores para os interessados na temática. Com a experiência do Lab, os potenciais empreendedores teriam a oportunidade de conhecer os problemas sociais sob os quais se debruçavam, permitindo-lhes coletar dados, gerar e testar soluções, validar hipóteses e, ainda, criar protótipos e produtos. Somado a isso, o Lab também permitia conexão para seus participantes, com novas redes de contatos.

Todo esse movimento chamou a atenção para esse novo tipo de negócio e o ecossistema que estava sendo criado ao seu redor. Inicialmente, muito apoiado em exemplos de empreendimentos de outros países, a pauta discutida mantinha uma narrativa de incentivo e disseminação da ideia geral, tendo como palavra de ordem o “propósito”. Enquanto a temática se desenrolava em torno de exemplos de empreendedores inspirados, e a possibilidade de se atingir uma missão social e, ao mesmo tempo, ter retorno financeiro, poucos eventos abordavam as questões práticas desses empreendimentos. Grande parte desses eventos também se debruçavam sob o estágio de desenvolvimento da ideia e das fases iniciais desses empreendimentos, mas muitas questões permaneciam. Quais os formatos jurídicos possíveis? Como objetivos sociais e econômicos podem ser atingidos ao mesmo tempo? Quais os desafios após os estágios iniciais do negócio? Quais os mecanismos de governança mais apropriados? Como conciliar força de trabalho remunerada e voluntária? Quais os desafios práticos dessas organizações? Estas e outras questões aos poucos começavam a ganhar espaço nas discussões do campo, bem como, tornaram-se tema de debates acadêmicos.

Além disso, sob a perspectiva da Teoria das Organizações, diante da proposta desse “novo” tipo de organização, muitos outros questionamentos começaram a surgir e a chamar a atenção tanto da autora dessa tese, quanto de sua orientadora. Esta tese é, portanto, fruto de todo esse processo de questionamento, observação, dúvida e busca de explicações teóricas.

Este capítulo introdutório apresenta a seguir a contextualização do tema e a problemática de pesquisa, junto à delimitação do objeto de estudo, seguido de uma revisão das principais dimensões teóricas que darão suporte à proposta de pesquisa.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA DE PESQUISA

O processo de concentração de riqueza é uma bomba-relógio que vai explodir de país a país, até mesmo globalmente. Para nos salvarmos disso **é preciso redesenhar a máquina. E o conceito de negócio social é parte desse redesenho.** [...] Quanto mais rápido conseguirmos expandir os negócios sociais, mais cedo conseguimos desativar a bomba relógio da explosão social¹.

Transformar o sistema capitalista em ferramenta para inclusão social, **fazendo do lucro um meio** para o alcance de maiores benefícios aos menos privilegiados e da **empresa um agente de transformação social** [...] é a base do novo capitalismo².

Por definição, um negócio social tem semelhanças com a atuação de Organizações Não-Governamentais (ONGs), mas com a condição de serem financeiramente independentes, gerando, com seus próprios produtos, recursos para manter seu funcionamento. Elas se encaixam, portanto, entre empresas do segundo setor – as tradicionais - e do terceiro setor – as ONGs: **o chamado “setor 2,5”**³.

Os trechos acima, de publicações de grandes veículos de informação brasileiros, assim como estudos da área (TEODÓSIO; COMINI, 2012; WILSON; POST, 2013; YOUNG; SEARING; BREWER, 2016; PETRINI; SCHERER; BACK, 2016; MCMULLEN, 2018; SILVA; IIZUKA, 2018), introduzem o surgimento de um “novo” tipo de negócio que têm desafiado a clássica divisão tripartite das esferas sociais: Estado, mercado e sociedade civil. A este “novo formato organizacional”, que não se encaixa unicamente em uma esfera, têm-se atribuído a emergência de responder à necessidade da sociedade de atenuar os problemas sociais e ambientais que ameaçam o futuro e a sustentabilidade do planeta. Direcionado à transformação do sistema econômico vigente para um “Novo Capitalismo” estariam os chamados Negócios de Impacto (NIs).

Os debates que envolvem esta temática foram, pouco a pouco, sendo impulsionados em todo o mundo junto ao apelo global pelo alcance dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Organizações das Nações Unidas (ONU). Nesse contexto, um fato que chamou a atenção do mundo foi a premiação do Nobel da Paz que, em 2006, laureou o economista e banqueiro Muhammad Yunus pela criação do sistema de microcrédito oferecido pelo Grameen Bank. Foi a

¹ GARIANI, D. ‘Todo mundo, mesmo pobre, nasce empreendedor’. **O Estado de São Paulo**, 18 de março de 2019.

² PINHEIRO, S. Empreendedorismo social. **O Globo**, 19 de abril de 2011.

³ Citação de Fernando Simões, herdeiro da JSL Logística e fundador da Bemtevi, destacada na reportagem: INVESTIMENTO social estará na carteira de qualquer investidor bem-sucedido. **Infomoney Daily News**, 15 de maio de 2017.

partir desse evento que os empreendimentos sociais privados ganharam notoriedade na mídia, popularizando os chamados negócios sociais⁴.

Assim, a discussão em torno destes empreendimentos que clamam conciliar as lógicas econômica e social tem se intensificado nos últimos anos. Considerados empreendimentos híbridos, estas organizações são reconhecidas por solucionarem problemas sociais por meio de mecanismos de mercado (BATTILANA; LEE, 2014; PETRINI; SCHERER; BACK, 2016; SILVA; IIZUKA, 2018), e têm adotado denominações como negócios sociais, negócios inclusivos, negócios de impacto, negócios de impacto social, empresas sociais, organizações com propósito, entre outras (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012). No Brasil este formato de negócio foi difundido com a denominação de “negócio de impacto” (BARKI, 2019) ou “negócio de impacto social”.

Apesar de assumirem diferentes nomenclaturas e formas de organização, a característica central que abre margem para muitos debates quanto a estes empreendimentos é a combinação da lógica social com a lógica empresarial. Na literatura, distintas abordagens teóricas competem para explicar a pluralidade dessas lógicas e características desses empreendimentos. Os diversos modelos existentes (DEES, 1996, 1998; ALTER, 2007; MASSETTI, 2008; YOUNG; LONGHOFER, 2016; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; DEFOURNY; NYSSSENS, 2016; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020) procuram analisar e classificar o universo dessas organizações que revelam uma característica híbrida, combinando aspectos de múltiplas formas, identidades e racionalidades organizacionais que buscam equilibrar e integrar estratégias econômicas (de mercado) às problemáticas sociais/ambientais em suas operações.

O hibridismo não é um tópico novo nos estudos organizacionais e, de tempos em tempos, é utilizado para explicar operações com lógicas concorrentes no mercado e nas organizações. No campo da estratégia, por exemplo, estudos apontam a necessidade de hibridização nos arranjos organizacionais para a

⁴ O termo negócio social (*social business*) se popularizou a partir da ideia de Yunus de organização de caráter privado comprometida com a resolução de um problema social que reinveste toda a receita na própria organização ou causa. O princípio fundamental destes negócios é auto sustentabilidade financeira e o atingimento dos objetivos sociais propostos. Para Yunus (2007) o único modelo de negócio que opera com maximização de lucros e pode ser considerado um negócio social é aquele cujo proprietário seja pobre ou pertencente à população desfavorecida. Neste caso, os dividendos e o crescimento do patrimônio do negócio seriam a fonte para o benefício social, permitindo ao proprietário mudar sua realidade ao reduzir ou escapar da pobreza.

otimização do crescimento e sobrevivência de organizações franqueadas (SHANE, 1996); o processo de globalização de grandes organizações, envolvendo processos contraditórios entre a consolidação da indústria em outros territórios, e os benefícios recebidos pelo desenvolvimento destes mercados (PIETERSE, 1995; PARKER, 2009); até mesmo a ética nos negócios, analisada como um oxímoro, é observada sob essa perspectiva, pois negócios e mercado são governados por interesses privados, uma atitude considerada egoísta e manifestamente antiética (DUSKA, 2000).

Adota-se a definição de Battilana, Becharov e Mitzinneck (2017, p. 138) para o conceito de hibridismo organizacional como “a mistura de elementos organizacionais centrais que convencionalmente não estariam interligados” em um mesmo contexto organizacional. A coexistência de diferentes interesses em uma mesma organização ou a persistente contradição entre elementos interdependentes (SCHAD et al., 2015), definida como paradoxos ou tensões organizacionais, não é, portanto, uma prerrogativa dos negócios de impacto.

Esta temática está consolidada nos estudos organizacionais (VASCONCELOS; MASCARENHAS; VASCONCELOS, 2006) a partir da adoção de diferentes perspectivas teóricas. Estudos recentes adotam a perspectiva de análise institucional pluralista, caracterizando as organizações por meio de racionalidades concorrentes (KALBERG, 1980; CLOUTIER; LANGLEY, 2007; KRAATZ; BLOCK, 2008), lógicas institucionais (THORNTON, 2004; THORNTON; OCASIO, 2008; REAY; HININGS, 2009; THORNTON; OCASIO; LOUNSBURY, 2012; PACHE; THORNTON; 2020), *frame analysis* (GOFFMAN, 1974; GRENIER; BERNARDINI-PERINCILO, 2016; MILLAR; HALL; MILLER, 2020), *framework* convencionalista (REINECKE; VAN BOMMEL; SPIDER, 2017; MITEV et al., 2018; ZOELLNER, 2020) e contextos pluralistas (DENIS; LANGLEY; ROULEAU, 2007; JARZABKOWSKI; FENTON, 2006) para explicar a coexistência de diferentes racionalidades (JAGD, 2011) em um mesmo contexto organizacional.

Os diferentes *espectros* de tipos organizacionais possíveis aos híbridos têm em comum a criação de “duplo valor” ou “duplo impacto” (ALTER, 2007), envolvendo tanto a geração de impacto social quanto a geração de renda. Entretanto, boa parte da literatura argumenta que a utilização de mecanismos de mercado para a busca de sustentabilidade financeira em organizações híbridas pode entrar em conflito com aqueles necessários para garantir o cumprimento dos

interesses sociais, podendo ser fonte de grande tensão ao longo do tempo (DART 2004; WEISBROD, 2004; FOSTER; BRADACH, 2005; HAUGH, 2006; NICHOLLS; CHO, 2006; PEATTIE; MORLEY, 2008). Para além da tensão primária de criação de “duplo valor”, estes empreendimentos são conhecidos por terem que lidar com uma variedade de formatos legais e a adoção de diferentes estratégias económicas (DEES; ANDERSON, 2006). Suas tensões também estão tipificadas em dimensões já bastante consolidadas no estudo dos paradoxos organizacionais, tais como o desempenho, a organização, o pertencimento e a aprendizagem (SMITH, GONIN; BESHAROV, 2013).

Além da literatura internacional, autores brasileiros também têm se debruçado sobre a perspectiva das tensões organizacionais provocadas por diferentes lógicas que envolvem o campo dos negócios de impacto (UCHOA, 2017; WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019; BARBALHO; UCHOA, 2019; SALES DIAS, 2019; SILVA; CORREIA, 2021). Sales Dias (2019) utiliza o termo “empreendimentos exemplares” para descrever os NIs, considerando os argumentos construídos e apresentados pelos atores do campo na identificação destas organizações. A partir de quatro casos de negócios de impacto brasileiros (Goóc, Moradigna, Banco Pérola e Avante) Walchhütter e Iizuka (2019), por exemplo, identificam diferentes graus e níveis de intensidade de tensões inerentes a suas atividades. O esforço de conciliar demandas sociais e económicas, as discordâncias entre prioridades, o foco em diferentes metas e o dilema entre ganhos tangíveis, como lucro financeiro, e intangíveis, como motivação dos colaboradores, foram identificados como paradoxos geradores de tensões nestes empreendimentos. Silva e Correia (2021), dentro da mesma perspectiva, a partir de uma revisão integrativa sobre a temática identificam sete dimensões organizacionais fonte de tensões paradoxais nos NIs: objetivos organizacionais, recursos humanos, recursos financeiros, evolução organizacional, lucros, legalidade e as relações interorganizacionais.

No Brasil, apesar dos NIs terem entrado na agenda política apenas recentemente, o interesse pela temática ocorre a mais tempo no país. Em 2017, a Pipe Social realizou um mapeamento deste setor em colaboração com 40 atores do ecossistema de negócios de impacto. Chamado de ‘Primeiro mapeamento brasileiro de negócios de impacto socioambiental’, o estudo mapeou 579 negócios de impacto. Os dados demonstram que 70% das organizações pesquisadas estão formalizadas como empresa, sendo que 40% em 2017 tinham sido fundadas a

menos de três anos. Da amostra pesquisada 63% das organizações estão localizadas na região Sudeste do Brasil, e 20% na região Sul. Em 2019, o 'Segundo mapeamento brasileiro de negócios de impacto socioambiental' foi lançado. A segunda edição mapeou 1002 negócios, e destes 76% estão formalizados, sendo 62% com mais de dois anos de existência (PIPE SOCIAL, 2019a; 2019b). O último mapeamento apresentado pela entidade (PIPE SOCIAL, 2021) identificou 1.272 negócios de impacto ativos no Brasil. Na região Sul do Brasil, o Observatório de Inovação Social de Florianópolis mapeou até novembro de 2021 o total de trinta e nove (39) negócios de impacto apenas na cidade de Florianópolis (OBSERVA FLORIPA, 2021).

Em 2017 a política federal de Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (Enimpecto) e seu respectivo Comitê foram instituídos pelo Governo Federal Brasileiro. A estratégia articula órgãos e entidades da administração pública federal, setor privado e sociedade civil, e tem como objetivo promover um ambiente favorável ao desenvolvimento de investimentos e negócios de impacto no país. Os negócios de impacto são descritos como empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável (BRASIL, 2017).

Na abertura da primeira reunião do Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto, o então Ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) do Brasil, Marcos Jorge de Lima, destacou que mesmo os 10 trilhões de dólares anuais mobilizados pelos 38 governos dos países que compõem a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), somados aos 500 bilhões de dólares doados em todo o mundo por filantropos, ainda não são suficientes para atender todas as necessidades sociais e ambientais do planeta, reforçando a necessidade de ações locais para o fomento da proliferação de negócios de impacto e a entrada de recursos externos voltados aos investimentos neste setor. O "complexo sistema de obrigações fiscais e as ultrapassadas legislações trabalhistas e previdenciárias" brasileiras foram destacadas por Bornhausen (2017, p. 68) como obstáculos reais à propagação dos NIs em território nacional. O estímulo ao desenvolvimento destes negócios no Brasil, destacado pelas ações da Enimpecto, e os desafios ainda existentes para que estes empreendimentos proliferem evidenciam a problemática deste campo de pesquisa.

1.2 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

Não obstante aos desafios teóricos e empíricos que impulsionam a observação desta realidade, a natureza híbrida e as indefinições em torno dos negócios de impacto no Brasil abrem espaço para que novas teorias ajudem na compreensão de tipos organizacionais que se manifestam como inovadores e exemplares. Considera-se que a estrutura de ordem de valor de Boltanski e Thévenot (2006; 2020), exposta na Teoria da Justificação⁵, pode auxiliar no aprofundamento da compreensão dessas organizações a partir da análise das tensões inerentes a sua natureza híbrida. Tal possibilidade oferece uma perspectiva original ao destacar a importância dos processos de crítica e justificações que podem explicar a produção de ordem e mudança nessas organizações que vão além da dicotomia econômico-social.

Fundamentada na Sociologia Pragmática Francesa, a perspectiva fornece a estrutura teórica necessária para analisar diferentes maneiras de conciliar ordens de valor concorrentes nas organizações (JAGD, 2011): “[...] não se devia mais prejudicar sistematicamente os agentes sociais coerentes a si mesmos, [...]”, mas, “ao contrário, analisá-los sob o ângulo da pluralidade das lógicas, às vezes contraditórias, nas quais eles se inserem” (BARTHE et al, 2016, p. 105).

Nesse sentido, os autores elegem oito ordens de valor ou lógicas morais, descritas como “mundos de justificação” possíveis de serem acessados. Esses mundos de justificação seriam descortinados a partir dos dados empíricos coletados nas situações de disputa em que os atores em conflito fornecem, dando um panorama dos tipos de justificações mais seguidamente empregados por estes nas situações de enfrentamento diário. Tais “mundos” são formados por uma “gramática moral” que estabelece o conjunto de elementos, cognitivos e materiais, utilizados pelos atores nos momentos de justificação.

Tais justificações são classificadas a partir dos mundos da inspiração (santidade, criatividade, imaginação, sensibilidade artística); doméstico (estima e reputação); da fama (autoestima); civil (bens coletivos); do mercado (desejos dos indivíduos; bens raros); industrial (objetos tecnológicos; métodos científicos;

⁵ Nesta pesquisa escolhemos identificar a referida teoria como “Teoria da Justificação” ou “Teoria das Lógicas de Justificação” cientes da tradução e utilização de outras denominações para a mesma como: Teoria da Capacidade crítica, Teoria das Grandezas ou Teoria Pragmática da Crítica.

produtividade e eficiência); por projeto (mundo em rede); e, ecológico (mundo verde, ambientalmente sustentável e responsável). A análise das lógicas morais por meio da perspectiva de Boltanski e Thévenot (2006; 2020) pode auxiliar esta pesquisa a compreender melhor este campo em construção, onde os atores ligados aos negócios de impacto estão constantemente buscando formas de legitimar seus formatos organizacionais, assim como, seus objetivos empresariais e sociais.

Essas lógicas emergem nos momentos de disputas cotidianas, e não a priori, e se desenvolvem no entrelaçamento entre as dimensões do material e do social. Nestas situações, os atores envolvidos utilizam diferentes argumentos como justificações em busca de acordos, que vão além de declarar um ponto de vista particular ou pessoal, buscando provar que a afirmação feita é generalizável e relevante para o alcance de um bem comum, demonstrando assim como e por que tal afirmação geral é legítima a partir de certa lógica (THÉVENOT; MOODY; LAFAYE, 2000). Desta maneira, os regimes de justificação ajudam a entender os princípios de equivalência que são ativados e que possibilitam que os envolvidos avaliem os valores relativos aos atores implicados na situação (ou disputa), assim como, avaliem a si próprios naquele contexto (JAGD, 2011). Atores, no sentido desta pesquisa, reflete um conceito mais amplo concebido por Latour (2012) a partir de sua Teoria Ator-Rede. Segundo essa concepção, ator é tudo que deixa traço, produz efeito no mundo, podendo se referir a pessoas, instituições, objetos, animais, símbolos, artefatos, entre outros.

Neste contexto, a sociomaterialidade também se destaca nesta pesquisa como um constructo teórico que busca afirmar filosoficamente a fusão e a relação indiscutível entre o social e o material (JARZABKOWSKI; PINCH, 2013; LEONARDI, 2013). Esta relação é suportada ontologicamente pelos escritos de Orlikowski (ORLIKOWSKI, 2007, 2010; ORLIKOWSKI; SCOTT, 2008) que corroboram as discussões filosóficas de Latour (1987, 1992, 2012) e Barad (1996, 2003, 2007). Latour, nesse sentido, defende que a realidade empírica é formada por “pessoas, ideias, objetos, artefatos, natureza e afins ligados em uma rede intrincada de associações que desenvolvem *momentum* ao longo do tempo” (LEONARDI, 2013, p. 60).

Boltanski (2001) reforça que, devido à complexidade das sociedades atuais, diferentes sistemas de justificação coexistem em um mesmo espaço social. Estes, por sua vez, vão estar sempre mais ou menos de acordo com a natureza dos objetos

materiais ou simbólicos abrangidos na situação de disputa (BOLTANSKI, 2001). Desta maneira, em um mesmo dia, no mesmo espaço, atores podem invocar “mundos” de justificação diferentes variando de acordo com a situação (JAGD, 2011), auxiliando na compreensão da complexidade inerente a essas organizações. Os limites ou contornos dos mundos de justificação são também delimitados por um repertório de objetos e dispositivos pertinentes à ordem considerada. Na medida em que as pessoas são confrontadas com a realidade, procedimentos e artefatos demonstram ou simbolizam suas pretensões, as chamadas “provas” acionadas nos momentos críticos. Assim, “a presença destes objetos nas situações consideradas críticas e a sua ativação pelas pessoas empenhadas permite o agenciamento ordenado das provas”, e o resultado destas provas imprime ao julgamento a força da justificação dada pelo ator (BOLTANSKI, p. 16, 2001).

Estudos publicados recentemente como os de Salminen (2018), Reinecke, Van Bommel e Spicer (2018), Mitev et al. (2018), Daudigeos e Valiorgue (2018), Chiapello e Gilbert (2019), são evidências da relevância dos elementos materiais como artefatos, dispositivos, ferramentas, objetos e espaços para os estudos organizacionais. Considerados mediadores das relações sociais, este fenômeno precisa de análises que combinem a preocupação com atores, grupos sociais, suas relações de poder e crenças com as convenções e modelos de julgamento, filosofias políticas e formas de conhecimento que animam estes objetos (CHIAPELLO; GILBERT, 2019). Admite-se que essa conexão entre as justificações dos atores e a natureza dos objetos, materiais e simbólicos, com os quais interagem pode dar pistas para compreender melhor os conflitos subjacentes aos modelos organizacionais híbridos e os desafios dos negócios de impacto brasileiros.

A escolha da Teoria da Justificação para este estudo se fortalece na medida que a perspectiva das ordens de valor ganha reconhecimento no estudo das organizações (AMBLARD et al., 1996; AMBLARD, 2003; LAFAYE, 1996; JAGD, 2011; KRIEGER; ANDION, 2014) e da sociomaterialidade (SALMINEN, 2018; REINECKE; VAN BOMMEL, SPICER, 2018; MITEV et al., 2018; DAUDIGEOS; VALIORGUE, 2018; CHIAPELLO; GILBERT, 2019). Além disso, ao se “abraçar” esta como “uma teoria que vale por si mesma” (CLOUTIER; GOND; LECA, 2017) amplia-se as oportunidades de as pesquisas dos estudos organizacionais voltarem seu olhar para o processo de justificação dos atores em ação, permitindo a partir dos fundamentos retóricos da crítica o desvelamento da pluralidade de ordens

morais que envolvem as contradições normativas que fundamentam a vida individual, institucional e social em diferentes níveis de análise.

Considera-se este o aporte teórico necessário para que esta pesquisa possa desafiar os paradigmas dominantes do campo e encorajar questionamentos e suposições até então não explorados por tais paradigmas (ROY; GRANT, 2019). Podendo assim ajudar a romper com o simplismo de posições dominantes ou modelos normativos, ao fundamentar-se na compreensão das arenas de disputa que originam os momentos críticos reveladores de tensões nos negócios de impacto no Brasil, elucidando aquilo que as revelam na prática.

Sendo a Administração uma ciência indispensável ao processo de constituir e transformar realidades, a pesquisa neste campo demanda a construção de passarelas entre diferentes matrizes epistêmicas, abrindo espaço para pensar novos caminhos, formatos e desenhos de pesquisa que auxiliem a compreender fenômenos ainda pouco explorados (ALPERSTEDT; ANDION, 2017). Percebe-se que os diferentes *frameworks* de empreendimentos sociais existentes na literatura (DEES, 1996, 1998; ALTER, 2007; MASSETTI, 2008; YOUNG; LONGHOFER, 2016; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; DEFOURNY; NYSSSENS, 2016; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020), ao incluírem uma grande diversidade de categorias e tipos organizacionais possíveis aos empreendimentos sociais, dependendo do modelo, abrem margem para que qualquer organização, com os argumentos certos, possa ser incluída ou excluída deste rol de empreendimentos. Da mesma forma, considera-se que a subjetividade que ainda envolve a temática, e a tensão semântica entre os termos adotados para definir estas organizações, não raras vezes é fonte das indefinições e confusões a respeito destes negócios. Além disso, as características dos empreendimentos sociais em países em desenvolvimento, como, por exemplo, o Brasil, podem ser bastante distintas da realidade dos empreendimentos em países como do Norte Global (KERLIN; MONROE-WHITE; ZOOK, 2016), o que suscita novos estudos sobre a realidade brasileira sob outras perspectivas teóricas.

Durante a fase de idealização do projeto desta pesquisa, uma busca sistemática preliminar na literatura permitiu verificar a inexistência de estudos que exploram especificamente as lógicas de justificação dos negócios de impacto⁶. No

⁶ Busca sistemática foi realizada no dia 31 de agosto de 2019 nas bases de dados SCOPUS e Web of Science, utilizando os termos: ("*theory of justification*" OR "*sociology of critical capacity*" OR

entanto, em uma nova busca em momento posterior, foram identificados dois estudos brasileiros que, apesar de não utilizarem a Teoria da Justificação especificamente, partem da Sociologia Pragmática Francesa para observarem o campo dos NIs (SALES DIAS, 2018; BARBALHO; UCHOA, 2019).

Nesse sentido, esta pesquisa busca contribuir para o avanço do debate no campo, utilizando como porta de entrada a análise de um corpus de publicações, divulgadas entre os anos de 2004 e 2019, em veículos de informação brasileiros de amplo alcance. Tal escolha dos dados se fundamenta no entendimento de que a mídia é um ator-chave que liga os fenômenos, os atores e o público, formando uma espécie de arena aberta a interpretações. Responsável por contribuir para a criação social de sentidos a partir da materialidade das linguagens (GREGOLIN, 2008, p.13), a mídia, cada vez mais, “tem-se tornado objeto privilegiado das investigações dos analistas de discurso”. É nesse sentido que Kovach e Rosenstiel (2003, p.65) destacam o seu papel na simplificação da verdade, “muito complicada para ser procurada”, criando “uma sensação de segurança que se origina da percepção dos fatos [...]” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 61). A comunicação, assim, cumpre seu papel na “função estratégica da narrativa no contexto do capitalismo de nosso tempo”, onde através da produção midiática e dos processos comunicacionais complexos, “discursos e narrativas” formam a teia social que articulam experiências individuais e sociais (CASAQUI, 2020).

Desta forma, a mídia a partir de seus dispositivos, opera como porta voz de atores, assim como um ator em si mesmo, capaz de expressar as nuances e evolução de entendimentos sobre a temática. Neste processo, exerce papel fundamental na popularização do conceito de negócios de impacto, disseminando a agenda do campo e aproximando empreendedores, financiadores, dinamizadores; assim como, sensibilizando o tema entre gestores públicos (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; KAPLAN, 2020). Além das publicações jornalísticas, a pesquisa coletou dados em entrevistas com empreendedores e outros atores do campo, em publicações nas mídias sociais, interações em eventos, narrativas expostas em *lives* e *podcasts*, além do conteúdo de documentos secundários, cursos e debates acadêmicos oferecidos sobre a temática.

"orders of worth" OR "sociology of worth" OR "economies of worth" OR "convention theory") AND ("social enterprise" OR "social business"). Em ambas as bases de dados a busca não encontrou resultados.

Diante disso, esta pesquisa propõe observar as lógicas de justificação que caracterizam as tensões que se manifestam nos negócios de impacto a partir de um olhar pragmatista sobre os atores, apoiada na Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Nesse sentido, busca lançar luz aos desafios e tensões que animam os debates existentes em torno dos negócios de impacto no Brasil e, a partir disso, compreender as lógicas de justificação que fundamentam as narrativas encontradas no campo.

A pesquisa parte da realidade empírica de enfrentamento das tensões para a análise teórica, na busca de observar tanto as situações originadoras de tensões microsociológicas, como as macrosociológicas expressas nos níveis de análise ecossistêmico, organizacional e individual. Assim, por meio de uma lente que parte das experiências e narrativas dos atores sociais, busca-se compreender, afinal, como se configuram as lógicas de justificação que fundamentam os desafios geradores de tensão e compromissos que envolvem os negócios de impacto no Brasil?

Em função da justificativa que envolve a escolha da Teoria da Justificação como arcabouço teórico principal desta tese, e a introdução de seus preceitos fundamentais neste tópico, optou-se por apresentar os objetivos desta pesquisa a seguir.

1.3 OBJETIVOS

Tendo por base a problemática e justificativa apresentadas anteriormente, o objetivo geral desta tese é o de compreender as lógicas de justificação que caracterizam as tensões que se manifestam nos negócios de impacto no Brasil.

Quanto aos objetivos específicos esta pesquisa pretende:

- a) Identificar desafios geradores de tensões em torno dos negócios de impacto;
- b) Verificar as lógicas de justificação ativadas nas situações de enfrentamento dos negócios de impacto;
- c) Identificar os dispositivos e sua emergência nos momentos de justificação;

- d) Analisar as lógicas de compromisso ou acordos subjacentes às tensões manifestadas nos momentos de enfrentamento (manifestação dos desafios).

Pelo exposto até aqui, afirma-se que esta pesquisa defende a tese de que a legitimidade dos NIs brasileiros, como empreendimentos que oferecem “soluções inovadoras” aos problemas sociais e ambientais, vai muito além do formato organizacional que adotam ou do modelo de negócio que assumem buscando superar a dicotomia econômico-social refletida por seu caráter híbrido. Seu autêntico hibridismo é revelado nos diferentes níveis da realidade individual, institucional e social que os envolve, na medida que o choque das múltiplas lógicas que animam suas tensões os impulsionam a um processo constante de reconfiguração da sua identidade ao longo de sua jornada. Neste sentido, o pluralismo organizacional que identifica os NIs é fruto do “processo de apropriação” coletiva que engaja estes empreendimentos na busca de “transcender” às críticas anticapitalistas, através da ressignificação da noção de econômico como solução para o bem-estar social.

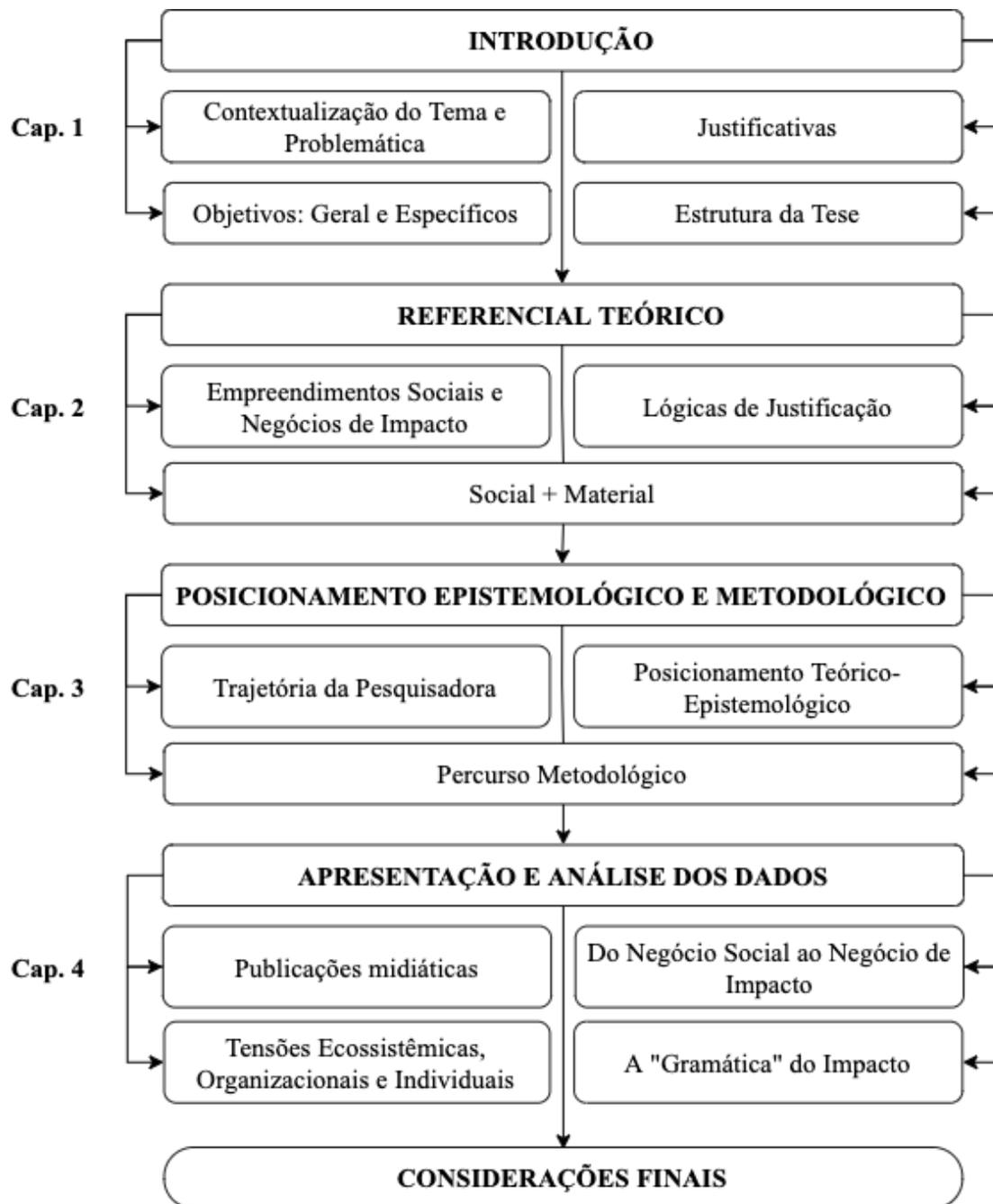
1.4 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DA TESE

Esta tese está organizada em quatro diferentes seções. A primeira apresentou a introdução e contextualização ao tema, problemática, justificativa, e objetivos e este tópico quanto à estrutura e organização da tese. O segundo capítulo denominado Referencial Teórico apresenta três tópicos não exaustivos dos principais debates teóricos que envolvem a temática desta pesquisa. O primeiro denominado Empreendimentos Sociais e Negócios de Impacto explora em sete subtópicos modelos teóricos de empreendimentos sociais destacando o fenômeno dos negócios de impacto em cada um deles, seguido de um tópico que apresenta os principais desafios e tensões dos empreendimentos sociais identificados em outros estudos. Já os tópicos seguintes discorrem respectivamente sobre o arcabouço teórico principal desta pesquisa - Lógicas de Justificação: mundos em desarmonia e disputa; seguido de uma revisão quanto a sociomaterialidade nos estudos organizacionais.

Na terceira seção apresenta-se o posicionamento epistemológico e metodológico adotado para a realização da pesquisa, dividido em três tópicos. O primeiro intitulado “Trajetória da Pesquisadora” buscou demonstrar a aproximação da pesquisadora com o fenômeno e escolhas teóricas. Seguido dos demais onde o posicionamento teórico-epistemológico, bem como, o metodológico, são detalhados. A quarta seção apresenta a análise dos dados em quatro subtópicos. O primeiro introduz uma breve análise quantitativa das publicações midiáticas coletadas, seguido pela análise temporal do da evolução do conceito de negócio social, negócio de impacto e negócio de impacto social, e os principais desafios manifestados nas narrativas analisadas dos atores do ecossistema no período de 2004 a 2019. O terceiro subtópico apresenta a análise das tensões ecossistêmicas, organizacionais e individuais fruto dos desafios identificados nos dados, observadas a partir da Teoria das Justificações de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Seguido pelo tópico denominado “A ‘Gramática’ do Impacto: a figura complexa dos NIs no Brasil”, onde os principais compromissos identificados são analisados e a tese deste estudo é manifestada.

O último tópico corresponde às considerações finais, demonstrando e se o cumprimento dos objetivos da tese, as limitações e a proposição para trabalhos e pesquisas futuras (Figura 1).

Figura 1- Estrutura e organização da tese



Fonte: Elaborado pela autora.

Com o intuito de colaborar com a ampliação do diálogo proposto por esta pesquisa, apresenta-se a seguir uma revisão teórica com os fundamentos que sustentam esta pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta a revisão preliminar da literatura sobre os temas pertinentes ao estudo realizado. Inicia-se pela apresentação das principais tipologias e definições de empreendimentos sociais e negócios de impacto social (2.1) e desafios e tensões que envolvem estes negócios (2.1.8). O segundo bloco introduz a Teoria da Justificação (2.2) aplicações e críticas desta nos estudos organizacionais (2.2.1). Por último, discute-se a sociomaterialidade e suas possibilidades de análise nas ciências sociais (2.3).

2.1 EMPREENDIMENTOS SOCIAIS E NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL: tipologias e definições

O conceito “empreendimento social” é fluído e contestado (PEREDO; MCLEAN, 2006; DACIN; DACIN, MATEAR, 2010; TEASDALE, 2012; PIRNI; RAFFINI, 2015), envolvendo uma grande variedade de partes interessadas e articulado em diferentes abordagens organizacionais (NICHOLLS; CHO, 2016). Sua disseminação no mundo provoca, não raras vezes, compreensões incompatíveis entre si, levando a conflitos e mal entendidos (LAVILLE, YOUNG, EYNAUD, 2015; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020).

O estudo de Comini, Barki e Aguiar (2012, p. 386) destaca que empresas sociais (*social enterprises*), negócios inclusivos (*inclusive business*) e negócios sociais (*social business*) compartilham a característica de serem “organizações que buscam resolver problemas sociais com sustentabilidade financeira e eficiência, a partir de mecanismos de mercado”. França Filho, Rigo e Souza (2020) chamam a atenção para a impossibilidade de se reconhecer essa variedade de tipos organizacionais a partir da noção genérica de “empresa social”. O questionamento que surge frequentemente é como entender as diferenças entre esses empreendimentos. A compreensão se complexifica quando metodologias são propostas para que ONGs se transformem em negócios sociais a partir de novos métodos de captação de recursos.

Por ser um constructo multidimensional (MORT; WEERAWARDENA; CARNEGIE, 2003; WEERAWARDENA; MORT, 2006), seu entendimento como fenômeno está diretamente relacionado à explicação do contexto de sua emergência (PEREDO; MCLEAN, 2006; CERTO; MILLER, 2008; LETAIFA, 2016),

e assim, é “moldado por seu contexto, setor, cultura, região, política, história, geografia e ideologia” (ROY; GRANT, 2019, p.11). Nicholls e Cho (2006) contribuem para o estudo dos empreendimentos sociais relacionando-os justamente ao contexto em que estão inseridos. Os autores questionam a identificação simplista das características que diferenciam os empreendimentos sociais em seu campo e defendem a necessidade de que este fenômeno seja analisado sociologicamente, remetendo à redução sociológica que permita “habilitar o estudioso a praticar a transposição do conhecimento e de experiências de uma perspectiva para outra” (RAMOS, 1996, p. 54).

Embora não seja objeto deste trabalho aprofundar a discussão em torno das diversas abordagens dentro de seus contextos, visto que outros autores aqui citados já se encarregaram dessa tarefa, convém ressaltar que essa discussão não é recente. Seu surgimento está relacionado justamente à crítica da sociedade capitalista no século XIX, ligado à noção de Economia Social, Economia Solidária, além das “organizações sem fins lucrativos” ou *nonprofits*, representadas pelas associações e fundações (SALAMON; ANHEIER, 1992; ANDION, 1998). Destaca-se que tais organizações há muito se utilizam de subsídios cruzados (JAMES, 1983; WEISBROD, 1998), que são serviços produzidos e vendidos por organizações sem fins lucrativos “por um lucro que, na sequência, é utilizado para financiar a prestação de outro serviço que é mais valorizado pela organização” (HANSMANN, 1987, p. 39).

Recentemente, novas abordagens emergem no campo dos “Empreendimentos Sociais” ou do “Empreendedorismo Social” sem, contudo, conversar obrigatoriamente com essas abordagens tradicionais. Tais construtos competem entre si para classificar diferentes formas organizacionais que transitam na conexão entre o econômico e o social, buscando proporcionar uma leitura mais extensa do campo, enfatizando sua diversidade. Se por um lado as definições conceituais do que seja o fenômeno abarcam uma diversidade de conceitos e procuram modelizar o fenômeno, no campo da práxis percebemos visões e discursos que romantizam o fenômeno como “a saída” para os problemas macrossociais que se apresentam à sociedade.

Apresenta-se a seguir alguns dos principais modelos teóricos existentes, procurando destacar como o fenômeno dos negócios de impacto é abordado em cada um deles.

2.1.1 A escola do espectro

O *framework* apresentado por Dees (1998) inspirou-se na tendência à comercialização que ganhou força nos Estados Unidos entre as organizações sem fins lucrativos. Essa tipologia, uma das mais citadas na literatura (DEFOURNY; NYSSSENS, 2017), se utiliza da “dependência de mercado” como elemento de segmentação (DEES, 1996; 1998), descrevendo que muitas organizações sem fins lucrativos deixaram de se apoiar apenas em doações governamentais e privadas, buscando receitas adicionais em atividades comuns às organizações com fins lucrativos, redirecionando seu modelo de negócio. Levantar fundos através de empresas comerciais auxiliares, e, comercializar os programas centrais pelos quais realizam suas missões, são algumas das estratégias utilizadas por estas organizações para dependerem menos de doações e subsídios e mais de honorários e contratos.

Como pode ser visto na Figura a seguir, o modelo de Dees (1998) parte de um continuum que vai desde organizações puramente sem fins lucrativos até organizações puramente maximizadoras de lucros. Apresentando à direita as organizações puramente comerciais, à esquerda as organizações sem fins lucrativos tradicionais, e, ao centro, as empresas sociais ou organizações híbridas.

Figura 2 - O espectro da empresa social

Puramente Filantrópico ← → Puramente Comercial

Motivos, Métodos e Objetivos		Apelo à benevolência Conduzido pela missão Valor social	Motivos mistos Conduzido pela missão e mercado Valor social e econômico	Apelo ao auto interesse Conduzido pelo mercado Valor econômico
Principais stakeholders	Beneficiários	Não pagantes	Taxas subsidiadas, ou mistura de pagantes e não pagantes	Preços de mercado
	Capital	Donativos e subsídios	Capital abaixo do mercado, ou combinação de doações e capital de mercado	Capital de mercado
	Força de trabalho	Voluntários	Salários abaixo do mercado, ou mistura de voluntários e funcionários remunerados	Compensação de mercado
	Fornecedores	Doações em espécie	Descontos especiais, ou combinação de doações em espécie e integrais	Preços de mercado

Fonte: Dees (1998, *tradução nossa*).

É importante destacar que Dees (1998) salienta que tais mudanças nas organizações sem fins lucrativos é impulsionada por ‘um novo espírito pró-negócios’ (*pro-business zeitgeist*), tornando a busca por lucro mais aceitável neste campo.

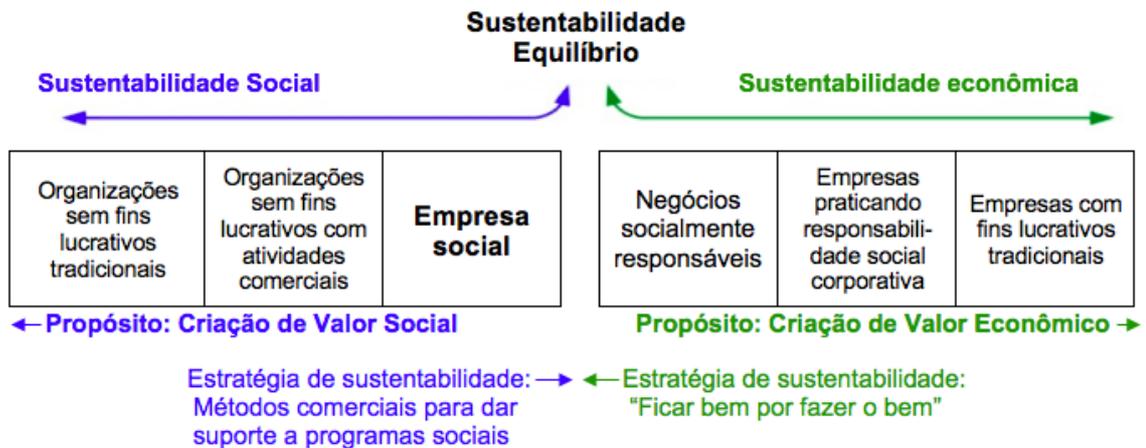
O triunfo do capitalismo em todo o mundo também é referenciado por fortalecer o papel das forças de mercado, o poder da competição, o lucro, e a promoção da eficiência e da inovação. Para o autor (DEES, 1998) uma empresa social é comercial na medida em que opera como uma empresa na maneira como adquire seus recursos e distribui seus bens e serviços, sendo que a maioria combina elementos comerciais e filantrópicos em um equilíbrio produtivo. Nesse sentido, a geração de renda passa a ser vista como uma fonte de financiamento mais confiável do que as doações e os subsídios e, ao mesmo tempo, a dependência extensiva de doadores é vista como um sinal de fraqueza e vulnerabilidade.

Observa-se que neste modelo as organizações chamadas “híbridas” estão localizadas em um setor intermediário, entre o filantrópico e o puramente comercial, mas o modelo não distingue a origem e o contexto dessas organizações, tampouco sua forma de governança, contribuindo pouco para a distinção entre as *social enterprises* e os negócios de impacto social. Apesar disso, pelos seus argumentos, supõem-se que o autor se refere às organizações sem fins lucrativos que passam a buscar novas abordagens de financiamento com base no mercado, com programas sociais capazes de gerar sua própria renda. Isso, reflete o autor, por um lado, libera as atividades filantrópicas que podem ser alocadas para atividades que realmente precisam ser subsidiadas, mas, por outro, pode desviar o foco social dessas organizações, pois novas fontes de receita podem afastar uma organização de sua missão social original.

2.1.2 O modelo de Alter

Alter (2007) propôs uma tipologia de empreendimentos sociais que ganhou muita repercussão. Seu modelo propõe um *spectrum* tipos organizacionais de “*social enterprises*” que variam de acordo com sua missão e propósito.

Figura 3 - Modelo de organizações híbridas



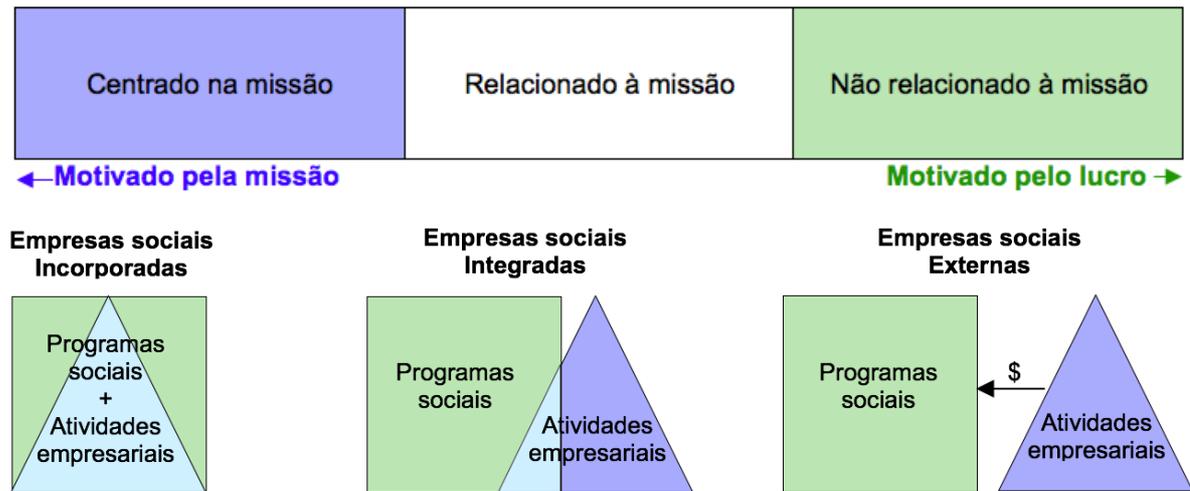
Fonte: Adaptado de Alter (2007, p.15, tradução nossa).

Conforme pode ser observado na Figura 1, em um extremo do modelo de Alter (2007) estão as organizações sem fins lucrativos tradicionais, voltadas à criação de valor social. Já as organizações no outro extremo buscam a sustentabilidade econômica e a criação de valor econômico, representadas pelas empresas com fins lucrativos tradicionais. Em direção ao centro da Figura 1, as organizações classificadas equilibram a busca de criação de valor social e econômico, a partir de estratégias diferentes. Estas organizações são chamadas de organizações híbridas e variam de acordo com o grau de atividades relacionadas a sua missão, *accountability* e utilização de receitas.

As empresas praticando responsabilidade social corporativa e os negócios socialmente responsáveis são as organizações com fins lucrativos que criam valor, mas distribuem seus lucros. Já as organizações sem fins lucrativos com atividades comerciais que geram valor econômico para financiar seus programas sociais mantêm a motivação central de gerar valor social para os envolvidos. A característica que separa os dois grupos de organizações híbridas é o propósito.

Enquanto o lucro é o principal objetivo das organizações que praticam responsabilidade social, o impacto social é o objetivo principal das empresas sociais e das organizações sem fins lucrativos com atividades geradoras de renda. Sendo um híbrido, as empresas sociais possuem o desejo de gerar tanto impacto social quanto geração de renda. Este conceito de "criação de valor duplo" inclui ao termo impacto social a busca pelos objetivos do "*triple bottom line*", incluindo o "impacto ambiental" junto ao impacto econômico e social (ALTER, 2007).

Figura 4 - Classificação de empresas sociais



Fonte: Adaptado de Alter (2007, p.18, tradução nossa).

As empresas sociais possuem características que se destacam das demais, tais como: utilizar ferramentas de negócios e abordagens para atingir objetivos sociais; combinar capital social e comercial; criar valor social e econômico; gerar renda de atividades comerciais para financiar programas sociais; ser orientada pelo mercado e por suas missões; medir o desempenho financeiro e o impacto social gerado; atender às metas financeiras de forma a contribuir para o bem público; aproveitar a liberdade financeira da renda irrestrita; e, incorporar a empresa estrategicamente para cumprir sua missão (ALTER, 2007).

Como pode ser visto na Figura 2, no modelo de Alter (2007) as empresas sociais podem ser classificadas de acordo com a orientação de sua missão, assim como pelo nível de integração entre programas sociais e atividades empresariais. A definição adotada pela autora compreende as empresas sociais como qualquer empreendimento comercial criado com um objetivo social - mitigar social/ reduzir um problema social ou uma falha de mercado - e gerar valor social enquanto opera com disciplina financeira, inovação e determinação de uma empresa do setor privado (ALTER, 2007). Este formato de empreendimento pode estar estruturado como um departamento dentro de uma organização ou como uma entidade jurídica separada, uma subsidiária com ou sem fins lucrativos.

Como pode ser visto na Figura 2, as empresas sociais podem ser classificadas como incorporadas, integradas ou externas. As chamadas empresas sociais incorporadas são criadas por organizações sem fins lucrativos para a

execução de programas sociais. Nestes casos, os programas sociais e atividades de negócios são os mesmos. Geralmente estas empresas são legalizadas como organizações sem fins lucrativos para proteger a missão social, mas isto pode depender do ambiente legal no qual estão inseridas. Já nas empresas sociais integradas, os programas sociais se sobrepõem às atividades empresariais mantendo um relacionamento sinérgico. Estas são criadas como um mecanismo de financiamento em suporte às operações das organizações sem fins lucrativos. Neste formato, podem estar estruturas como um centro de custo ou departamento dentro de organizações sem fins lucrativos, ou mesmo, como uma entidade separada (ALTER, 2007).

As empresas sociais externas são criadas por organizações sem fins lucrativos com o objetivo de financiar suas atividades sociais ou mesmo seus custos operacionais. Podem ser estruturadas dentro da organização que as deu origem como um centro de custo ou separadas, legalizadas como organização com ou sem fins lucrativos. A diferença neste caso é que as empresas sociais normalmente não possuem relação com a missão da organização mãe, assim suas atividades comerciais não precisam estar relacionadas à causa social ou missão (ALTER, 2007).

Alter (2007) considera que a diferença de propósito das organizações de seu modelo é o principal motivo que as impede de evoluir ou se transformarem de um modelo de organização para outro. Para que isto fosse possível, as organizações teriam que reajustar seus propósitos, de maneira que não fossem conflitantes, para que uma mudança efetiva pudesse ser feita.

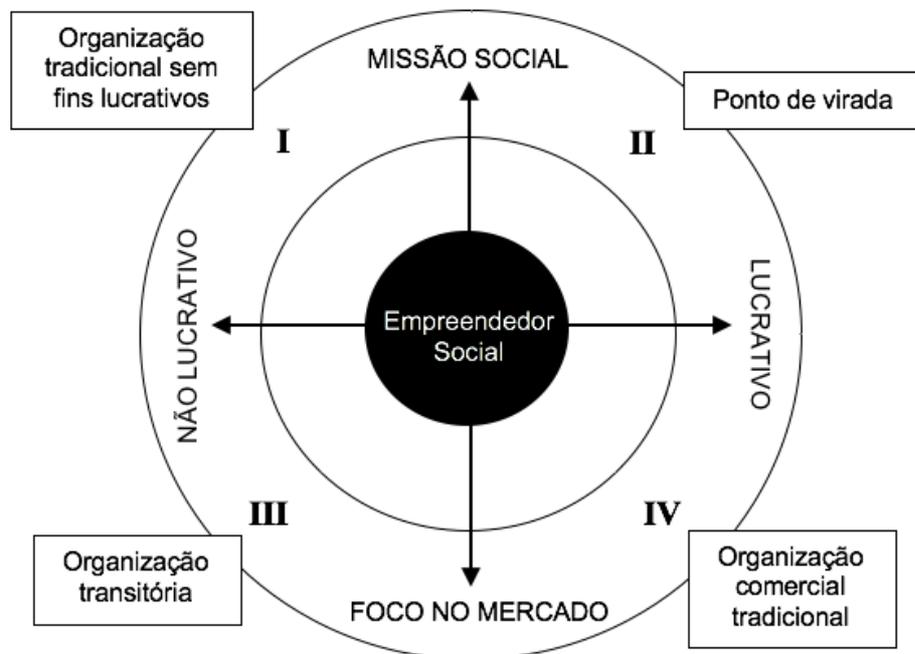
Assim como o trabalho de Alter (2007), outros como o de Dees (1998) e Dees e Anderson (2006) ficaram conhecidos por proporem a metáfora de um '*continuum*', variando de organizações puramente sem fins lucrativos até organizações puramente dedicadas à maximização de lucros. Apesar destes modelos terem influenciado muito as pesquisas neste campo (PEATTIE; MORLEY, 2008), esta forma de representação é considerada menos útil por limitar a identificação de combinações diferentes de formas, assim como restringe a delimitação das fronteiras do universo dos empreendimentos sociais (PESTOFF; BRANDSEN, 2009; YOUNG; LECY, 2014). Constata-se que o modelo de Alter avança em relação ao de Dees, contribuindo para a discussão em pauta, mas, ao mesmo tempo, por

seu caráter linear, fornece insumos para a falta de entendimento entre os empreendimentos, considerando sua origem, governança e contexto.

2.1.3 Matriz de *Social Enterprises*

Masseti (2008) também propôs uma tipologia de “*social enterprises*” a partir das variáveis missão social, rentabilidade (lucrativo ou não lucrativo) e abordagem de mercado (ver Figura 5).

Figura 5 - Matriz de empreendimentos sociais



Fonte: Massetti (2008, p.4, tradução nossa).

A matriz proposta por Massetti (2008) enquadrando no primeiro quadrante (I) os empreendimentos sem fins lucrativos tradicionais motivados por missão social; o segundo quadrante, (II) chamado de ponto de virada (*tipping point*), situou as organizações impulsionadas pelo mercado e motivadas pela obtenção de lucro; no terceiro quadrante, (III) organizações sociais em transição, estão aquelas que respondem às necessidades do mercado, mas não são motivadas pela geração de lucro; e, no quarto quadrante, encontram-se as (IV) organizações impulsionadas por sua missão social, mas com a necessidade de serem rentáveis e atingir metas como um novo modelo de organização social.

O quadrante II, denominado pela autora como o ponto de virada, se situa entre as variáveis “socialmente orientadas” e “lucro exigido”. Organizações classificadas neste quadrante são representadas por sua missão social combinadas com a busca pelo lucro, definidas pela autora como empresas que “são as mais promissoras para a transformação econômica” (MASSETTI, 2008, p. 4). Apesar de seu esforço, Massetti (2008) não define um termo para tais organizações, permanecendo as confusões entre os variados tipos de empreendimentos sociais híbridos.

2.1.4 O Zoológico de *Social Enterprises*

Young, Searing e Brewer (2016), no livro *The social enterprise zoo*, utilizam a metáfora de um zoológico para representar a diversidade de modelos de empreendimentos sociais, que, na sua lógica poderiam ser comparados ao Ornitorrinco que, embora tenha bico como uma ave e amamenta seus filhotes como um mamífero, não se adequa inicialmente a nenhuma das classificações de animais existentes. A comparação ao Ornitorrinco se explica pelo fato de os empreendimentos sociais combinarem a lógica de mercado com a lógica social. Nesse sentido, cada ‘animal’ do zoológico deveria traduzir um organismo específico, ou seja, uma organização completa e distinta das demais (YOUNG; LECY, 2014).

A partir dessa metáfora, os empreendimentos sociais são classificados em seis diferentes modelos de animais deste ‘zoológico’, cheio de contradições e tensões: negócio social (*social business*) (1); cooperativas sociais (*social cooperatives*) (2); inovações sociais (*social innovations*) (3); corporações socialmente responsáveis (*socially responsible corporations*) (4); Empresas B (*benefit corporations*) (5); e, negócios sustentáveis (*sustainable businesses*) (6) (YOUNG; SEARING; BREWER, 2016).

O modelo classificado como negócio social (1) parte da definição de Muhammad Yunus (2010, p.1) de “uma empresa sem perdas e sem dividendos, devotada em resolver um problema social e comandada por investidores que reinvestem toda a receita de modo a expandir e melhorar o negócio”. Para as cooperativas sociais (2), os autores utilizam a definição da Rede de Desenvolvimento Social das Nações Unidas (*United Nations Social Development Network*) como sendo “uma associação autônoma de pessoas unidas

voluntariamente para conhecer suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais através de uma empresa democraticamente controlada e de propriedade comum” (UNITED NATIONS, 2012).

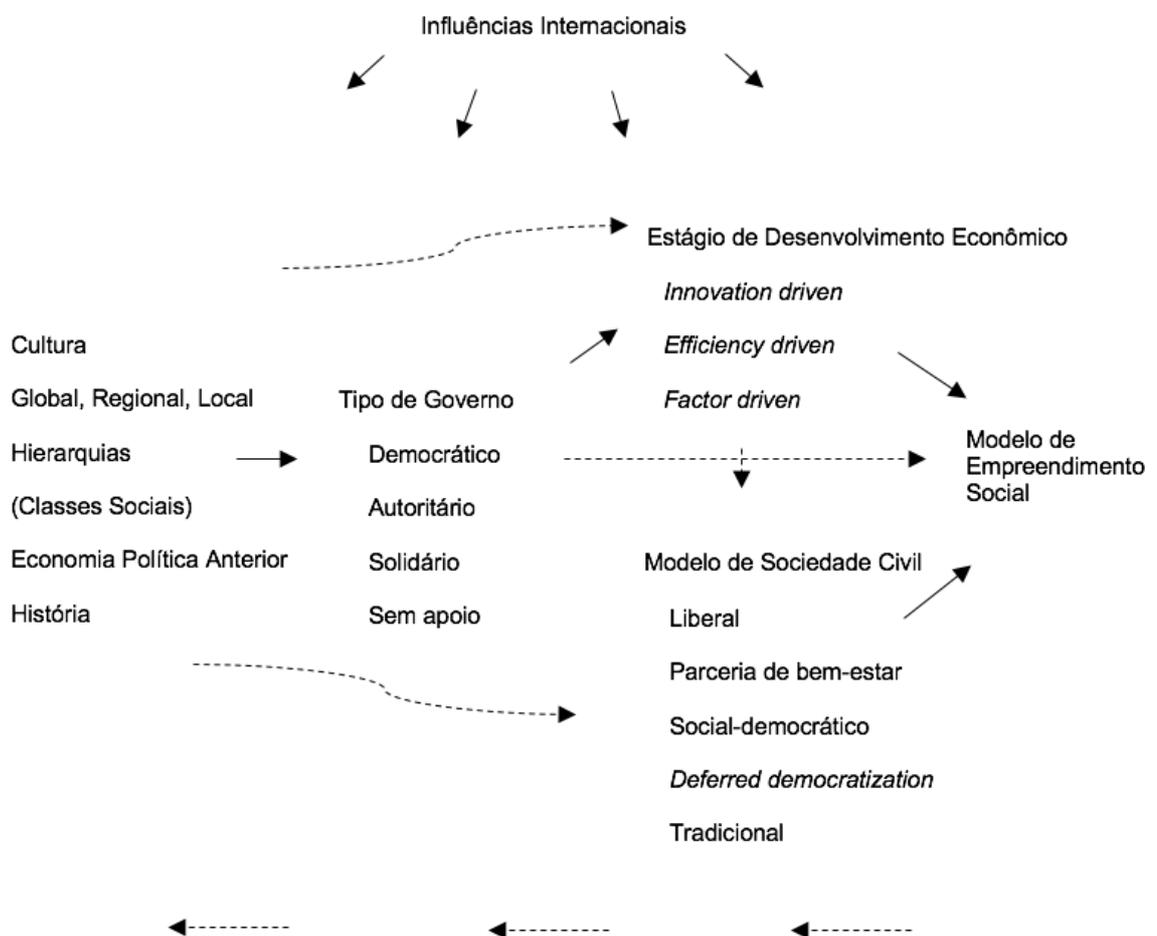
Já o modelo identificado como inovação social (3), utiliza a definição de Stanford como uma nova solução para um problema social, sendo que tais soluções podem assumir o formato de novas organizações, assim como podem ser mudanças em políticas públicas e práticas. As corporações socialmente responsáveis ou empresas responsáveis (4) “atingem visões construtivas e valores fundamentais consistentes com as sociedades mais amplas dentro das quais elas operam, respeitam o meio ambiente e tratam toda a gama de stakeholders que arriscam capital, têm interesse ou são vinculadas à empresa através de ações primárias e impactos secundários” (WADDOCK; RASCHE, 2012, p. 5). As empresas B (5), por sua vez, são uma “nova classe de corporações que são competentes por criar um material que traga impacto positivo à sociedade e ao meio ambiente, e também atingir padrões elevados de *accountability* e transparência” (YOUNG; LONGHOFER, 2016, p.19). O último modelo, os negócios sustentáveis (6) é o mais difícil de precisar uma definição. Mas, podem ser entendidos como empresas que buscam aumentar a sua rentabilidade e seu sucesso a longo prazo seguindo estratégias sociais e econômicas responsáveis, projetadas para construir sinergias entre produtividade corporativa e bem-estar social (YOUNG; LECY, 2014).

Como em um ambiente com diferentes animais, alguns presas e outros predadores, os autores relacionam a metáfora do ‘zoológico’ à competição que existe entre os diferentes tipos de empreendimentos sociais, em um ambiente competitivo com recursos limitados. No entanto, os autores também lembram que, como qualquer outro tipo de organização, os empreendimentos sociais, independente de seu modelo, são construções humanas moldadas e limitadas por políticas públicas (YOUNG; SEARING; BREWER, 2016).

Kerlin, Monroe-White e Zook (2016) apresentam fatores e elementos que constituem os empreendimentos sociais no nível macro. Tais elementos influenciam suas formas legais e mecanismos de financiamento, sendo regidos por fatores como estilo de governança, tamanho da economia, tipo de sociedade civil, dependência de ajuda internacional, tipos de formato legal, e mecanismos de financiamento. Tais fatores, determinados a partir do *framework* macro-institucional de empresas sociais (MISE) de Kerlin (2013), influenciam a incidência de diferentes formatos de

empresas sociais nos diferentes países. Partindo desta ideia, os autores afirmam que mudanças em elementos específicos do ambiente macro podem precipitar diretamente uma resposta adaptativa no setor das empresas sociais. O MISE clama ter o objetivo de aprimorar a compreensão das conceituações e práticas dos empreendimentos sociais decorrentes de cada país, contudo, sem criar ou propor uma definição universal para estes empreendimentos (KERLIN, 2013).

Figura 6 - Framework macro-institucional de empreendimentos sociais (MISE)



Fonte: Kerlin, Monroe-White e Zook (2016, p. 69, tradução nossa)

Pode-se perceber a partir da Figura 6 que no modelo de Kerlin (2013), os fatores que mais influenciam a determinação das características dos empreendimentos sociais em um país é o estágio de desenvolvimento econômico e o tipo de sociedade civil subjacente. Para determinar o estágio de desenvolvimento dos países, o modelo utiliza o Índice de Competitividade Global (IGC - *Global Competitiveness Index*) do Fórum Econômico Mundial (WEF - *World*

Economic Forum). Neste, os países são classificados nas dimensões econômicas: *factor-driven* (FD), *efficiency-driven* (ED), e, *innovation-driven* (ID).

Quanto à classificação da sociedade civil, o modelo MISE parte da definição de Salamon e Sokolowski (2009, 2010), classificando seus tipos em: liberal (*liberal*); parceria de bem-estar (*welfare partnership*); social-democrático (*social-democratic*); *deferred democratization*; e, tradicional (*traditional*). Segundo os autores, os três primeiros modelos são realidades encontradas prioritariamente em países desenvolvidos, já, os dois últimos, em países em desenvolvimento (KERLIN; MONROE-WHITE; ZOOK, 2016).

Estes dois elementos - estágio de desenvolvimento econômico e modelos de sociedade civil - dão origem a cinco modelos de empreendimentos sociais no modelo MISE. São estes: Modelo de subsistência sustentável (*sustainable subsistence model*); Mutualismo autônomo (*autonomous mutualism*); Foco dependente (*dependent focused*); Autonomia diversa (*autonomous diverse*); e, Foco na rede (*enmeshed focused*).

O quadro a seguir apresenta as principais características dos modelos de negócio social MISE.

Quadro 1 - Modelos e atributos dos empreendimentos sociais

Modelos de Empreendimento Social	Atributos
Modelo de subsistência sustentável	FD: baixo GDP; Sociedade Civil Tradicional; Caracterizado por esforço de pequenos grupos de empreendedores para fornecer soluções para pobreza e gerar empregos de subsistência; Atividades suportadas com ajuda internacional e projetos de micro-financiamentos .
Mutualismo autônomo	ED: Alto GDP; <i>Deffered democracy</i> : fornece trabalho de forma autônoma em oposição ao Estado para lidar com deficiências percebidas nas políticas do Estado. Prioritariamente na América do Sul e países do Leste Europeu.
Foco dependente	ID: Grande riqueza necessária para suportar o grande welfare state. Welfare partnership: usualmente grande parte da sociedade civil engajada em serviços de suporte ao governo; Encontrada primariamente na Europa Ocidental; Pequenos empreendimentos sociais;
Autonomia diversa	ID: Pode ter maior oferta e demanda de diversos serviços de empresas sociais em comparação com <i>enmeshed focused</i> e <i>autonomous diverse</i> devido a vontade da sociedade de bens e serviços específicos e sua capacidade de pagamento; Modelo liberal: autônomo do Estado.

	Estados Unidos e Austrália;
Foco na rede	ID: Grande riqueza necessária para dar suporte ao grande <i>welfare state</i> , assim como políticas públicas e outras instituições de suporte ao empreendimento social. Social-democrático: grande presença e suporte nos gastos do Estado ao bem-estar social, pequeno setor de ONG. Europa Ocidental Similar ao foco dependente, com menor diversidade de tipos de negócios sociais, muitas das quais atreladas a políticas públicas específicas que podem ter estimulado seu desenvolvimento.

Fonte: Kerlin, Monroe-White e Zook (2016, p. 72-73, tradução nossa)

O *framework* MISE deu origem a outras pesquisas e análises sobre a temática. Estudos examinaram se o tamanho do setor relativo aos empreendimentos sociais - número de negócios sociais em relação ao número de organizações sem fins lucrativos tradicionais - varia por país e se esta variação pode ser explicada pelas variáveis de nível nacional identificadas por Kerlin (2013); assim como, a influência da presença de fatores intermediários na variação de formato dos empreendimentos sociais também foi explorada (MONROE-WHITE, 2014; MONROE-WHITE et al., 2015)

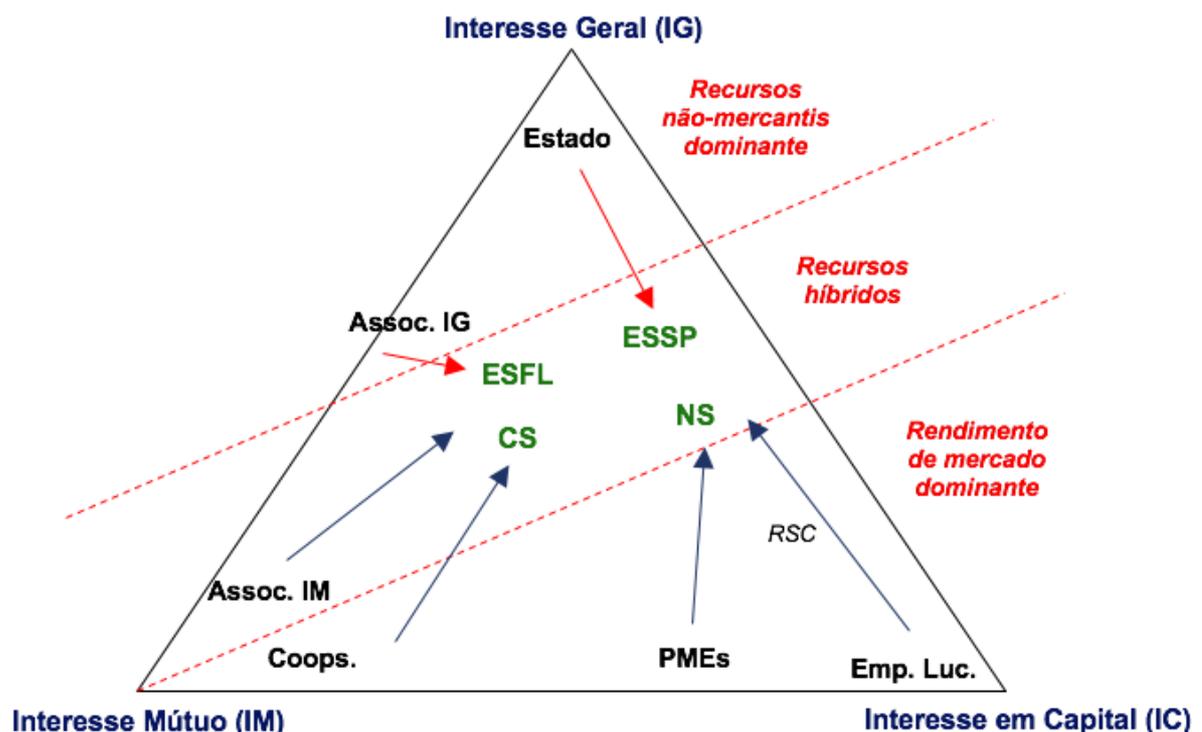
2.1.5 EMES - European Research Network

Financiados pela Comissão Européia desde 1996, o EMES - *European Research Network* - uma rede de investigadores da Europa, também se dedicam a definir critérios que identificam os chamados empreendimentos sociais (ou empresas sociais - *social enterprise* - dependendo da tradução). O trabalho dos pesquisadores se iniciou a partir de dados coletados em quinze países europeus que revelaram três critérios que refletem as dimensões econômica desses empreendimentos sociais: desenvolver uma atividade contínua oferecendo bens ou serviços; existir um risco econômico significativo; possuir uma quantidade mínima de trabalhadores remunerados (BORZAGA; DEFURNY, 2001, p. 16-18). Já a dimensão social caracterizou-se pelo objetivo declarado de beneficiar a comunidade; ser uma iniciativa promovida por cidadãos ou organizações da sociedade civil; e, ter uma limitada distribuição de lucros. Já os indicadores de governança refletem um alto grau de autonomia, poder de decisão com base na propriedade de capital, e, natureza participativa em grande parte das atividades (DEFURNY; NYSSSENS, 2016, p. 4).

O trabalho do EMES continua desde então e atualmente tem o objetivo de capturar a diversidade de modelos de empreendimentos sociais (*social enterprises*) criando uma tipologia internacional para tais modelos. Esta tipologia é apresentada por Defourny e Nyssens (2017), a partir de três princípios de interesse e mix de recursos possíveis, que formatam os diferentes enfoques de atuação dos empreendimentos sociais. Os autores fundamentam-se no Interesse Geral (IG), Interesse Mútuo (IM) e Interesse em Capital (IC), combinados aos Recursos não-mercantis, Recursos híbridos e Recursos provenientes do rendimento de mercado, e, a partir destes, elaboram um diagrama que representa a trajetória de cada tipo de empreendimento social identificado em suas pesquisas.

Conforme pode ser observado na Figura 6, os autores partem dos modelos de organizações públicas (Estado), associações de interesse geral ou organizações sem fins lucrativos (Assoc. IG), associações de interesse mútuo (Assoc. IM), cooperativas (Coops.), pequenas e médias empresas (PMEs), e, empresas lucrativas (Emp. Luc.). A partir deste modelo, representam em seu diagrama as trajetórias de desenvolvimento dos empreendimentos sociais que surgem de novas dinâmicas de funcionamento destes ‘tipos organizacionais iniciais’.

Figura 7 - Trajetórias institucionais e modelos de empreendimentos sociais



Fonte: Defourny e Nyssens (2017, p. 2479, tradução nossa).

Defourny e Nyssens (2017) representam quatro perfis de empreendimentos sociais considerados *social enterprises*, a partir de uma combinação de aspectos econômicos, sociais e de governança. Apesar desta proposição, os autores salientam que o modelo não representa a totalidade de perfis e combinações possíveis existentes, mas sim, retratam os perfis mais representativos. Além disso, apesar de apresentarem a trajetória de desenvolvimento de outros modelos organizacionais, esclarecem que uma *social enterprise* também pode nascer híbrida, possuindo a característica ‘orgânica’ desde o início, sem passar por nenhum processo de desenvolvimento. Os quatro perfis de *social enterprises* representados na Figura 6 serão explicados na sequência.

O primeiro vem do setor público - ESSP - Empreendimento Social do Setor Público (*PSE - Public-sector social enterprise*). Este perfil tem como base a provisão de serviços públicos que podem emergir como uma “*spin-off*” do poder público respondendo a responsabilidades de provisão de serviços sociais sob o formato de empreendimento social do setor público (ESSP).

Modelo empreendedor sem fins lucrativos - ESFL (*ENP - Entrepreneurial non-profit model*), formado pelas organizações sem fins lucrativos que desenvolvem qualquer tipo de renda para suporte à sua missão. Os autores definem a abordagem destas organizações como “comercial sem fins lucrativos”. Suas atividades de renda tendem a ser desenvolvidas por associações de interesse mútuo ou de interesse geral. Estas organizações complementam os recursos públicos e doações recebidas com outras fontes de financiamento. Neste modelo, destacam-se as empresas sociais de integração de trabalho (*Work Integration Social Enterprises – WISEs*). Como se pode ver a seguir, quatro formatos de empreendimentos sem fins lucrativos foram encontrados neste modelo: iniciativas parentais WISE; empresas sociais de integração de trabalho WISE; empreendimentos de desenvolvimento local; e, empreendimentos de serviço social e de saúde. Os três últimos assumindo um modelo econômico híbrido, sendo que as iniciativas parentais WISE tem o modelo de rendimento de mercado como dominante.

Quadro 2 - Características ESFL do modelo comparativo internacional de empresas sociais

Modelos ES (empresa social)	Modelo ESFL (empreendedor sem fins lucrativos)			
Tipo dominante	Iniciativas parentais sem fins lucrativos de Empreendimentos sociais de integração de trabalho (WISE)	Empreendimentos sociais de integração de trabalho sem fins lucrativos	Empreendimento sem fins lucrativos de desenvolvimento local	Empreendimento sem fins lucrativos de serviços sociais e de saúde
Formato legal	Grande variedade	Na maioria dos casos organizações sem fins lucrativos, algumas companhias	Na maioria dos casos organizações sem fins lucrativos, algumas companhias, cooperativas, informais	Na maioria dos casos organizações sem fins lucrativos e fundações
Modelo econômico	Rendimento de mercado dominante	Híbrido		
Modelo de governança	Majoritariamente democrático, alguns independentes	Democrático	Majoritariamente democrático, alguns independentes	Democrático
Limite de distribuição de lucros	Sim (61%)	Restrição total (80%)	Sim (61%)	Sim (70%)

Fonte: Defourny, Nyssens e Brolis (2019, *tradução nossa*).

O modelo de Cooperativa social - CS (SC - *Social cooperative*) resulta de um movimento das cooperativas e associações de interesse mútuo em direção a um modelo com ênfase maior no interesse geral. Este interesse pode responder à necessidade de um único *stakeholder*, quando todos os membros compartilham um interesse mútuo, da mesma forma que contribuem para um interesse coletivo/geral. Da mesma forma, podem ter múltiplos *stakeholders*, quando o interesse dos membros é combinado com um grande objetivo social. O modelo CS apresenta dois formatos de organizações: as cooperativas, com diversas missões sociais, e, as cooperativas de microfinanciamento. Em ambas, o modelo econômico vigente é o de mercado com distribuição de lucros. O modelo de governança é majoritariamente democrático, e em alguns casos independente.

Quadro 3 - Características NS e CS do modelo comparativo internacional de empresas sociais

Modelos ES (empresa social)	Modelo NS (negócio social)	Modelo CS (cooperativa social)	
Tipo dominante	Pequenos e médios negócios (diversas missões sociais)	Cooperativas ES (diversas missões sociais)	Cooperativas de microfinanciamento ES
Formato legal	Na maioria dos casos companhias	Na maioria dos casos cooperativas	
Modelo econômico	Rendimento de mercado dominante		
Modelo de governança	Independente ou capitalista	Majoritariamente democrático, alguns independentes	
Limite de distribuição de lucros	Não (66%)	Sim (75%)	

Fonte: Defourny, Nyssens e Brolis (2019, tradução nossa).

O perfil de Negócio social - NS (*SB - Social business*) representa “empresas que desenvolvem atividades de negócios para fins ou missão social” (DEFOURNY; NYSSSENS, 2017, p. 2483). Este modelo reflete a visão dominante que a maioria das escolas de negócios, empresas de consultoria e muitos departamentos de responsabilidade social empresarial possuem sobre os negócios sociais. O movimento de negócios convencionais em direção ao interesse geral configura organizações com um modelo econômico com orientação de mercado. Destaca-se nesse contexto o conceito de Yunus (2010) para quem os negócios sociais descrevem um modelo de negócio com foco no oferecimento de bens e/ou serviços para clientes em situação de pobreza, sendo que todo o lucro deve ser reinvestido no próprio negócio. Como pode ser visto no Quadro 3, a pesquisa de Defourny, Nyssens e Brolis (2019) identificou que o modelo de governança predominante deste perfil é o independente ou capitalista, e a maioria destas organizações estão legalmente regularizadas como empresas de capital privado. Cabe ressaltar que, para Yunus, todo o lucro deve ser reinvestido na causa social do negócio, embora isso não tenha concordância em todos os negócios privados com propósito social.

No modelo do EMES a ideia de que um negócio possa ser considerado um dos tipos de “*social enterprise*” começa a ficar mais claro. O que parece que os autores não consideram é a Responsabilidade Social Corporativa e a atuação de grandes empresas quando estão em jogo negócios altamente lucrativos. Assim, no

modelo dos pesquisadores do EMES, às "*social enterprises*" seriam uma categoria maior que inclui, além de outros tipos, os negócios (sociais, inclusivos, etc.). Mas, restam dúvidas sobre muitas organizações que geram os impactos esperados em termos de resultado e gestão compartilhada, mas não se veem como tal.

2.1.6 Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto

Em contexto brasileiro a Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS), recentemente denominada de Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto, elaborou um documento esclarecendo seu entendimento sobre a identificação dos negócios e organizações de impacto no país. A chamada 'Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil' foi publicada em 2015, e nela os autores identificam a abrangência dos negócios de impacto social (Figura 8).

Figura 8 - Abrangência dos negócios de impacto



Fonte: Força Tarefa de Finanças Sociais (2015, p. 5).

Com o objetivo de conceituar e parametrizar os negócios que geram impacto no país, a Carta conceitua negócios de impacto como: “[...] empreendimentos que têm a missão explícita de gerar impacto socioambiental ao mesmo tempo em que produzem resultado financeiro positivo de forma sustentável” (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015, p. 5) e estabelece quatro princípios dos negócios de impacto: (1) compromisso com a missão social e ambiental; (2) compromisso com o Impacto Social e ambiental monitorado; (3) compromisso com a lógica econômica; e, (4) compromisso com a governança efetiva.

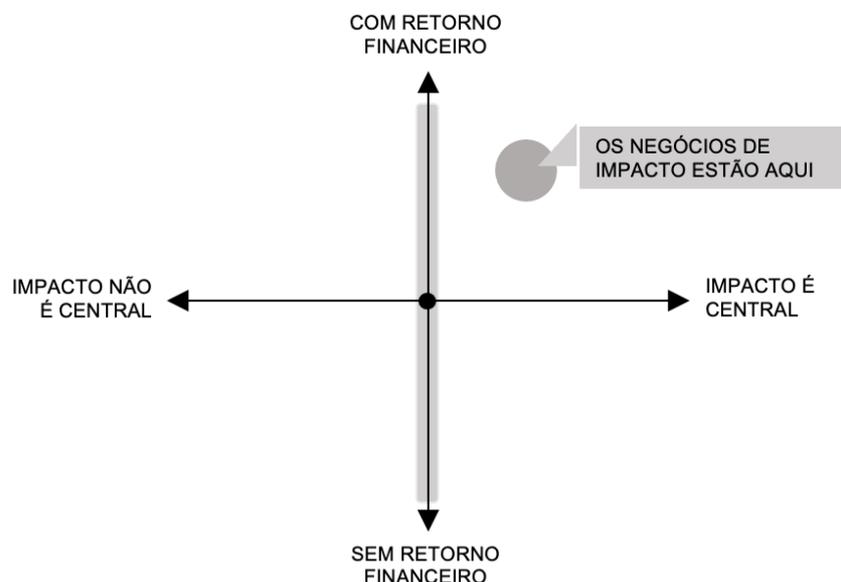
No Brasil, até o momento, não existe uma personalidade jurídica específica para os negócios de impacto social, podendo as organizações constituírem-se com ou sem fins lucrativos. O modelo apresentado pela FTFS identifica as organizações

localizadas no centro da figura como negócios de impacto. Incluindo entre eles organizações da Sociedade Civil com geração de receita; organizações da Sociedade Civil com negócio social; cooperativas; negócio com missão Social ou ambiental com restrição na distribuição de dividendos; e negócio com missão social ou ambiental sem restrição na distribuição de dividendos.

Percebe-se que a definição de “negócios de impacto” apresentada no documento engloba diferentes tipos de organizações que, como na escola do espectro (DEES, 1998; ALTER, 2007), foram colocadas em formato linear onde em um extremo estão as organizações da sociedade civil (OSC) sem geração de receita e no outro as empresas puramente comerciais.

Outro modelo é apresentado pela organização em 2019 agora em uma estrutura de dois eixos, sendo o primeiro referente à inserção do impacto na estratégia e nas operações da organização, e o segundo, a representação da sustentabilidade econômica e capacidade de geração de retorno financeiro.

Figura 9 - Modelo Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto e Pipe Social



Fonte: Pipe Social (2019).

Como pode ser observado na Figura 9 os negócios de impacto foram localizados no quadrante superior direito, demonstrando seu comprometimento com o retorno financeiro e ao mesmo tempo tendo o impacto como central em sua

estratégia e operação. Esta versão do modelo deixa de ser linear, como os modelos teóricos de Dees (1998) e Alter (2007), evoluindo para um modelo de coordenadas constituído por dois eixos perpendiculares, muito próximo ao modelo teórico de Massetti (2008) e até de Defourny e Nyssens (2017).

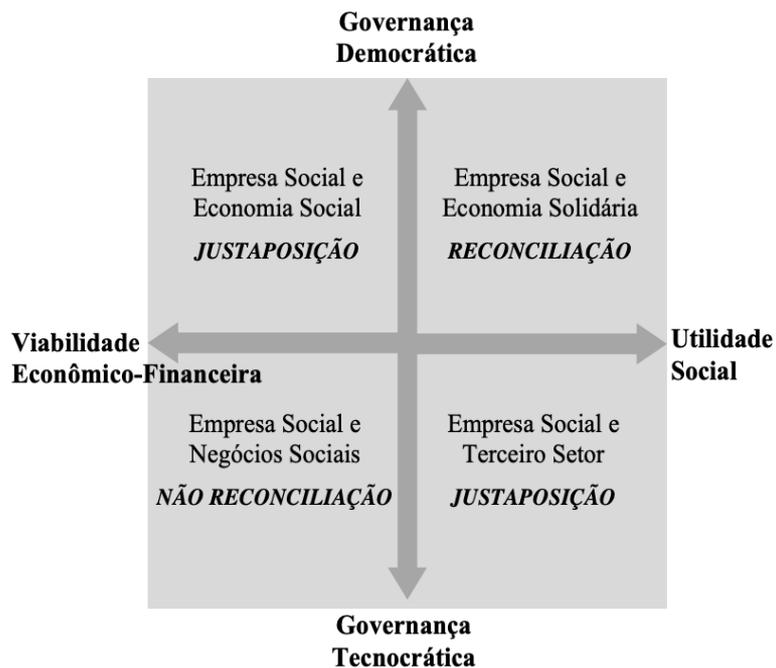
Os princípios fundamentais para os negócios de impacto também são modificados, contemplando agora a necessidade de (1) expressar de maneira clara a intenção de resolver um problema social e/ou ambiental por meio de sua atividade principal (1) ; ter como principal razão de existência a busca pela solução de um problema sócio ambiental (2) ; operar mediante a lógica de mercado, a partir de um modelo de negócios com retorno financeiro (3), e se comprometer em medir o impacto gerado (4) (PIPE SOCIAL, 2019). Nesta versão do modelo, a organização se posiciona de forma mais clara ao considerar os negócios de impacto entidades de direito privado, incluindo negócios sociais (Yunus), negócios sustentáveis, empresas B, negócios com propósito, negócios conscientes, empreendimentos sociais e negócios inclusivos, além de organizações da economia criativa, entre outros.

2.1.7 Grade analítica de França Filho, Rigo e Souza

França Filho, Rigo e Souza (2020), preocupados com a crescente propagação da noção de empresas sociais para designar coisas muito diferentes, buscam minimizar as confusões oriundas de interpretações diversas e conflitantes por meio de quatro diferentes acepções advindas das versões anglo-saxônica, europeia clássica, latino-americana e europeia renovada, enfatizadas por Laville, Young e Eynaud (2015). Assim, os autores partem da análise da possibilidade de reconciliação entre o econômico e o social por meio das práticas organizativas e de sua capacidade de articulação e interação entre objetivos econômicos e sociais.

A partir de referência do contexto brasileiro, utilizam as noções de negócios sociais, terceiro setor, economia social e economia solidária para entender a possibilidade dessa reconciliação, destacando que esse processo exige a ressignificação da noção de econômico em si. Para alcançar esse objetivo propõem uma grade analítica para destacar as diferenças, conforme se observa na Figura 10.

Figura 10 - Grade analítica de Filho, Rigo e Souza (2020)



Fonte: Filho, Rigo e Souza (2020).

Nesses termos, destacam que sua lógica não é a de entender a justaposição dos aspectos econômicos e sociais, que não dialogam entre si, mas sua reconciliação, ou seja, entender quando os propósitos econômicos se submetem aos sociais em função dos processos políticos democráticos. Assim, propõem sua grade analítica a partir de dois atributos: (1) propósito organizacional, considerando utilidade social e a viabilidade financeira (eixo horizontal); e (2) modo de gestão ou forma de operar a gestão, considerando a tomada de decisão e as maneiras de conduzir a gestão, incluindo governança democrática e/ou governança tecnocrática (eixo vertical).

A partir da contextualização de cada um desses tipos de organizações, sua origem, história, objetivos, participação política e práticas de gestão, os autores constroem seu argumento e demonstram a impossibilidade de reconhecer a univocidade de interpretação quando se observa o contexto desses empreendimentos, alertando para a urgência na revisão do conceito de “empresa social”. Com base em uma interpretação polanyiana do problema, atentam para o fato de que o “econômico é antes de tudo uma análise do modo como ele se institui ou se institucionaliza na organização da própria sociedade” (FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020, p. 559).

Na visão dos autores, apenas a economia solidária seria capaz de alcançar a reconciliação entre o econômico e o social, pois a natureza econômica da organização é indissociável de sua prática, seja ela social, política, cultural ou ambiental. Tais práticas ocorreriam por meio da gestão colaborativa, baseada na solidariedade econômica, na redistribuição, na reciprocidade e na ressignificação do econômico, apoiadas em princípios e valores intrínsecos, como consumo consciente, finanças solidárias, comércio justo, entre outros.

Especificamente em relação aos negócios sociais, destacam, em sua conclusão, que estes (e neste caso todas as suas variantes) tem como finalidade primeira sua viabilidade financeira, o que somado à uma governança tecnocrática, torna inadmissível não somente a reconciliação, mas também a justaposição entre econômico e social. Entendem que, no caso dessas organizações, as questões sociais são apenas decorrentes dos ganhos econômicos. Acrescentam, ainda, a imprecisão da finalidade social: “um serviço a preço supostamente mais acessível à população considerada de baixa renda, doação de produtos do próprio negócio aos mais necessitados conforme volume de vendas etc.” (FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020, p. 578). O seguimento aos padrões rígidos da governança tecnocrática, condição para o alcance da eficiência organizacional, confirma, segundo os autores, a racionalidade de mercado intrínseca a tais negócios

Percebe-se que uma diversidade de estudos buscou desenvolver tipologias e *frameworks* para classificar os empreendimentos sociais ou para compreender os fatores que influenciam seus formatos organizacionais (DEES, 1998; ALTER, 2007; NICHOLLS; CHO, 2006; KERLIN, 2013; GORDON, 2015; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; YOUNG; LONGHOFER, 2016; KERLIN; MONROE-WHITE; ZOOK, 2016; DYLLICK; MUFF, 2016; DEFOURNY; NYSSSENS, 2017; PIPE SOCIAL, 2019; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020). Após mais de uma década de estudos, a definição de empreendimento social e sua natureza ainda não alcançou consenso acadêmico ou prático. Dada a falta de entendimento sobre todos esses formatos, neste trabalho, entende-se que todas as organizações com propósitos sociais podem ser caracterizadas como empreendimentos sociais, mas apenas aquelas que comercializam produtos ou serviços para auxiliar no seu propósito social são consideradas *social enterprises* (ou empresas sociais).

Esta pesquisa irá observar especificamente os empreendimentos denominamos negócios sociais, negócios de impacto social e negócios de impacto,

doravante denominados por **negócios de impacto (NIs)**, definidos como organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais promovendo sua própria sustentabilidade financeira, sendo facultativa a distribuição de lucros (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016). A definição desse tipo de empreendimento social vem se ampliando desde as empresas sociais ou negócios socialmente responsáveis de Alter (2007), as empresas sociais ou organizações híbridas de Dees (1998) e Dees e Anderson (2006); as organizações *tipping point* de Massetti (2008); até os negócios sociais de Young, Searing e Brewer (2016) e Defourny, Nyssens e Brolis (2019). A escolha em fazer este recorte nos empreendimentos sociais auxilia esta pesquisa a evitar de cometer o erro de comparar ‘maçãs’ com ‘laranjas’ (YOUNG; LECY, 2014) e tornar ainda mais complexa a análise que se pretende realizar. Isso possibilita também uma maior atenção ao caráter questionável desses empreendimentos: a busca pelo propósito social ao mesmo tempo em que objetiva o lucro, o que se espera possa suscitar inúmeros momentos controversos, com diferentes lógicas de justificação.

2.1.8 Negócios de Impacto: paradoxos, desafios e tensões

Considera-se que, apesar do grande progresso nos últimos anos nas tentativas de classificação dos empreendimentos sociais, os diferentes tipos de organizações que compartilham o propósito de gerar impacto social positivo na sociedade utilizando mecanismos de mercado, assim como, as demais entidades consideradas de natureza híbrida, ainda abrem debate para uma série de paradoxos e tensões existentes em suas realidades.

Nicholls e Cho (2006) lembram que antes de se poder construir qualquer conhecimento em relação aos empreendimentos sociais, é preciso que se compreenda como este fenômeno se distancia e se distingue dos empreendimentos convencionais. Para isto, a reflexão se inicia com o entendimento dos termos “empreendedorismo” e “empreendedor”, e progride buscando compreender o que significa incluir a estes conceitos o termo “social”.

O termo empreendedor, que parte da palavra *entrepreneur* em francês, relacionava-se nos séculos XVII e XVIII àqueles que eram responsáveis por ‘construir’ suas próprias iniciativas. O sentido desta ação ganhou valências diferentes no campo econômico, social, institucional, acadêmico, psicológico e

gerencial e foi reconhecido pelo seu vínculo entre espírito empresarial e crescimento econômico (SILVA; POZA, 2016). O crescimento nesse caso, ganhou sentido de desenvolvimento na era industrial, fortalecendo e sendo fortalecido, por uma racionalidade produtiva que perdura até hoje. A partir da década de 70, a disseminação da noção de desenvolvimento sustentável abriu caminho para que as discussões a respeito das fragilidades do modelo de desenvolvimento econômico dominante ultrapassassem os muros da política e da academia. Demandava-se uma 'nova forma de desenvolvimento' submetida à capacidade da sociedade em 'produzir o novo', redefinindo o relacionamento existente entre sociedade, natureza e indivíduos (ALMEIDA, 2002).

Neste contexto, a ação de empreender socialmente ganhou notoriedade por reconhecer oportunidades de negócios cujo impacto fosse focado na melhoria da qualidade de vida, na criação de valor social, onde a oportunidade é considerada o estado futuro de bem-estar desejável (SAIZ-ÁLVAREZ, 2016). Nesta mesma vertente, Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) acreditam que os empreendimentos sociais envolvem o reconhecimento, avaliação e exploração de oportunidades que resultam em valor social. Para os autores, o valor social se opõe à busca de geração de lucros para enriquecimento pessoal. O valor social neste sentido não se relaciona ao lucro, mas sim, ao atendimento de necessidades básicas de longa duração de membros menos privilegiados da sociedade (CERTO; MILLER, 2008).

Percebe-se que boa parte dos conceitos de empreendimento social adaptam o entendimento dos empreendimentos comerciais acrescentando um enfoque, mal definido, de busca de fins, objetivos ou valor social (DEES, 1998; AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; PEREDO; MCLEAN, 2006; DEES; ANDERSON, 2006; SHAW; CARTER, 2007). Cho (2006) incita a questionar qual a natureza dos objetivos sociais que tais empreendedores, os ditos empreendedores sociais, propõem perseguir? Esta ponderação é fundamentada na pressuposição que muitas vezes se encontra na literatura deste campo, de que existe homogeneidade nos interesses sociais. No entanto, sabe-se que as visões e percepções do social divergem de acordo com um conjunto complexo de variáveis, valores e compromissos públicos e privados. Casaqui (2017), a partir da análise de relatórios de pesquisa de organizações que difundem o empreendedorismo convencional e o social no Brasil, revela que a junção do "empreender" ao "ser

social” tem se tornado muito atraente a uma parcela da população jovem brasileira que é habilitada tecnicamente. No entanto, o discurso midiático que enseja este movimento representa interesses e cosmovisões de uma parte específica da sociedade, assim como, de certa maneira, despolitiza o debate sobre transformação social. Fica claro que a diversidade de interesses afasta o social de ser apenas uma interpretação categórica descritiva do empreendedorismo social, afinal, a narrativa que une este aos fins sociais expõem questões políticas e normativas sobre os interesses daqueles que o promovem, assim como, as custas de quem ganham força (NICHOLLS; CHO, 2006).

De forma crescente, o entendimento dos empreendimentos sociais como alternativa ao *business as usual* (SHAW; DE BRUIN, 2013; DYLLICK; MUFF, 2016) ganhou destaque na mídia e foi incorporado por muitas agências de fomento e atores de suporte nos ecossistemas de negócios. Estudos importantes do campo identificam os empreendimentos sociais dentro de um contínuo que classifica sua orientação como puramente filantrópica (ou social) até puramente comercial (ou econômica) (DEES, 1998; DEES; ANDERSON, 2006; ALTER, 2007), pressupondo uma relação socioeconômica dual e reforçando o entendimento dicotômico entre economia e sociedade (ROY; GRANT, 2019). A tensão entre a geração de valor econômico, ou seja, uma orientação para o mercado nos empreendimentos sociais, e a busca de objetivos sociais terminais ensejam uma disputa paradoxal (DART 2004; WEISBROD, 2004; FOSTER; BRADACH, 2005; HAUGH, 2005; NICHOLLS; CHO, 2006; PEATTIE; MORLEY, 2008). Nicholls e Cho (2006) argumentam que tal orientação, ou hibridismo, pode direcionar estes empreendimentos ao estabelecimento de uma agenda estratégica social monológica, ficando esta tensão mais evidente em empreendimentos sociais de economia mista. Neste caso, a orientação para o progresso econômico pode entrar em conflito com a missão das organizações, afetando a busca dos resultados sociais desejados.

Juntamente ao objetivo de suprir necessidades sociais agudas, boa parte da literatura sobre os empreendimentos sociais relaciona este movimento à soluções criativas e inovadoras. Esta abordagem, que envolve o papel da inovação no empreendedorismo, parte da concepção de Joseph Schumpeter que vincula a inovação à geração de valor econômico. Para Schumpeter (1997), a inovação é concebida por meio da introdução de um novo bem, da introdução de um novo método de produção, da abertura de um novo mercado, da conquista de uma nova

fonte de oferta de matérias-primas ou de bens manufaturados, ou, do estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria.

Baseado nessas discussões, o tipo de empreendimento que será objeto de análise deste trabalho (NIs) parte dessa corrente mundial de entendimento dos empreendimentos sociais, influenciada pela visão de Schumpeter, sendo predominantemente norte-americana, por trazer uma concepção tradicional do mercado para a lógica social. Ao aproximar os empreendimentos sociais da orientação para o mercado, sua justificativa é a de que estes se tornam menos dependentes de doações e outras formas de contribuições. Além disso, destaca-se a linha proposta por Prahalad e Hart (2002) que defende a construção de um capitalismo mais inclusivo que possa dar acesso ao mercado internacional de produtos e serviços as pessoas até então excluídas e localizadas na base da pirâmide (BoP) social e econômica do país.

Inclui-se nesse espectro, a abordagem que vem se disseminando como a “adotada” pelos países emergentes, e que enfatiza as iniciativas de mercado que objetivam atingir ganhos na redução da pobreza e melhoria das condições sociais da população marginalizada ou excluída (DEES, 1998; COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012). Esse contexto se ampliou com maior rapidez em países em desenvolvimento que obtiveram alguma influência anglo-saxônica, como Bangladesh, Índia, Quênia, Tanzânia e outras nações emergentes da Ásia, África, Oriente Médio, principalmente ocasionado pelo apoio da iniciativa privada ao empreendedorismo social (FISAC-GARCÍA et al., 2012).

Diferentemente, a perspectiva europeia ressalta a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas, fruto da tradição da Economia Social (KERLIN, 2006). Isto é, organizações que desempenham atividades comerciais com o intuito de arrecadar fundos que serão destinados ao financiamento da atividade social (GALERA; BORZAGA, 2009).

Uma análise avaliativa dos discursos dominantes e não críticos que permeia o entendimento dos empreendimentos sociais tem sido feita por muitos acadêmicos. A crença na virtuosidade dos mercados como força impulsionadora positiva para a solução das mazelas sociais e o alcance do bem-comum da sociedade é questionada e vista como problemática (HUMPHRIES; GRANT, 2005; NICHOLLS; CHO, 2006; BULL, 2008; TEASDALE 2012; CHILD, 2016; BRANDSEN, et al., 2016; NICHOLLS; TEASDALE, 2017; CASAQUI, 2017; ROY; GRANT, 2019). No entanto,

outros estudos contestam esta crítica e defendem que a base inovadora de mercado não necessariamente marginalizará o “social” (SEANOR; MEATON, 2008), considerando que os atores são capazes de incorporar ordens alternativas de governança, diferentes das normas dos negócios ou do setor público (LEVANDER, 2010).

A noção idealizada de virtuosidade ética dos empreendimentos sociais também tem sido questionada (BLACKBURN; RAM, 2007; DEY; STEYAERT, 2016). À frente desses empreendimentos estão os empreendedores e suas lógicas de ação. O enquadramento do empreendedor social como moralmente superior e capaz de mudanças sociais sistêmicas é comumente encontrado na literatura especializada. Jargões como “ator de mudança” e “agente de transformação” (LEADBEATER, 1997; DEES, 1998; DRAYTON, 2002) combinados com características como “compreensão aguda das necessidades sociais”, “criatividade visionária” e “movidos por um desejo de justiça social” (THAKE; ZADEK, 1997; BORNSTEIN, 1998; CERTO; MILLER, 2008) acabam suprimindo o fato de que o cotidiano dos empreendedores sociais é repleto de dilemas éticos (ZAHRA et al., 2009) à frente de seus empreendimentos.

Ao comparar as narrativas de empreendedores sociais brasileiros e portugueses, Casaqui (2014) encontra nos dois países a caracterização do perfil do empreendedor social atrelada a um estilo de vida ético. Os entrevistados de ambas as realidades relacionam o empreendedor social a um estilo de vida ousado, resiliente, persistente e movido pela paixão. O ideário de “catalisador de mudanças”, em alguns casos, segue vinculado à narrativa da iluminação, do despertar de consciência, do cumprimento de uma missão de vida. O autor evidencia que, apesar dos entrevistados narrarem ter gostos comuns a outros consumidores, como sair para jantar, dançar, ouvir música e comprar livros e outras mercadorias, quando questionados sobre suas práticas de consumo, estes as negam na tentativa de equalizar suas realidades a um estilo de vida “sustentável” idealizado. A natureza contraditória dos empreendedores sociais e seus empreendimentos também é destacada por Dey e Steyaert (2016, p. 628), os quais salientam que a ética dos empreendimentos sociais “não é dada *a priori*, mas imanente em lutas em curso relacionadas ao se tornar um sujeito ético”, ou seja, tal abordagem enfatiza as ações postas em prática.

Além das críticas acadêmicas ao perfil heróico dos envolvidos nos empreendimentos sociais, mais especificamente do empreendedor social, o estudo de Silva et al. (2016) buscou comparar o entendimento da literatura e de profissionais que atuam no campo do empreendedorismo social, em cinco países da União Europeia⁷ em relação à definição de empreendedor social e suas características. O estudo obteve duas respostas de profissionais do campo que tinham uma visão diferente dos demais. Os entrevistados, situados na Romênia, consideraram que poderiam definir o empreendedor social como um “oportunista que vê a chance de fazer o bem para si de uma maneira que é socialmente benéfica” e “um gestor fantástico que pode transformar uma desvantagem em uma oportunidade” (SILVA et al., 2016, p. 205). Da mesma forma, no estudo de Casaqui (2014), a fala de um entrevistado destaca o contraponto feito por agentes do terceiro setor com maior trajetória quanto à denominação dos empreendedores sociais. O autor relata que um entrevistado, com mais de 10 anos de experiência no terceiro setor brasileiro, atesta que “no nosso país, que é um país com características feudais, alguns empreendedores sociais, eles gostam de estar na mídia, né [...]; outros fazem disso seu meio de vida; e outros fazem realmente uma causa de vida” (CASAQUI, 2014, p. 104).

Apesar destes casos, percebe-se que, tanto o estudo de Casaqui (2014) como de Silva et al. (2016) demonstram que a maioria dos empreendedores sociais entrevistados corrobora a definição deles mesmos como pessoas visionárias que fazem a diferença, que concentram sua atenção nos outros e visam ajudar e resolver questões sociais através de soluções inovadoras, criativas e únicas, sendo seu objetivo final “criar e gerar valor social sem fins lucrativos” (SILVA et al., 2016, p. 207). No entanto, conforme alguns estudos já afirmam, resultados obtidos observando apenas indivíduos identificados como empreendedores sociais de sucesso podem gerar resultados e constatações tendenciosas sobre este campo (LIGHT, 2006; DACIN; DACIN; MATEAR, 2010). Embora esse estudo se aplique a empreendimentos não geradores de lucro, eles evidenciam controvérsias em torno dos empreendedores sociais.

Com os estudos expostos até aqui, busca-se demonstrar que a pesquisa acadêmica acerca dos empreendimentos sociais e, mais especificamente aos

⁷ O estudo entrevistou 46 profissionais por telefone e presencialmente, no decorrer do ano 2015, em cinco países: Chipre (8), Itália (5), Polônia (13), Portugal (10) e Romênia (10).

negócios de impacto, ainda atrela a estes uma série de desafios. Sejam estes ligados às características dos empreendedores, à estruturação ou ao próprio objetivo de seus empreendimentos.

Tendo como objeto de pesquisa os negócios de impacto (NIs), estas organizações, retratadas por seu modelo organizacional híbrido (ALTER, 2007; BATTILANA; LEE, 2014; BESHAROV; SMITH, 2014; DOHERTY; HAUGH; LYON, 2014), refletem todas as tensões encaradas pelos empreendimentos sociais até aqui descritos. Tanto práticos como teóricos, questionamentos quanto à capacidade de alinhar as dinâmicas de mercado aos resultados sociais; forças e limites da utilização de diferentes estratégias econômicas; variedade de formatos legais; e, utilização de vantagem competitiva por sua orientação social, já são feitos desde as primeiras tentativas de compreender estes modelos de negócios (DEES; ANDERSON, 2006).

Sabe-se que as organizações, especialmente àquelas de natureza híbrida como os negócios de impacto, não operam completamente dentro de classificações 'puras' (PESTOFF; BRANDSEN, 2009). Estudos que adotam a narrativa crítica de Dey e Steyaert (2010) sugerem que os empreendimentos sociais não podem ser contados a partir de uma única narrativa, mas como um conjunto de histórias mostrando oscilações, ambiguidades e contradições em sua 'cotidianidade', uma vez que só esta pode representar os paradoxos, contradições e complexidades da prática cotidiana destas organizações (DEY; STEYAERT, 2010). A utilização da Teoria das Justificações de Boltanski e Thévenot (2006; 2020), auxilia esta tese a observar o fenômeno dos negócios de impacto, em realidade brasileira, a partir das diferentes lógicas acionadas pelos atores que justificam os desafios em torno deste modelo de organização. O esforço de identificar as diferentes dimensões que igualam ou diferenciam os NIs dos demais empreendimentos sociais já foi empreendida por diferentes estudos (DEES, 1996, 1998; ALTER, 2007; MASSETTI, 2008; YOUNG; LONGHOFER, 2016; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; DEFOURNY; NYSSSENS, 2016; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020), da mesma forma, outros, retrataram as tensões subjacentes a estes empreendimentos sob diferentes perspectivas (DART, 2004; WEISBROD, 2004; FOSTER; BRADACH, 2005; HAUGH, 2005; NICHOLLS; CHO, 2006; PEATTIE; MORLEY, 2008; UCHOA, 2017; WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019; BARBALHO; UCHOA, 2019; SALES DIAS, 2019; SILVIA; CORREIA, 2021). Entretanto, esta pesquisa busca inovar ao

identificar desafios, dispositivos, lógicas e tensões manifestadas na narrativa do campo dos NIs, deixando de partir de dimensões estáticas, e abraçando as múltiplas ordens de valor em permanente movimento acionadas como forma de legitimação destes negócios.

2.2 LÓGICAS DE JUSTIFICAÇÃO: mundos em desarmonia e disputa

De certa maneira, os *frameworks* e tentativas de tipologias de empreendimentos sociais, discutidos no tópico anterior, evidenciam os ‘acordos’ existentes neste campo. Os tipos de modelos de empreendimentos, quando ‘encaixados’ em grupos, podem representar ‘verdades’ ou classificações ainda em debate, em construção, pelos atores. Utilizando a metáfora de Bernard Lahire, citada por Vandenbergue (2006), estas tipologias estruturam uma visão macrossociológica - *topdown* - de possíveis acordos no campo. Mas, os debates, paradoxos, disputas e construções ainda não sedimentadas, que parecem ser muitas, só poderiam ser explicadas com a ajuda de um olhar *bottom up*, manifesta neste estudo por uma microsociologia pragmática. Acredita-se que a Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot pode auxiliar a observar, neste estudo, os desacordos, controvérsias e disputas dos indivíduos que tentam legitimar seus negócios no campo do impacto social.

Diferente de outras abordagens da sociologia, a teoria sociológica desenvolvida por Boltanski e Thévenot⁸, a partir dos princípios teóricos da Economia das Convenções, têm seu foco nos atores que se coordenam em situações em que precisam atingir um bem comum, e, para tanto, precisam resolver as incertezas quanto às qualidades e significados envolvidos naquela situação. Seguindo uma abordagem pragmatista, consideram que os atores são competentes para julgar a adequação de suas escolhas à situação e estabelecer compromissos estáveis a partir de diferentes ordens de valor.

Na busca por demonstrar que não existe apenas uma forma de gerar valor na sociedade, mas que as economias modernas apresentam múltiplos princípios de avaliação, ou múltiplas ordens de valor (STARK, 2000), Boltanski e Thévenot (2006)

⁸ Teoria apresentada no livro *On Justification: Economies of Worth* (2006, versão em inglês), publicado pela primeira vez em 1987 com o título *Les économies de la grandeur*, e, reeditado em uma versão revisada em 1991 com o título *De la justification: Les économies de la grandeur*.

observam as crenças, valores e representações dos atores ligadas às situações que estes vivenciam. Afastam-se, assim, das noções de cultura e grupo social dos institucionalistas parsonianos, para seguir as pessoas em seus momentos de 'provas', momentos de ruptura da ordem, onde envoltos em uma situação específica convenciam suas medidas de valor de acordo com a situação. Neste caso, as estruturas morais são centrais para a análise sociológica, na medida em que informam a ação, avaliação e distribuição de valor social dos atores em suas práticas cotidianas (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020; BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2005; 2020; THÉVENOT, 2001).

A teoria da justificação de Boltanski e Thévenot (1999; 2006; 2020) se estabelece a partir da tentativa de compreender a pluralidade de lógicas que guiam a coordenação dos atores em momentos críticos. No momento em que as pessoas justificam suas ações ou criticam as ações de outros, estas evocam motivos morais como evidências em apoio às suas justificações. O "imperativo da justificação", ou seja, a utilização de argumentos como justificações em busca de acordos, é o alicerce de sustentação e coordenação da conduta dos indivíduos (MARTINS; AMARAL, 2009).

Uma característica importante dos momentos em que as pessoas entram em disputa é o estabelecimento da equivalência. Este permite que os envolvidos em uma disputa encontrem um entendimento mútuo quando aos termos que estabelece um acordo entre as partes. Os diferentes sistemas de justificação coexistem em um mesmo espaço social, sendo estes, mais ou menos pertinentes de acordo com a natureza dos objetos materiais e simbólicos envolvidos na situação (BOLTANSKI, 2001). Os objetos, assim como as pessoas invocadas nos momentos de justificação, servem como evidência material do estado de valor que o ator se apoia no momento de disputa. A reunião de diferentes objetos e pessoas utilizados para justificar a posição do ator esclarece o princípio de equivalência que estes itens têm em comum. Esta equivalência é a medida de valor principal para o estabelecimento do regime de justiça ou regime de justificação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999).

Boltanski e Thévenot (2006; 2020) partem do pressuposto que as justificações descendem de lugares comuns ou princípios superiores comuns. Para acessar estes princípios, partindo da análise de textos canônicos da filosofia política, os autores identificaram um conjunto de seis bens comuns, ou políticas que

operam em diferentes tipos de interações sociais da vida cotidiana, formando seis mundos ou *cités*.

A política 'inspirada' partindo dos escritos de Santo Agostinho em *A Cidade de Deus* (*The city of God*); a política 'doméstica' dos escritos de Bossuet em *A política extraída das próprias palavras da Sagrada Escritura* (*Politics Drawn from the very words of Holy Scripture*); a política 'da fama' de *O Leviatã* de Hobbes (*The elements of Law*); a política 'civil' de Rousseau em *O Contrato Social* (*Social Contract*); a política 'industrial' dos escritos de Saint-Simon em *Da fisiologia social* (*De la physiologie sociale*); e a política 'do mercado' dos escritos de Adam Smith em *A riqueza das Nações* (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Tais políticas se apoiam em uma estrutura comum que limita a tensão entre as restrições de igualdade e de ordem, comuns nas situações cotidianas. Para a construção dos mundos de justificação os autores se embasam em um modelo comum de política. Tal modelo é construído em torno de uma ordem de valor e sustenta o sentido comum do que é justo. Para os autores, há seis axiomas que especificam uma lógica que pode ser mobilizada por uma comunidade.

O primeiro axioma - princípio da humanidade comum - sustenta que é possível identificar membros da comunidade que podem aplicar a convenção para estabelecer equivalências entre seus membros. Este axioma postula a equivalência fundamental entre os membros da *cité* de que todos os indivíduos compartilham do status de seres humanos, ou seja, todos pertencem à humanidade na mesma base. Por isso, os mundos não incluem construtos políticos que incorporem situações desumanas como escravidão, diferenças raciais ou de gênero.

O segundo axioma - princípio da diferenciação - postula que diferentes estados de valor são possíveis para os membros, com base na convenção, adaptando seus comportamentos e formas de justificação de acordo com estes estados. No entanto, uma mesma *cité* pode possuir incontáveis estados de valor, tantos quanto o número de membros que a habitam (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

O terceiro axioma - dignidade humana - afirma que todos os membros da comunidade possuem a mesma capacidade de acessar os diferentes estados nela. Em cada estado de valor, está entranhada na natureza humana e ancora a ordem de valor de cada mundo.

O quarto axioma - princípio da ordenação ou ordem de valor - afirma que diferentes estados possíveis são ordenados. Esta ordenação organiza os estados de valor em níveis que influenciam as ações e as justificações.

O quinto axioma - fórmula de investimento - vincula o acesso do ator ao estado de valor a um sacrifício ou custo, condição fundamental para o sujeito acessar este estado. Assim, constitui-se uma economia de valor na qual os benefícios de um mundo específico se concretizam.

O sexto e último axioma - bem comum - é central no modelo de política dos autores. É este que une os diversos estados de valor juntos e expressa o sentido ordinário do termo política, que implica uma referência a um bem comum em uma sociedade organizada (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

A definição das políticas a partir dos axiomas centrais ainda mantinha a construção dos mundos de justificação no nível dos princípios fundamentais para cada estado de valor. No entanto, sabendo que o nível dos princípios é muito formal para ser efetivo, para ser melhor fundamentado, as políticas deveriam ser ampliadas a um mundo comum com objetos e sujeitos qualificados por um princípio comum. A partir da análise de manuais e guias de comportamento contemporâneos da área da gestão, Boltanski e Thévenot (2006; 2020) construíram o *framework* de análise dos mundos de justificação. Este *framework* identifica outras categorias de análise para cada mundo: estado de valor; dignidade humana; lista de sujeitos; lista de objetos e arranjos; fórmula de investimento; relação de valor; relacionamento entre os seres; figuras harmoniosas da ordem natural; testes; modo de expressão de julgamento; forma de evidência; e, a queda ou estado de deficiência.

O estado de valor (*state of worthiness*) e a dignidade humana (*human dignity*) estão intimamente relacionados. O primeiro identifica o estado de valor dos seres dignos do princípio comum mais alto. Estes servem como ponto de referência para o critério pelo qual a importância é medida, apoiando a coordenação das ações das outras pessoas. A partir da identificação dos 'dignos' entende-se também os estados de deficiência e os seres que a manifestam. Estes seres menosprezam o merecimento dos 'dignos' por não compartilharem do estado de valor que qualifica certa dignidade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

A identificação dos temas (*subjects*), objetos (*objects*) e testes (*tests*) de cada mundo comum ou 'cité', foram identificados a partir da análise de livros de administração, descritos pelos autores como manuais contemporâneos ou guias.

Os manuais foram escolhidos por se concentrarem em um dos mundos e abordarem situações comuns a estas realidades, oferecendo conselhos práticos sobre como as pessoas devem se comportar em situações específicas.

A lista de sujeitos (*list of subjects*) identifica em cada mundo os seres dignos e indignos daquele estado de valor. Já a lista de objetos e arranjos (*list of objects and arrangements*), desigualmente desenvolvida em cada mundo, representa a combinação de objetos que materializam o valor das pessoas envolvidas em uma situação. No entanto, a interpretação do arranjo de pessoas e objetos varia de acordo como cada mundo implementa seus mecanismos de valor. Já a relação de valor (*relation of worth*) esclarece a forma que o estado de valor envolve o estado de deficiência (*state of deficiency and decline of the polity*), especificando a relação de ordem entre estados de valor (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

O qualificativo relações naturais entre os seres (*natural relations among beings*) apresenta os verbos encontrados nos manuais e relatórios que expressam os valores dos sujeitos e objetos em equivalência com a política do mundo em questão. Já as figuras (*harmonious figures of the natural order*) revelam uma distribuição harmoniosa de estados de valor em conformidade com a fórmula de investimento em cada mundo de justificação. Assim, em cada mundo as figuras predominantes que representam o princípio comum são tidas como realidade em si (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Uma situação que exige um teste aparece quando existe uma discordância aparente entre o valor das pessoas e os objetos envolvidos, expressados na forma de uma deficiência ou de ruptura da ordem. Os desacordos podem encontrar uma solução a partir de um teste (*model test*), uma disputa. No entanto, um teste de valor não pode ser confundido com um debate teórico. Afinal este envolve pessoas em um mundo de objetos, no qual uma disputa se ‘materializa’, sendo a presença das coisas que permite que as pessoas comparem uma situação particular a outras situações mais gerais. A função de um teste é resolver desentendimento e ambiguidades estabelecendo uma nova distribuição de valor das pessoas e objetos envolvidos na situação.

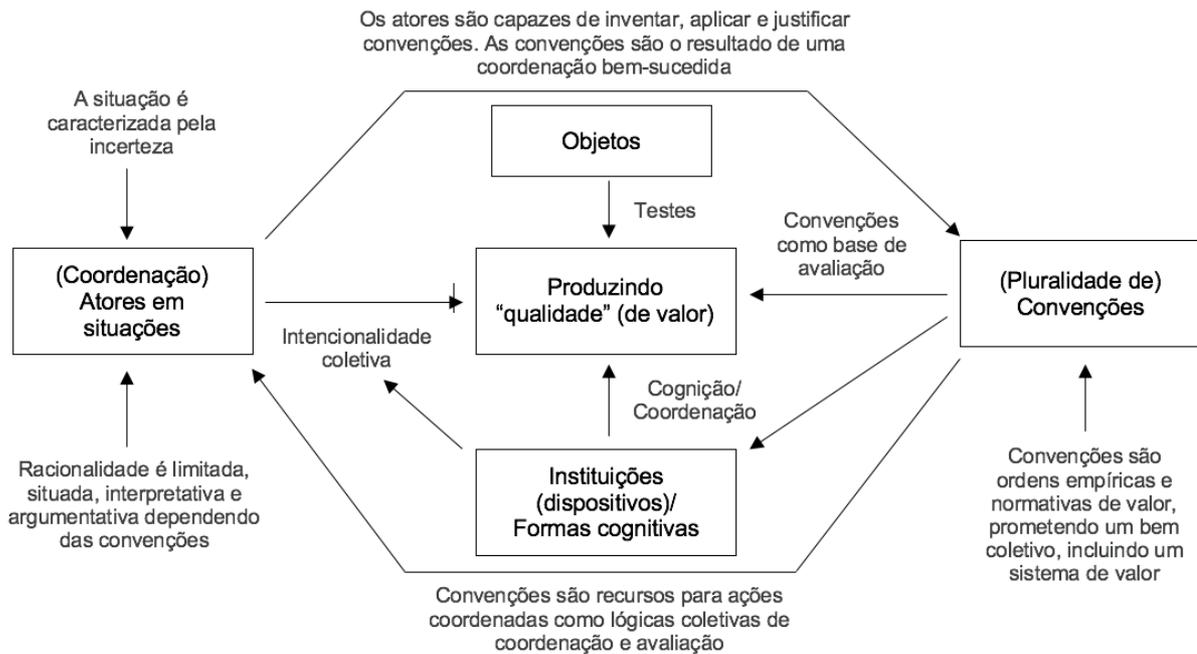
No entanto, para que acordos sejam alcançados nos momentos de disputas, as pessoas precisam invocar as mesmas ordens de valor em uma dada situação, sendo que os compromissos feitos em acordos sempre podem ser comprometidos pelo renascimento de uma nova crítica (GODECHOT, 2009), e, assim, um novo

teste. Ou seja, a estabilidade ou pureza de uma situação só é mantida enquanto os participantes do teste se mantiverem em um mundo, mantendo os recursos aos mundos alternativos fora da situação.

Assim, o modo de expressão de um julgamento (*mode of expression of judgment*) e a forma de evidência (*form of evidence*) serão diferentes em cada mundo e caracteriza a forma na qual o princípio comum mais elevado é manifestado (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

O esquema de Diaz-Bone (2018), apresentado na Figura 11, resume os principais conceitos e suas relações da Teoria da Justificação (ou das convenções⁹).

Figura 11 - Conceitos fundamentais da teoria das convenções



Fonte: Diaz-Bone (2018, tradução nossa).

Cada um dos mundos de justificação irá apresentar seus arranjos específicos entre os elementos descritos anteriormente. O mundo da inspiração foi fundamentado na obra de Santo Agostinho - *The city of God* - e, no manual intitulado "A criatividade em prática" (*La créativité en pratique*), de Bernard Demory (1974).

⁹ A noção de "convenção" parte da escola de pensamento da Economia das Convenções, da qual Boltanski e Thévenot fazem parte. Diaz-Bone (2018) esclarece que as convenções podem ser consideradas ordens de justificação, e por este motivo, a sistematização apresentada na Figura 11 é utilizada para ilustrar os fundamentos da Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020).

Na *cit * inspirada, a principal grandeza   a do santo que ascende a um estado de graça, ou do artista que recebe a inspira o. A santidade, criatividade, senso artístico e autenticidade constituem a forma de expressão manifestada neste mundo (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Quadro 4 - Categorias de análise do Mundo da Inspira o

Mundo da Inspira�o	
Princípio comum	O derramamento de inspira�o - Inspira�o
Estado de valor	Inexpress�vel e etéreo - bizarro, incomum, maravilhoso, indescritível, perturbador, excitante, espontâneo, emocional
Dignidade	A ansiedade da cria�o - amor, paixão, criar
Sujeitos	Vision�rios - espírito, sombra, monstro, fada, criança, mulher, louco, artista
Objetos	O sonho acordado - mente, corpo, sonho, inconsciente, droga
Investimento	Fugir dos hábitos - pondo em causa, risco, desvio
Rela�o de valor	O valor universal da singularidade - g�nio, independente
Relacionamentos	A alquimia de encontros inesperados - criar, descobrir, procurar, imaginar, sonhar, explodir
Figuras	A realidade do imaginário - imaginário, inconsciente
Testes	Vagabundagem da mente - aventura, busca, viagem mental, "encontrando o caminho", vivido, experiência
Julgamento	O golpe de g�nio - ilumina�o, intui�o, surgir, aparecer, acaso, borbulhar, revolu�o, vertigem, superar (a si mesmo), obra-prima, planeta, aura
Evidência	A certeza da intui�o - fantasma, símbolos, signos, analogias, imagens, mitos
A queda	A tenta�o de descer � terra - paralisado, hábito, sinais externos, reprodutivos

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradu o nossa*, 2006, p. 159 - 163).

O mundo doméstico teve como base para a constru o de sua política o texto de Bossuet - *Politics Drawn from the very words of Holy Scripture*. Já o manual utilizado para a identifica o dos demais elementos, foi de Pierre Camusat (1970), "Rela o humana e promo o" (*Savoir-vivre et promotion*). Nesta *cit *, a grandeza dos atores subordina-se   posi o hierárquica em uma corrente de dependências pessoais, vinculadas   tradi o e   proximidade, onde a superioridade   alcançada através do julgamento de um superior (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Quadro 5 - Categorias de análise do Mundo Doméstico

Mundo Doméstico	
Princípio comum	Engendramento de acordo com tradição - geração, hierarquia, tradição
Estado de valor	Superioridade hierárquica - benevolente, bem educado, sábio, distinto, discreto, reservado, confiável, honesto, fiel
Dignidade	A postura do hábito - bom senso, hábitos, naturalidade, caráter
Sujeitos	Superiores e inferiores - Seres mais dignos: pai, rei, antepassados, pais, família, adultos, líder, chefe. Seres menos dignos: Eu, solteiro, estrangeiro, mulher, criança, animal de estimação. Outros: visitante, arredores (membros), vizinhos, terceiros
Objetos	As regras de etiqueta - boas maneiras, bom comportamento, classificação, título, moradia, introdução, assinatura, anúncios, presentes, flores
Investimento	A rejeição do egoísmo - consideração, dever (e dívida), harmonia
Relação de valor	Respeito e responsabilidade - autoridade, subordinação, respeitabilidade, honra, vergonha
Relacionamentos	A companhia de pessoas bem educadas - reproduzir, dar à luz, treinar, convidar, dar, receber, retornar, recomendar, agradecer, respeitar
Figuras	A alma do lar - lar, família, <i>milieu</i> , princípios, costumes, convenções
Testes	Cerimônias familiares - celebração, nascimento, morte, casamento, eventos sociais, conversa, distinção, nomeação
Julgamento	Saber como dar confiança - aprecie, parabeneze, elogie, critique, informe
Evidência	A anedota exemplar - exemplo (dar como um), preconceito
A queda	Falta de inibição - indelicado, desordeiro, falastrão, fofoca, encenqueiro, indiscreto, desordenado, vulgar, invejoso, bajulador, traidor

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradução nossa*, 2006, p. 165 - 176).

A política da fama fundamentou-se principalmente em Hobbes (*The elements of Law*), assim como, no manual de Christian Schneider (1970), “Princípios e técnicas das relações públicas” (*Principes et techniques des relations publiques*). No mundo da fama, a grandeza dos atores é dependente da opinião alheia. As pessoas em estado de merecimento agem pelo amor próprio e pelo desejo de reconhecimento e respeito.

Quadro 6 - Categorias de análise do Mundo da Fama

Mundo da Fama	
Princípio comum	A realidade da opinião pública - pública (em geral)
Estado de valor	Fama - renome, reconhecido, visível, sucesso (ter), distinguir (a si mesmo), persuasivo, atrair a atenção
Dignidade	O desejo de ser reconhecido - amor a si mesmo, respeito (desejo de)
Sujeitos	Estrelas e seus fãs - personalidade (um famoso), líder de opinião, porta-voz, repórter, jornalista, agente de relações públicas
Objetos	Nomes na mídia - marca, mensagem, remetente, receptor, campanha, relações públicas, imprensa, entrevista, boletim, meio, brochura, correspondência, crachá, audiovisual, atmosfera, ambiente
Investimento	Entregar “contar” segredos - revelar
Relação de valor	Ser reconhecido e identificar - identificação, força
Relacionamentos	Persuasão - influenciar, convencer, sensibilizar, atrair, seduzir, enganchar, penetrar, capturar, lançar, emitir, circular (fazer), propagar, promover, orientar, ampliar, falar, citar
Figuras	A imagem pública - público, alvo, posicionamento
Testes	Apresentação do evento - manifestação, imprensa, conferência, inauguração, <i>open house</i> (demonstração)
Julgamento	O julgamento da opinião pública - rumor, não confirmado, relatório, moda, estar de pé (<i>standing</i>), sensação, repercussão, proporções adequadas (reduzir a), medir (o público)
Evidência	A evidência do sucesso - ser conhecido
A queda	Indiferença e banalidade - desconhecido, escondido, indiferença (encontro), esquecido, imagem difusa banal, deteriorou-se, desapareceu, perdido

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradução nossa*, 2006, p. 179 - 185).

Para o mundo civil, os autores utilizaram dois manuais publicados pela Confederação francesa dos trabalhadores (*CFDT - Confédération française de travailleurs*): “Eleger e designar delegados” (*Pour élire ou désigner les délégués*) de 1983; e, “A seção sindical” (*La section syndicale*) de 1981. A política civil fundamentou nos escritos de Rousseau em “O contrato Social” (*Social Contract*).

A grandeza do mundo civil está na representação de um coletivo, onde a vontade geral predomina em detrimento dos interesses pessoais. Direitos humanos, participação, o Estado e as instituições democráticas são celebradas por seu papel na promoção de coesão social.

Quadro 7 - Categorias de análise do Mundo Civil

Mundo Civil	
Princípio comum	A preeminência dos coletivos - coletivos, todos, vontade (geral)
Estado de valor	Regra governada e representativa - unitária, legal, governada por regras, oficial, representativa, autorizada, confirmada, livre
Dignidade	A aspiração aos direitos civis - direitos civis, aspirações políticas, participação
Sujeitos	Coletivo de pessoas e seus representantes - coletividades públicas, federação partidária, capítulo, cargo, comitê, funcionário eleito, representante, delegado, secretário, membro
Objetos	Formas jurídicas - direitos, legislação, decreto, ordem, medida, tribunais, formalidade, procedimento, transcrição, infração, capacidade (eleitoral), código, critério, distrito, ardósia (dos candidatos), programa, política, declaração, cartaz, brochura, cédula, folheto, slogan, sede, sede, escritório local, sigla, cartão
Investimento	A renúncia do particular - solidariedade, transcender (divisões), renúncia (de interesse imediato), luta (por uma causa)
Relação de valor	Relação de delegação - filiação, representação, delegação, expressão (de aspirações)
Relacionamentos	Reunir para ação coletiva - unificar, mobilizar, reunir, excluir, aderir, apoiar, apelar, debater (democraticamente), falar (tomar a palavra), informar, codificar, legalizar, autorizar, encaminhar (para um tribunal)
Figuras	A república democrática - república, estado, democracia, base, eleitorado, instituições (representante), parlamento
Testes	Demonstração por uma causa justa - assembleia, congresso, conselho, reunião, sessão, movimento, presença (manifestar a presença de), disputa, recurso, justiça (demanda)
Julgamento	O veredicto do voto - votação, eleição, consulta, mobilização, causa (apoio a), conscientização (realização)
Evidência	O texto legal - lei (o), regras (legais), estatutos
A queda	Divisão - dividido, minoria (no), em particular, isolado, cortado (a partir da base eleitoral), individualismo (auto-serviço), desvio, subgrupo, irregular, arbitrário, anulado, removido

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradução nossa*, 2006, p. 185 - 193).

A *cit*é do mercado teve sua política demarcada a partir dos escritos de Adam Smith, e do manual “O que eles não te ensinam na Harvard Business School” (*What they don't teach you at Harvard Business School*), de Mark H. McCormack's (1984). A grandeza deste mundo está no enriquecimento através do mercado concorrencial. A vontade de possuir objetos, a conquista da riqueza, a ambição e o interesse são valores positivos ao estimularem o progresso em direção à inovação.

Quadro 8 - Categorias de análise do Mundo Mercantil

Mundo Mercantil	
Princípio comum	Concorrência - rivalidade, concorrentes
Estado de valor	Desejável - valor (de), vendável, milionário, vencedor Indesejado - odiado
Dignidade	Interesse - amor (das coisas), desejo, egoísmo
Sujeitos	Concorrentes - empresário, vendedor, cliente, comprador, independente (trabalhador)
Objetos	Riqueza - luxo (item)
Investimento	Oportunismo - liberdade, abertura, atenção aos outros, simpatia, distanciamento, distância (emocional), perspectiva (conseguir alguns)
Relação de valor	Possuir
Relacionamentos	Interesse (a) - comprar, obter (para si mesmo), vender, fazer negócios, negociar, beneficiar (de), comercializar, pagar, competir
Figuras	Mercado
Testes	Negociação - acordo fechado, na bolsa (in the bag), tudo embrulhado
Julgamento	Preço - valor (justificado, razoável, real)
Evidência	Dinheiro - benefício, resultado, retorno
A queda	Escravidão ao dinheiro

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradução nossa*, 2006, p. 194 - 203).

A política do mundo industrial parte dos escritos de Saint-Simon - *Du système industriel; Lettres d'un habitant de Genève à ses contemporains; L'industrie, De la physiologie sociale*, e, do manual, "Produtividade e condições de trabalho: um guia de diagnóstico para entrar em ação" (*Productivité et conditions de travail: Un guide diagnostic pour entrer dans l'action*), de Maurice Pierrot's (1980). A grandeza desta *cité* se baseia na eficácia e nas capacidades profissionais. O desempenho, a produtividade, a capacidade de assegurar operações em funcionamento normal ordena os seres deste mundo. No entanto, o este mundo não é demarcado apenas pela indústria, mas, seus traços estão em todos aquele que se guiam pelos princípios da eficiência, da organização e progresso otimizado.

Quadro 9 - Categorias de análise do Mundo Industrial

Mundo Industrial	
Princípio comum	Eficiência - desempenho, futuro
Estado de valor	Eficiente - funcional, confiável, operacional. Ineficiente - improdutivo, não opcional, inativo, inadequado, colapso (em um estado de), não confiável
Dignidade	Trabalho - energia
Sujeitos	Profissionais - <i>expert</i> , especialista, pessoa no comando, operador
Objetos	Meios - ferramenta, recurso, método, tarefa, espaço, ambiente, eixo, direção, dimensão, critério, definição, lista, gráfico, gráfico, calendário, plano, objetivo, quantidade, variável, série, média, probabilidade, padrão, fator, causa
Investimento	Progresso - investimento, dinâmica
Relação de valor	Controle
Relacionamentos	Função - colocar em funcionamento, maquinaria (ligação de), função (ser uma função de), rodas dentadas, interagir, necessidade (de), condição (de), necessária (relação), integrar, organizar, controlar, estabilizar, ordenar, antecipar, implantar, adaptar, detectar, analisar, considerar (levar em), determinar, light (bring to), medir, formalizar, padronizar, otimizar, resolver, processar
Figuras	Organização - sistema
Testes	Tentativa (<i>trial</i>) - lançamento, configuração, colocando para trabalhar, realização
Julgamento	Eficaz - correto, de acordo com o trabalho, funcionamento
Evidência	Medida
A queda	Ação instrumental - tratar pessoas como coisas

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (*tradução nossa*, 2006, p. 203 - 211).

Uma sétima *cit*é foi apresentada nos estudos de Boltanski e Chiapello (2009; 2020), a cidade em rede ou por projetos. No desenvolvimento do terceiro espírito do capitalismo, apresentado na obra *Le Nouvel Esprit du Capitalisme* (1999), os autores introduzem uma lógica de referência apropriada ao funcionamento econômico em rede (Quadro 11).

Nesta obra, os autores identificam o capitalismo como um sistema “absurdo”, um sistema qualificado pela obrigação de acumulação ilimitada do capital por meios formalmente pacíficos. A interpretação das mudanças nos métodos de gestão de negócios e nas ideologias associadas a estes levou os autores a identificarem três espíritos do capitalismo. O “espírito do capitalismo” é definido como uma ideologia

que justifica o engajamento neste modelo a partir de vantagens do ‘bem comum’. Tal configuração ideológica é situada no espaço e no tempo e fornece uma “descrição estilística” de certas características das operações dos negócios em um determinado momento (CHIAPELLO, 2013, p. 62).

A partir das mudanças na França pós maio de 1968, marcado por movimentos de crítica ao capitalismo, os autores investigaram a inter-relação entre as críticas ao capitalismo e as dinâmicas e reações que levam o capitalismo a buscar novas formas de legitimidade. Na obra de 1999, “O novo espírito do capitalismo”, Boltanski e Chiapello (2009; 2020) assinalam dois tipos de críticas, a crítica social e a crítica artística. Ambas se desenvolveram desde o século XIX e deram origem aos três espíritos apresentados nesta obra.

Quadro 10 - Os quatro tipos de crítica ao capitalismo

	Crítica conservadora	Crítica social	Crítica artística	Crítica ecológica
Causas de indignação	Pobreza/ insegurança, desordem moral, destruição da solidariedade, luta de classes.	Pobreza/ desigualdades, relações salariais, exploração, domínio de capital, dominação de classe.	Mediocridade, estupidez; uniformização, massificação, mercantilização, condicionamento; alienação.	Destruição de ecossistemas, espécies e habitats humanos.
Valores subjacentes	Dignidade comum a todos os seres humanos, interdependência de classe, dever moral da elite.	Trabalho, igualdade (em termos econômicos e na tomada de decisões) como condição necessária para uma verdadeira liberdade.	Autonomia pessoal (interna e externa), gosto e existência refinada (arte, filosofia, verdade etc.).	Dignidade comum a todos os seres vivos, vida das gerações futuras.

Fonte: Chiapello (2013, p. 65, *tradução nossa*).

O primeiro espírito concentra-se na figura do burguês empreendedor em fins do século XIX, ainda centrado com formas de capitalismo fundamentalmente familiar com ligação à terra. O capitalismo aqui tem foco na libertação, tanto espacial como geográfica, possibilitada pelos meios de comunicação e pelo trabalho assalariado. A crença no progresso, futuro, técnica e nas vantagens da indústria animavam este período.

Já o segundo espírito, que emerge mais fortemente entre os anos 30 e 60, está centrado nas organizações industriais, centralizadas e burocratizadas, e

menos no empresário individual. A figura heróica deste período estava no diretor da organização. O bem comum compartilhado é permeado pela ordem industrial, mas também cívica, na medida em que a socialização da produção industrial é interpretada como um capitalismo animado pelo espírito da justiça social.

O terceiro espírito, ainda em construção quando da publicação da obra de Boltanski e Chiapello (2009; 2020), da década de 60 até meados dos anos 90, representa o capitalismo globalizado impulsionado pelas novas tecnologias (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; 2020). Em meados dos anos 90 a crítica conservadora se une às críticas social e artística, já no século XX, e uma quarta crítica é identificada, a crítica ecológica. Como pode ser visto no Quadro 10, as causas de indignação de cada crítica identificam os fenômenos atribuídos ao capitalismo que tal crítica pretende denunciar, enquanto os valores subjacentes representam em nome do que tal crítica está operando.

A lógica do Mundo de projetos ou em rede, surge a partir da década de 90 e reintegra as críticas das formas de trabalho capitalista surgidas a partir da década de 60. Seus atores principais são qualificados por formar redes e se provarem capazes de projetar ou gerir um projeto. A grandeza deste mundo depende da flexibilidade, mobilidade e empregabilidade destes atores, destacando-se o papel dos gerentes de projetos que iniciam e coordenam as atividades, mas também os executores intermediários como consultores, treinadores, recrutadores e representantes das organizações que atuam em rede (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; 2020).

Quadro 11 - Categorias de análise do Mundo por Projetos ou em Rede

Mundo por Projetos	
Princípio comum	Atividade, projetos, ampliação da rede, propagação dos elos
Estado de valor	Empenhado - cativante, móvel, entusiasta, envolvido, flexível, adaptável, polivalente, em evolução, empregável, autônomo, sabe engajar os outros, tolerante. Não empenhado - não engajável, inadaptável, não inspira confiança. autoritário, rígido, intolerante, imóvel, enraizado, apegado, garantia de emprego (prefere a)
Dignidade	Necessidade de ligar-se
Sujeitos	Mediador - gerente de projeto, <i>coach</i> , especialista, cliente, fornecedor, inovador
Objetos	Conexão - instrumentos de conexão, novas tecnologias, relações

	informais, relações de confiança, parceria, acordos, alianças, terceirização, redes de empresas, empresas em redes, malha, projetos, laço, sinapses
Investimento	Adaptabilidade - leveza, flexibilidade, tolerância, locação
Relação de valor	Redistribuição de conexões e informações, pôr em contato, inserir em redes, dar empregabilidade
Relacionamentos	Conectar - conexão, conectar-se, comunicar-se, coordenar-se, ajustar-se aos outros, depositar confiança
Figuras	A rede
Testes	Projeto - fim de um projeto e começo de outro
Julgamento	Ser chamado a participar, inserir, fazer, participar, falar de, evitar, manter a distância, ignorar, rejeitar, excluir
A queda	Fechamento da rede, corrupção, privilégios, apadrinhamento, máfias

Fonte: Adaptado de Boltanski e Chiapello (2009).

Em contribuição com outros autores, Laurent Thévenot descreveu um oitavo mundo, o mundo verde ou ecológico, frequentemente utilizado em combinação com outros tipos de justificação (LAFAYE; THÉVENOT, 1993; THÉVENOT; MOODY; LAFAYE, 2000). Esta lógica é uma resposta à crítica ecológica e destaca a preocupação com a preservação do ambiente natural, biológico e climático. Os principais atores deste mundo são os indivíduos comprometidos com a preservação do ambiente, que escolhem um estilo de vida equilibrado e holístico onde a produção, distribuição e consumo devem ser conduzidos de maneira a respeitar a integridade e os ciclos naturais do meio ambiente.

A lógica verde apresenta características do mundo da inspiração e do mundo cívico. Assim como o mundo da inspiração tem precursores nos movimentos espirituais, e, nos movimentos sociais da segunda metade do século XIX. Como o mundo cívico, apesar de ativos contra a destruição do meio ambiente, seus adeptos não prejudicam os direitos de terceiros. Pode-se considerar que esta lógica é oposta à lógica industrial (THEVENOT; MOODY; LAFAYE, 2000).

Os discursos ecológicos emergem com termos como “sustentabilidade”, “renovação”, “pegada de carbono”, “emissões de CO₂”, “impacto ambiental” e outras. Organizações não governamentais como Greenpeace e outras de preservação da natureza e movimento antinuclear são atores importantes neste mundo.

Para Chiapello (2013), este novo espírito tem se formado a partir das críticas ecológica e conservadora. A crítica ecológica apoiando a produção e o consumo em escala local, desenvolvimento de soluções tecnológicas alternativas para os desafios ecológicos e práticas filantrópicas abrindo caminho para possibilidade de o capitalismo moderno evoluir para o capitalismo verde. A crítica conservadora defende um capitalismo solidário e oferecem uma interpretação da responsabilidade social corporativa, empreendedorismo social e negócios sociais como novas formas de crítica ao modelo capitalista (CHIAPELLO, 2013).

Quadro 12 - Categorias de análise do Mundo Verde

Mundo Verde	
Princípio comum	Ambiente (sua integridade, sustentabilidade)
Estado de valor	Sustentável Compatibilidade ambiental, Prevenção de externalidades
Dignidade	Ambientalmente amigável, preservação
Sujeitos	Ambientalistas, habitantes
Objetos	Natureza intocada, ambiente saudável, habitat natural
Investimento	Não diminuir a utilidade atual
Relacionamentos	Responsabilidade ecológica
Figuras	O meio ambiente
Testes	Sustentabilidade e renovabilidade, Prevenção de danos ambientais, <i>Greening</i>
Julgamento	Balanco ecológico
Evidência	Ecológica, ecossistêmica, impacto de longo prazo
A queda	Poluição

Fonte: Adaptado de Thévenot, Moody e Lafaye (2000) e Diaz-Bone (2018)¹⁰.

Ao tentarem compreender a capacidade crítica dos atores, Boltanski e Thévenot (2006; 2020) consideram que estes são capazes de mudar de uma forma de justificação para outra. Assim, pressupõe-se que exista certa plasticidade das medidas de valor, de acordo com a situação vivenciada. Ou seja, os diferentes

¹⁰ Thévenot et al. (2000) esclarece o 'Mundo Verde' é uma ordem de valor ainda em desenvolvimento, e, por este motivo, ainda não foi completamente ilustrada ou fortemente integrada como os demais mundos.

mundos estão disponíveis para todos os atores em qualquer campo, assim estes podem acessá-los para atender às suas necessidades de retórica nos momentos de desacordo (CLOUTIER; LANGLEY, 2013).

Boltanski e Thévenot (1999) descrevem duas formas de crítica baseadas em externalidades. A primeira refere-se à denúncia de um teste, de um mundo específico, que contenha elementos ou seres relevantes em outro mundo. Esta situação ou figura é chamada de 'mudança de valor'. Nesta a situação é criticada por ser considerada injusta por apresentar um valor que não é relevante para aquele mundo especificamente. Uma segunda figura, mais radical, possui como alvo da crítica o próprio princípio de equivalência no qual o teste é fundamentado. Neste caso, o objetivo da crítica é substituir o teste atual por outro relevante em outro mundo. Assim, a crítica está no tipo de teste e não na maneira que foi projetado, questionando se o teste escolhido é o mais apropriado para a situação.

Os autores destacam que “quanto menos pura a situação é (no sentido de que ela contém objetos relevantes em mundos diferentes), mais fácil é denunciá-la” (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999, p. 375). Tais situações com objetos de diferentes mundos são chamadas de 'situações ambíguas', nestes casos a disputa envolve a competição entre dois 'testes de realidade' diferentes. Para que a disputa se encerre, os envolvidos devem tentar voltar a apenas um teste ou estabelecer um compromisso para aquela situação. Com o compromisso, as pessoas cooperam para manter os seres presentes relevantes em mundos diferentes sem tentar esclarecer o princípio sobre o qual seu acordo se baseia (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999). Assim, as pessoas precisam invocar as mesmas ordens de valor em uma dada situação, sendo que os compromissos feitos sempre podem ser ameaçados pelo renascimento de uma nova crítica (GODECHOT, 2009), e, um novo teste. Ou seja, a estabilidade ou pureza de uma situação só é mantida enquanto os participantes do teste se mantiverem em um mundo, mantendo os recursos aos mundos alternativos fora daquela situação. É importante destacar que os atores unidos pelo compromisso continuam a pertencer a seus mundos de origem, uma vez que o compromisso não é formado sobre a base um novo princípio superior comum. Apesar do compromisso manter o interesse geral como dominante naquela situação, esta continua a ser uma situação composta (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Além do ‘teste de realidade’ e do ‘compromisso’ como solução para que os atores voltem ao curso normal de ação, estes podem simplesmente desistir da disputa sem fazer nenhum novo acordo que precise ser confirmado por um teste. O perdão e o esquecimento são explicados por esta lógica (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999; 2006; 2020). Outra forma de acordo é descrita como “arranjo privado”, alcançado por decisão mútua entre as partes, sem reivindicar um bem comum, mas sim, aceitando os ganhos da outra parte deste que também consiga o que desejam. A equivalência é estabelecida localmente sem recorrer a um princípio de justiça (BOLTANSKI; THÉVENOT; 2006; 2020). Apesar da possibilidade de as partes compartilharem um código moral semelhante, nestes casos, estes não necessitam da aprovação moral de outras pessoas que possam discordar do acordo realizado (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017).

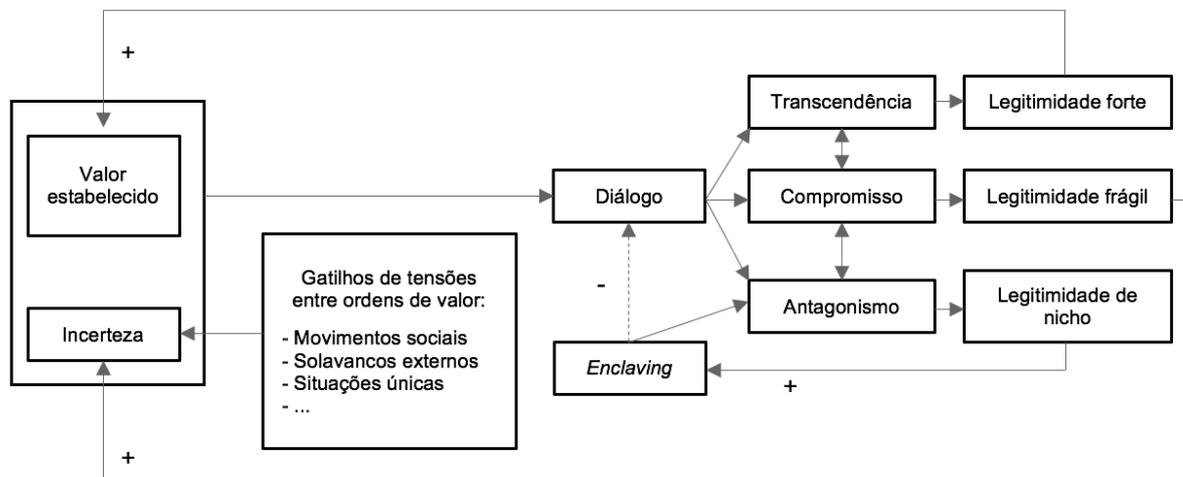
Como os mundos de justificação são construções históricas, os autores salientam que estes podem perder a capacidade de fundamentar as justificativas das pessoas ao longo do tempo, assim como outros mundos podem emergir para justificar novos valores da sociedade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999).

2.2.1 Lógicas de Justificação: aplicações nos estudos organizacionais e críticas à teoria

Reinecke, Bommel e Spicer (2017) recorrem a Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot para examinarem como as organizações e seus públicos constroem e mantêm a legitimidade moral em um contexto pluralista. Esta pluralidade é manifestada pela presença de diferentes valores morais impulsionando as atividades de uma organização, ou naquelas nas quais os critérios morais não são claros.

Como pode ser visto na Figura 12, os autores propõem um modelo de processo de negociação de três tipos de tréguas ou acordos entre as lógicas de justificação: transcendência, comprometimento e antagonismo. Estes acordos dão origem a diferentes padrões de legitimidade moral: forte, frágil e de nicho.

Figura 12 - Modelo de processo de construção de legitimidade moral em situações de multiplexidade moral



Fonte: Reinecke, Bommel e Spicer (2017, p.12, tradução nossa).

Algumas situações são descritas por gerarem tensão entre as ordens de valor. Os movimentos sociais são citados por desafiarem ordens de valor existentes na sociedade e atuarem, em alguns casos, como empreendedores institucionais mobilizando ordens alternativas de valor e novas práticas. Estes também têm defendido alternativas mais verdes para a indústria e o comércio, impulsionando a adoção de estilos de vida mais sustentáveis e autênticos (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017).

Solavancos externos também podem desencadear crises de legitimidade, desestabilizando a justificativa dominante e permitindo que ordens de valor concorrentes sejam evocadas. No caso de situações incomuns e únicas que envolvem certo grau de incerteza, os atores são compelidos a fazer novos julgamentos quanto aos critérios morais necessários para julgar a nova situação. A incerteza nestas situações é tanto quanto a legitimidade moral da nova situação quanto aos critérios de devem ser utilizados para avaliá-la (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017).

Para os autores, a legitimidade é um processo comunicativo entre multiatores, envolvendo a própria organização e o público. O público, neste contexto, deve ser entendido como todos aqueles que a organização de alguma forma afeta, seja diretamente ou pelo serviço/produto prestado. Assim, envolve atores da sociedade civil, movimentos sociais, organizações de consumidores, associações governamentais, mídia, indústria, usuários, todos aqueles que integram o contexto

mais amplo de diálogo com aquela organização (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017).

Assim como proposto por Boltanski e Thévenot (2006; 2020), a multiplexidade de ordens de valor é negociada entre os atores por meio do compromisso. O compromisso ocorre sem a necessidade de os atores recorrerem a um teste em apenas um dos mundos e sem esclarecer o princípio comum do acordo. O conflito entre as ordens de valor é estabilizado temporariamente. Este tipo de acordo pode ser observado em novas práticas e mercados pelos desafios de legitimidade que estes enfrentam (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017).

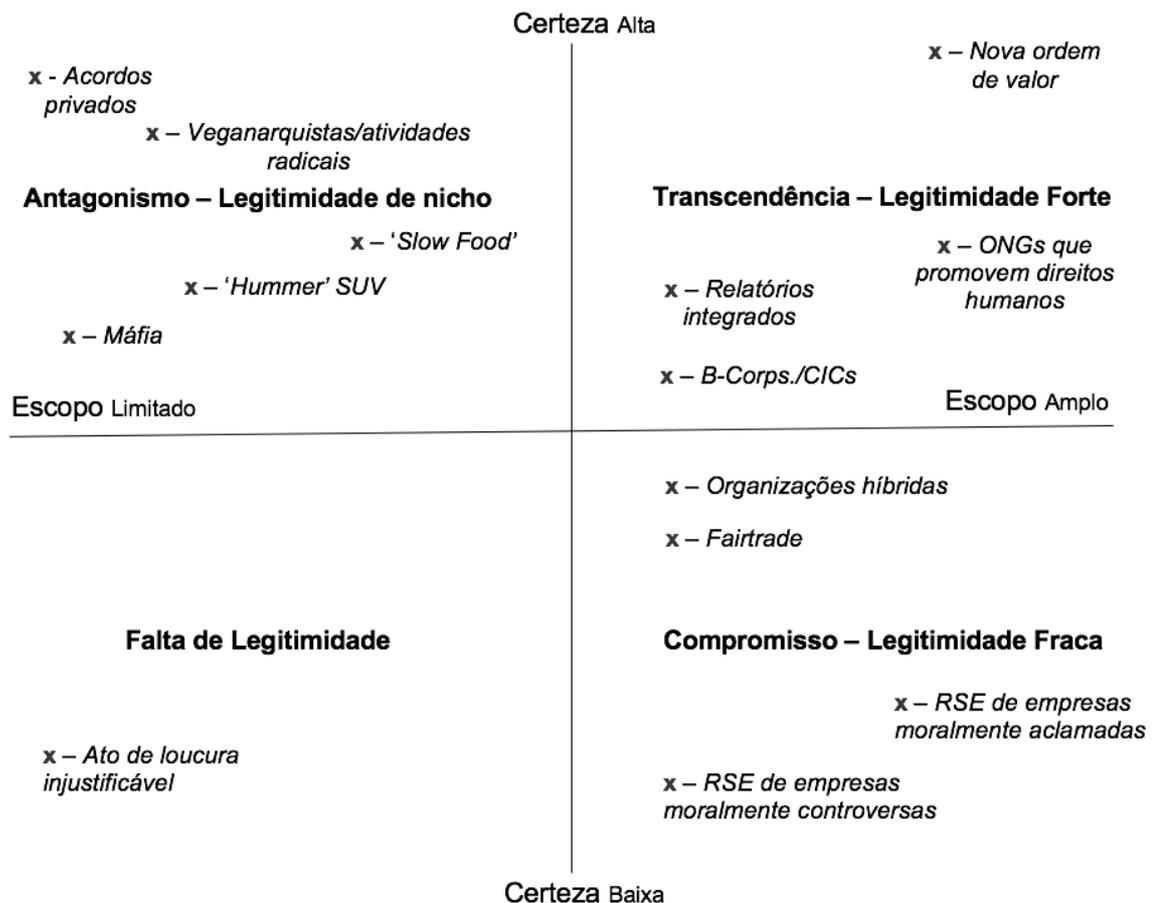
Outra forma de lidar com a multiplexidade moral é a transcendência, alcançada através da negociação de valores transcendentais. A partir da criação de uma nova referência moral os esquemas existentes são alinhados sob um novo ponto de referência de nível superior. Novos mundos como o de projetos e o verde surgem desta maneira. No entanto, a estabilidade da transcendência é um processo incremental e não pode ser negociado por uma única organização por ser um processo de mudança de nível social (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017).

O antagonismo é a última forma de superação descrita pelos autores. Nesta um dos esquemas morais envolvidos na disputa é fortalecido e demarcado. Pode ser visto como um processo de aprimoramento de uma ordem de valor fortalecendo o compromisso desta entre um público mais restrito. O surgimento do movimento “*Slow Food*” é dado como exemplo de antagonismo. Um jornalista italiano começou a protestar diariamente contra a abertura de uma loja do McDonalds em Roma sentando-se próximo ao estabelecimento com uma tigela de macarrão tradicional. O protesto, contra a ordem de valor difundida pelo “*Fast Food*”, despertou em outros atores o fortalecimento de valores e a criação de um novo conjunto de práticas que acabou se tornando o conceito do movimento “*Slow Food*”. Uma vantagem deste processo é a capacidade de unir atores frequentemente comprometidos com outros esquemas de valor, o fortalecimento do esquema de valor encorajado pelo movimento “*Slow Food*” foi capaz de criar laços e o senso de comunalidade entre ambientalistas, pequenos agricultores, ativistas da justiça social e chefs de cozinha.

Como pode ser visto na Figura 12 cada forma de resposta a multiplexidade gera uma forma de legitimidade diferente. Os autores adotam a noção de legitimidade moral como um contínuo, diferente da legitimidade reguladora que pode ser dicotômica. Considerando que cada público protege diferentes ordens de

valor, uma prática pode ser considerada mais ou menos digna de acordo com o público que a avalia (CLOUTIER; LANGLEY, 2013). Desta forma, a legitimidade da organização depende do seu relacionamento com o público avaliador (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017).

Figura 13 - Certeza e escopo da legitimidade moral



Fonte: Reinecke, Van Bommel e Spicer (2017, p. 20, tradução nossa).

Como pode ser visto na Figura 13, Reinecke, Bommel e Spicer (2017) entendem que a combinação de escopo e certeza das organizações influenciam no tipo de legitimidade que estas apresentam segundo seus públicos. O escopo é definido como o grau em que o diálogo entre organização e seu público recorre para o bem comum de uma humanidade compartilhada, buscando acomodar os valores de uma pluralidade de públicos legitimadores. Já a certeza refere-se “ao grau em que uma prática é consistente e previsivelmente julgada como digna dentro de uma determinada ordem de valor” (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017, p. 19).

Os autores ilustram esta classificação com exemplos de organizações utilizadas em outros estudos empíricos, destacando a classificação dada às

organizações híbridas e à responsabilidade social empresarial, uma vez entendido que os compromissos são acordos frágeis por não resolverem completamente a tensão entre ordens de valor concorrentes (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020). A partir das evidências apresentadas em estudos que discutem a legitimidade das organizações híbridas, entende-se que este modelo de organização se apoia em compromissos frente aos desafios, paradoxos, contradições e complexidades da prática cotidiana destas organizações (DEY; STEYAERT, 2010). A tensão entre demandas externas e identidades concorrentes não são facilmente resolvidas nestas organizações (ZILBER, 2002; KRAATZ; BLOCK, 2008; PACHE; SANTOS, 2010; BATTILANA; DORADO, 2010). Assim, a pluralidade de mundos é uma fonte constante de instabilidade ao compromisso realizado, tornando a legitimidade fraca. Da mesma forma, a responsabilidade social empresarial tenta encontrar equilíbrio ao se comprometer com lógicas do mundo ecológico e civil, enquanto suas missões e formatos organizacionais atendem as ordens de valor do mundo do mercado e industrial. Esta tensão mantém a legitimidades destas empresas frágil, uma vez que seu público entende, em muitos casos, que as ordens de valor ecológica e cívica são adotadas instrumentalmente para ganhos de imagem da própria organização.

O caso das corporações de benefícios (*B. Corp.*) e das corporações de interesse da comunidade (*CIC*) são dadas como exemplo de organizações que alcançaram a transcendência, gerando uma forte legitimidade. A diferença destas para as empresas sociais - classificadas como organizações híbridas - está na adoção de formas legais que esclarecem que a missão da organização é servir ao bem comum ao mesmo tempo que gera lucro. O aparato legal, neste caso, reduz as demandas de justificação destas organizações com seus públicos, minimizando as disputas de ordem de valor e gerando uma legitimidade mais forte (REINECKE; BOMMEL; SPICER, 2017)

Apesar de outros estudos explorarem as lógicas institucionais a partir da Teoria da Justificação (BRANDL et al., 2014; CLOUTIER; LANGLEY, 2013; GOND; LECA, 2011), os únicos estudos encontrados que observam as organizações híbridas neste contexto foram os de Reinecke, Bommer e Spicer (2017) e Moriniere e Georgescu (2019). Os últimos apoiaram-se na teoria de Boltanski e Thévenot (1991) para discutir o enfrentamento do pluralismo de lógicas institucionais no trabalho cotidiano de um hospital público francês. Os autores identificaram o conflito e subsequente compromisso entre os mundos do mercado e industrial na tomada

de decisão entre médicos e cirurgiões, sendo a reputação deste avaliada pela influência da lógica do mundo do mercado.

Ainda como estudo no campo organizacional que utilizou as lógicas de justificação como aporte teórico, pode-se citar o de Krieger e Andion (2013) que exploraram o fenômeno da legitimidade das organizações da sociedade civil em contexto brasileiro. A partir da análise dos discursos dos atores do campo, as autoras identificaram as justificativas que embasam a atuação e a existência destas organizações. Bérubé e Demers (2015) também utilizaram a teoria de Boltanski e Thévenot para explorar a gestão do trabalho criativo. Com base no estudo em onze pequenas agências de publicidade, os autores identificaram quatro perfis de gerenciamento do trabalho criativo: versátil, criador, gerente e técnico. A tensão entre o processo de criação e o próprio negócio das agências publicitárias foi investigada a partir da ativação dos diferentes mundos de justificação pelos funcionários.

Além destas, diversos outros estudos têm utilizado este aporte teórico para explorar assuntos como: colaboração inter-organizacional (CLOUTIER; LANGLEY, 2018); legitimidade das organizações da sociedade civil (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017; PATRIOTTA; GOND; SCHULTZ, 2011); estratégias organizacionais (DENIS; LANGLEY; ROULEAU, 2007); inovação tecnológica (KAPLAN; MURRAY, 2010); funcionamento organizacional (STARK, 2000); legitimidade no contexto de controvérsias públicas (PATRIOTTA; GOND; SCHULTZ, 2011); legitimidade moral (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017; DE COCK; NYBERG, 2016); crises de legitimidade (GARUD, GEHMAN; KARNOE, 2010); práticas e culturas políticas ambientais (THÉVENOT, et al., 2000), entre outros. Os contextos de análise também são muito diversos, tais como, comitês de alocação de bens públicos (LAFAYE, 1990), centros de saúde (DODIER, 1993), mídia (LEMIEUX, 2000), fornecedores de energia (PATRIOTTA; GOND; SCHULTZ, 2011) e empresas de auditoria (RAMIREZ, 2013).

Alguns estudos criticam a metáfora dos mundos de Boltanski e Thévenot por entenderem que diferentes lógicas de justificação emergem simultaneamente nos momentos de disputa (SCHWARZ, 2013), compreendendo que nem sempre os atores irão se apoiar em apenas um mundo particular.

Apesar disso, a existência e acesso aos diferentes mundos é a base de entendimento da teoria de Boltanski e Thévenot, uma vez que os autores não

negam a multiplicidade de mundos emergentes em uma disputa. Consideram apenas que, com o intuito de resolver um conflito, os atores se apoiam retoricamente em uma única ordem, ou se comprometem com esta temporariamente, apresentando evidências que esclareçam a hierarquia de valores dominante naquela situação.

Godechot (2009) considera que a teoria da justificação, de certa forma, é muito inspirada pelo estruturalismo, por apresentar uma aplicação do estruturalismo textual à justificação moral construída na década de 1960. Assim, mesmo partindo de uma reivindicação antideterminista, ela é aparente, apesar de apresentada por uma estrutura mais solta que a clássica, com a construção de formas estruturais a uma gramática da moralidade. Taupin (2013) corrobora esta crítica direcionada à obra *'O Novo espírito do capitalismo'*, de Boltanski e Chiapello (2009; 2020).

A crítica de Godechot (2009) e Taupin (2013) possivelmente concentra-se na “tipologia” ou “framework” que Boltanski e Thévenot (2006; 2020) fornecem para explicar os mundos de justificação. O próprio Boltanski afirma que durante todo seu percurso acadêmico continuou “mais ou menos estruturalista”, sendo que a própria obra *'De la Justification'* possui uma explicação estruturalista, mas não “no que diz respeito à noção de estrutura social, à moda de Evans-Pritchard, mas à moda de Lévi-Strauss, das estruturas cognitivas” (ROSATTI; BONALDI; FERREIRA, 2014, p. 224). Ou seja, apesar da estrutura proposta, a teoria concentra-se em investigar situações de prova dos atores, atentos à complexidade dos contextos de experiência e ação destes momentos, devolvendo a estes a capacidade crítica e cognitiva de expressarem suas próprias “verdades”.

Quanto à aproximação de Boltanski e Thévenot (2006) ao estruturalismo, pode-se esclarecer que o programa de pesquisa, de sociologia pragmática da crítica, do qual os autores fazem parte, manifesta as críticas à Teoria Crítica de Bourdieu como uma teoria estruturalista da dominação. Diferente de Bourdieu, os autores partem do entendimento que os atores são ativos, críticos e produzem evidências para apoiar seus questionamentos, ou constroem argumentos para se justificarem diante das críticas à que ficam sujeitos (BOLTANSKI, 2001). Os atores, assim, não são vistos como entes passivos às estruturas de dominação alheias à suas consciências (REINECKE, VAN BOMMEL, SPICER, 2017). A internalização ou incorporação que os atores fazem de normas dominantes, presentes na sociologia crítica de Bourdieu, afasta esta abordagem da possibilidade de explicar

a capacidade crítica e reflexiva dos atores nas ações e disputas em que o entendimento de Boltanski e Thévenot se apoiam (JAGD, 2011).

Este estudo não partirá de uma ordem específica de valor. O objetivo principal será dar ênfase aos testes e objetos que emergem das disputas vividas pelos negócios de impacto. Pretende-se dar luz à sociomaterialidade ativada durante os momentos de disputa, tornando visíveis as coisas e os arranjos de coisas e pessoas que ativam os mundos de justificação manifestados pelos atores no cotidiano de seus negócios. Para isto, o próximo tópico discute a sociomaterialidade nos estudos organizacionais e as possibilidades de análise que esta teoria possibilita.

2.3 SOCIAL + MATERIAL: sociomaterialidade nos estudos organizacionais

A sociomaterialidade se popularizou nas áreas de sistemas de informação e estudos organizacionais a partir dos estudos de Orlikowski (LEONARDI; NARDI; KALLINIKOS, 2012; LEONARDI, 2013). Orlikowski (2007, p. 1437) afirma que “o social e o material são considerados inextricavelmente relacionados - não há social que não seja também material, e nenhum material que não seja também social”. O conceito amplamente teórico da sociomaterialidade questiona filosoficamente a separação entre o social e o material (JARZABKOWSKI; PINCH, 2013; LEONARDI, 2013).

Os escritos de Orlikowski (ORLIKOWSKI, 2007, 2010; ORLIKOWSKI; SCOTT, 2008) corroboram as discussões filosóficas de Latour (1987; 1992; 2005) e Barad (1996, 2003, 2007). A teoria do ator-rede reconhecida no trabalho de Latour (2012) defende que não há diferenças inerentes entre o social e o material. Para essa teoria, a sociedade e a técnica, os humanos e os não-humanos pertencem ao mesmo mundo e agem mutuamente (CHIAPELLO; GILBERT, 2019). Para Orlikowski (2007) a linha de pensamento de Barad - realismo agencial - é complementar a esta, partindo de uma reflexão mais epistemológica que ontológica. Barad postula que objetos e fenômenos não possuem agência, uma vez que são as pessoas que atribuem agência a estes quando utilizam diferentes aparatos para compreendê-los. Assim, Barad trata os fenômenos como construídos discursivamente com uma postura epistemológica que entende o conhecimento que

os indivíduos têm sobre o mundo natural, como inseparavelmente ligado às tecnologias utilizadas para observá-lo (LEONARDI, 2013).

Os estudos organizacionais têm adotado a 'virada material' das ciências sociais (TAYLOR; SPICER, 2007; LEONARDI; NARDI; KALLINIKOS, 2012; CARLILE et al., 2013; DE VAUJANY; MITEV, 2013; ROBICHAUD; COOREN, 2013; LEONARDI, 2013; LORINO, 2013; DE VAUJANY; VAAST, 2014; SIMPSON; CUNHA; CLEGG, 2015; DE VAUJANY, 2019; CHIAPELLO; GILBERT, 2019). A abordagem da análise da sociomaterialidade na Administração lança luz sobre fenômenos organizacionais antes negligenciados, enriquecendo a dimensão empírica da investigação acadêmica neste campo (FARAJ; AZAD, 2012; DE VAUJANY, 2019). Os artefatos, mecanismos e ferramentas de gerenciamento que animam a rotina administrativa deixaram de estar confinados apenas nas grandes empresas. Estes, a muito, estão presentes no terceiro setor, no Estado, nas organizações públicas e na sociedade em geral, e se tornaram mediadores indispensáveis das relações sociais (CHIAPELLO; GILBERT, 2019).

Neste estudo, trazer a sociomaterialidade como um outro arcabouço teórico, além da Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot, parece até redundante. No entanto, é pertinente destacar que este estudo dará especial atenção aos objetos, coisas e espaços que irão emergir nas justificações dos atores pesquisados. Como discutido no capítulo anterior, as avaliações dos atores em momentos de disputa se baseiam em convenções quanto a pessoas, coisas e ações (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1989). Apesar da Teoria da Justificação ser considerada uma forma de análise pragmática do discurso, onde as lógicas de justificação são examinadas como lógicas de interpretação e avaliação dos atores, estas, não necessariamente emergem apenas na forma discursiva (DIAZ-BONE, 2018a).

Thévenot et al. (2000) destacam que as justificativas se baseiam no engajamento de objetos ou outros elementos da situação e devem atender ao requisito de oferecer prova de suas afirmações, sendo que, para serem utilizados como evidências, os objetos, pessoas e eventos precisam ser qualificados de acordo com a ordem específica de valor acionada pelo ator.

A importância do papel dos objetos e das formas cognitivas é reforçada durante toda a construção da Teoria da Justificação. Assim, considera-se que as ordens de justificação não podem ser reduzidas apenas aos discursos dos atores. Para que seja possível compreender e identificar os mundos de justificação ativados

pelos atores, é preciso que o pesquisador esteja presente no momento da ‘fala’ ou ‘expressão’ do ator. Sendo possível reunir então, para além do que é dito, os diferentes objetos, pessoas e dispositivos ativados naquele momento.

A sociomaterialidade emerge neste estudo por dar ‘corpo’, ‘materialidade’, aos objetos e coisas muitas vezes esquecidos nos estudos organizacionais. Como a abordagem pragmática, expressada neste estudo pela Teoria da Justificação, pede que os pesquisadores observem os atores ‘em ato’, esta pesquisa volta-se para a análise das situações de disputa em que os atores sociais, neste caso atores envolvidos em negócios de impacto, expressam suas justificações em resposta aos desafios e tensões enfrentados por suas organizações. A avaliação da situação requer relatos detalhados de como a situação se configura em conjunto, seja nos cenários, equipamentos, protocolos de situações públicas, sala de audiências, sala de concertos, ferramentas, materiais especializados, entre outros (STARK, 2017).

Por estes motivos, parece pertinente trazer a sociomaterialidade para esta discussão. A chamada ‘virada material’ nos estudos organizacionais irá observar como as atividades organizacionais são dependentes de “materialidades que unem relações sociais, estruturas físicas e processos organizacionais” (SIMPSON; CUNHA; CLEGG, 2015, p. 376).

Diversos estudos têm buscado compreender como a materialidade interage com a cognição, o discurso e o comportamento nas dinâmicas organizacionais (CALLON, 2013; CARLILE et al., 2013; DE VAUJANY; VAAST, 2014; LEONARDI; NARDI; KALLINIKOS, 2012; DE VAUJANY; MITEV, 2013; MITEV et al., 2018; DE VAUJANY, 2019). Destaca-se, especialmente, o estudo de Daudigeos e Valiorgue (2018) que propõem uma abordagem teórica, partindo da Teoria da Justificação, para compreender como objetos e dispositivos materiais participam do processo de coordenação em organizações com princípios múltiplos e heterogêneos, ou seja, com lógicas institucionais diversas. Partindo de exemplos empíricos, apresentam três categorias de objetos e dispositivos envolvidos na resposta ao pluralismo institucional das organizações: objetos específicos, compostos e acertos¹¹. Estes representam formas diferentes de resposta ao pluralismo.

¹¹ O termo “acerto” foi escolhido para traduzir a palavra “*settlement*” em inglês. Esta escolha foi feita para que esta forma de resolução de conflito não seja confundida com o acordo ou compromisso feito entre os atores no caso de objetos compostos.

Os objetos específicos se referem àqueles apresentados por Boltanski e Thévenot (2006, p. 40) relacionados a determinados princípios de ação formando “um mundo coerente e auto-suficiente, uma natureza”. Os objetos ajudam a objetivar o valor das pessoas envolvidas nas situações de prova, podendo ser tratados como mecanismos de valor, podendo estes serem regras, diplomas, códigos, ferramentas, prédios, máquinas ou de outras formas (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Quadro 13 - Objetos e mundos de justificação específicos

Mundos de Justificação	Objetos
Inspiração	Corpos, drogas, inconsciente, sonho
Doméstico	Boas maneiras, etiqueta, títulos, classes, presentes, ratificação, moradia, introdução, assinatura, anúncios, presentes, flores
Fama	Mídia, marcas, campanhas, mensagens, imprensa, brochuras, entrevistas, imprensa, entrevistas, boletim, correspondência, crachá, audiovisual
Civil	Eleições, leis, comitês, decretos, códigos, tribunais, folhetos, medidas, formalidade, procedimentos, transcrição, infração, código, distrito, programa, declaração. cartaz, brochura, sede, cartão, sigla
Mercado	Artigos de luxo, riqueza, bens materiais
Industrial	Ferramentas, máquinas, fábricas, métodos, planos, normas, tarefas, fatores de produção, calendários, espaço, lista, gráfico, plano, média, causa, recurso
Por projeto	Aliança, parcerias, subcontratantes, sinapses, instrumentos de conexão, novas tecnologias, relações informais e de confiança, alianças, parcerias, terceirização, projetos, empresas em rede
Verde	Indicadores de poluição, inventário de riscos, habitat natural, ambiente saudável, natureza intocada

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (2006) e Daudigeos e Valiorgue (2018).

De acordo com a teoria, os objetos de uma lógica específica conflitam com objetos que representem fortemente outras lógicas. A presença de objetos com lógicas conflitantes pode gerar tensão ao ambiente por indicar que existe mais de uma forma vigente de avaliar e coordenar a ação coletiva. Neste caso, a eliminação do pluralismo institucional ocorre quando um mundo tem prioridade sobre o outro e acaba o dominando (DAUDIGEOS; VALIORGUE, 2018).

Os objetos compostos incorporam e mantêm o compromisso organizacional ao longo do tempo. Na existência de tensão entre princípios concorrentes de dois

mundos distintos, os atores chegam a um compromisso, e, assim, acordam coexistir em um mesmo ambiente. Assim, a situação mantém-se composta, mas o conflito é evitado (DAUDIGEOS; VALIORGUE, 2018). A estabilidade alcançada com o compromisso entre ordens de valor distintas é sustentada por ferramentas e dispositivos que ganham ‘nova forma’ a partir do acordo (THÉVENOT, 1996). Tais objetos, agora a serviço do compromisso feito entre os atores, ganham uma nova identidade que os tornam reconhecíveis para ambos os mundos de forma neutra, indivisível. Compromissos estabelecidos com objetos compostos são mais resistentes a críticas, uma vez que a nova identidade comum ajuda a formar e a manter o compromisso mais estável (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006).

Os acertos ou soluções localizadas representam acordos temporários entre dois mundos. Nestes casos, o acordo feito entre os atores é o de encerrar a disputa temporariamente, mesmo que esta não esteja resolvida (DAUDIGEOS; VALIORGUE, 2018). Os objetos dessas situações foram chamados de ‘objetos de acerto’, por representarem aqueles utilizados pelos atores para alcançarem seus interesses pessoais. Boltanski e Thévenot (2006; 2020) esclarecem que esse tipo de acordo situacional não busca o entendimento quanto a um bem comum, mas sim um acordo no qual ambas as partes saiam ganhando aquilo que desejam.

Lorino (2013) destaca que pesquisas de estudos organizacionais apoiadas na sociomaterialidade ainda falham em adotar uma abordagem de análise para as atividades coletivas. Apoiado na filosofia pragmática, o autor sugere a aplicação da abordagem da sociomaterialidade nos sistemas de gestão, a partir de uma análise das ‘arquiteturas’ organizacionais. A analogia feita pelo autor busca semelhança e relação semântica que os termos ‘arquitetura’, ‘instrumento arquitetônico’ e ‘arquitextura’ oferecem aos estudos organizacionais. Sua lógica é demonstrar que os estudos podem abordar como os ‘instrumentos arquitetônicos’ de uma organização, ou seja, ferramentas empresariais e modelos de gestão, enquadram as atividades coletivas e transmitem arquiteturas narrativas - ‘arquitextuais’ - que instanciam as atividades cotidianas nas organizações (LORINO, 2013, p.63). As ferramentas empresariais são consideradas mediadoras que conectam a realidade da atividade executada a outras coisas como valores, crenças, normas e instituições, permitindo que a atividade coletiva seja exercida efetivamente (LORINO, 2002).

O livro de Mitev et al. (2018) lança luz sobre a relação entre a materialidade dos artefatos e as técnicas gerenciais em estudo organizacionais. A obra foi escrita com base na série de *workshops* OAP - Organização, Artefatos e Práticas, organizados pela Universidade Paris-Dauphine, e se concentra nas ferramentas e materiais usados pelos atores para orientar as atividades coletivas nas organizações (MITEV et al., 2018).

Quadro 14 - Técnicas Gerenciais (TGs) em estudos de gestão e organizações

	Corrente 1 TGs como ferramentas (possivelmente adotadas)	Corrente 2 TGs como ideologia	Corrente 3 TGs como cultura ou artefatos culturais	Corrente 4 TGs como atividades ou incorporadas a atividades
Descrição	TGs são ferramentas. Elas podem ser adotadas ou não por organizações e principais atores estratégicos nas organizações. Modismos são dimensões importantes do processo.	Os artefatos são um sinal entre outros de uma cultura gerencial. Essa cultura faz parte de um sistema mais amplo, incluindo partes interessadas dominadas e dominantes.	Organizações são sistemas culturais ou partes de sistemas culturais. TGs são artefatos culturais, elas emergem como parte do iceberg cultural. Concentra-se nas dimensões simbólicas das TGs. Alguns pontos em comum com o a corrente 2.	TGs existem e passam a existir principalmente através de sua instrumentação no contexto de atividades coletivas.
Ontologia e status de artefatos gerenciais	Existem artefatos por aí. Eles podem viajar de uma organização para outra e têm propriedades causais específicas que podem ser usadas pelas organizações.	A ideologia e as superestruturas estão no centro das teorizações.	Os TGs são a reificação da cultura organizacional ou uma expressão dela.	TGs e atividades coletivas são substanciais entre si.
Conceitos e ontologias principais	Ferramentas; adoção; isomorfismo; modismos; modas.	Ideologia; chavões; dominação gerencial.	Cultura; valores.	Técnicas; instrumentos; atividades; prova; instanciação.

<p>Fundamento filosófico</p>	<p>Literatura neo-institucional.</p> <p>Literatura institucional sobre modas e modismos (Abrahamson, Fairchild, etc.)</p>	<p>Perspectivas pós-marxistas e críticas de técnicas, métodos e conceitos gerenciais.</p>	<p>Perspectivas culturais (por exemplo, Schein).</p> <p>Perspectivas simbólicas (por exemplo, a Conferência Permanente sobre Simbolismo Organizacional).</p>	<p>Teoria da estruturação, teorias pragmatistas, teoria da atividade, convencionalismo, teorias da instrumentação (Simondon).</p>
-------------------------------------	---	---	--	---

Fonte: Mitev et al. (2018, p. 18-19, *tradução nossa*).

Dentre uma série de abordagens nas quais as técnicas gerenciais são exploradas nos estudos organizacionais, Mitev et al. (2018) resumiram quatro principais correntes da literatura utilizadas pelo campo. Como pode ser visto no Quadro 14, as técnicas de gestão podem ser abordadas como: ferramentas (1), ideologia (2), cultura (3) ou atividades (4). No entanto, os autores salientam que podem ocorrer certas sobreposições entre elas.

Uma vez que este estudo busca compreender as lógicas de justificação que caracterizam os momentos de enfrentamento dos negócios de impacto, a partir de um olhar para a sociomaterialidade, entre as abordagens classificadas por Mitev et al. (2018) esta pesquisa consideraria os artefatos e técnicas gerenciais como atividade (4). Esta corrente parte da abordagem convencionalista de Boltanski e Thévenot (2006). Mitev et al. (2018) utilizam o termo “convencionalista” em alusão à Teoria das Justificações também conhecida como Teoria das Convenções. O estudo de Chiapello e Gilbert (2016) é utilizado como base para representar esta abordagem dentro da discussão, e explicam que a qualidade dos artefatos e ferramentas gerenciais depende do seu contexto e da sua relação com indivíduos, grupos e sociedade em geral. A temática é abordada pelos autores pela perspectiva da análise social (CHIAPELLO; GILBERT, 2019).

A última publicação de Chiapello e Gilbert (2019) - *Management Tools: a social sciences perspective* - apresenta o desenvolvimento de uma classificação para as ferramentas de gerenciamento organizacional, que são compreendidas como aquelas utilizadas para coordenar as atividades de uma organização, considerando sua relação com as instalações técnicas, as formas de organização do tempo, espaço, contexto e agentes humanos envolvidos com a organização.

A partir da análise de dez teses que emergem de uma revisão de literatura, três abordagens são sistematizadas (CHIAPELLO; GILBERT, 2019, p. 7):

- a) Abordagens críticas: investigam as ferramentas de gerenciamento como instrumentais e promotoras dos fenômenos de dominação e exploração;
 - i) Tese 1: A ferramenta implicada nas relações de dominação
 - ii) Tese 2: A ferramenta como técnica para disciplina e governo
 - iii) Tese 3: A ferramenta aliena e desumaniza
- b) Abordagens institucionalistas: exploram o papel desempenhado pelas instituições no desenvolvimento de ferramentas de gestão;
 - i) Tese 4: A ferramenta influenciada por estratégias institucionais
 - ii) Tese 5: A ferramenta como investimento em formas
 - iii) Tese 6: A tecnologia restringindo e possibilitando
- c) Abordagens interacionais: examinam a interação entre ferramentas e atores de gerenciamento;
 - i) Tese 7: A ferramenta como arranjo humano/não humano
 - ii) Tese 8: A ferramenta não é nada fora do sistema de atividades
 - iii) Tese 9: A ferramenta como um ser linguístico
 - iv) Tese 10: Os efeitos da ferramenta são condicionados pelo que os atores fazem

Para os propósitos desta pesquisa destaca-se a Tese 5 - *A ferramenta como investimento em formas* - de abordagem institucionalista, e a Tese 7 - *A ferramenta como arranjo humano/não humano* - de abordagem interacional.

O termo 'investimento em formas', da Tese 5, destaca o entendimento de Eymard-Duvernay e Thévenot quanto ao conjunto de ferramentas (normas, padrões, regulamentos, etc.) necessárias para qualquer forma de produção. O investimento nessas ferramentas sempre acarreta alguma forma de custo, mas também gera rendimentos em economia de tempo, fluidez e regularidade das ações. A fórmula de investimento é uma característica fundamental da perspectiva das ordens de valor de Boltanski e Thévenot (2006). O investimento em objetos e formas de relações presumidas dignas em uma ordem de valor agrega aos atores o status de grandeza, considerando que cada ordem de valor possui uma fórmula

específica para os diferentes tipos de investimento (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017).

Sua fundamentação parte de três axiomas próprios da Teoria das Convenções, a natureza convencional da vida social (1), a coexistência de uma pluralidade de convenções (2), e, a natureza produtiva e interativa destas. O interesse dos convencionistas nos artefatos e ferramentas de gerenciamento perpassa o entendimento de que estas incorporam e adotam convenções que orientam as ações, assim como, geram efeitos distintos nos comportamentos e cognição social caso outras convenções sejam adotadas (CHIAPELLO; GILBERT, 2019).

A Tese 7 - *A ferramenta como arranjo humano/não humano* - apoia-se na Teoria do Ator-Rede (TAR), que analisa o mundo social e natural como um efeito continuamente gerado por redes de relações entre humano e não-humanos. Assim, para a TAR, humanos, conhecimento, organizações, máquinas, ferramentas de gerenciamento e instituições estão ligados entre si temporariamente. Nesta teoria, os objetos técnicos, chamados de 'dispositivos sociotécnicos' ou 'arranjos humanos/não humanos', por combinarem o social com o técnico, participam da definição dos espaços e das relações entre as pessoas (CHIAPELLO, ALBERT, 2019). A simetria entre humanos e não humanos; a existência de conflitos, tensões e relações de poder em qualquer atividade; e, a sociedade vista como resultado provisório das ações em andamento, são os três axiomas que fundamentam esta Tese.

Chiapello e Albert (2019) propõem como forma de análise a identificação de três funções das ferramentas de gerenciamento. Esta classificação possibilita o reconhecimento de categorias da agência dos objetos, bem como, as transformações que elas produzem. A função epistêmica observa como as ferramentas propõem/impõem seus conhecimentos às pessoas e está relacionada à cognição e tratamento das informações; a função pragmática entende como as ferramentas permitem a ação e propõem/impõem suas práticas, formas de ação e decisões, se referindo à relação entre trabalhadores e suas atividades; já as funções políticas descrevem como as ferramentas produzem e reproduzem relações de poder entre as pessoas, mesmo quando não foram projetadas para esse fim (CHIAPELLO, ALBERT, 2019).

Os estudos de Mitev et al (2018), Daudigeos e Valiorgue (2018) e Chiapello e Albert (2019) são bons exemplos de aproximações entre a materialidade de artefatos, dispositivos, ferramentas e objetos, com a Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006).

A seguir apresenta-se o posicionamento epistemológico e o percurso metodológico adotados por esta pesquisa para o cumprimento de seus objetivos.

3 POSICIONAMENTO EPISTEMOLÓGICO E PERCURSO METODOLÓGICO

Este capítulo apresenta o posicionamento epistemológico e o percurso metodológico que guiaram a construção e a operacionalização da pesquisa que dá origem a esta tese. Inicia-se introduzindo um breve relato sobre fatos relevantes da trajetória da pesquisadora que a aproximaram do campo em análise, assim como da escolha teórica epistemológica do estudo. Na sequência, apresentam-se a postura epistemológica adotada, seguindo com a caracterização da pesquisa, o arcabouço teórico-analítico, os procedimentos metodológicos e as técnicas de coleta e análise dos dados que sustentam o trajeto metodológico escolhido para este estudo.

3.1 TRAJETÓRIA DA PESQUISADORA

A pesquisadora desta tese realizou o Mestrado Acadêmico - entre 2013 e 2015 - no mesmo programa de pós-graduação onde esta tese foi realizada. Sua aproximação com a grande área temática deste estudo começou a se desenhar em 2014 ao fazer parte do Grupo de Pesquisa Strategos, liderado pela Dra. Graziela Dias Alperstedt, orientadora deste estudo. Neste período, a linha de pesquisa orientada pela professora Graziela chamava-se 'Sustentabilidade aplicada à Gestão', na qual se discutia as organizações, seus atores e sua relação com o ambiente natural e social, analisando as estratégias, gestão, práticas sustentáveis e impactos econômicos, sociais e ambientais provenientes da ação organizacional. O empreendedorismo social era uma das temáticas discutidas pelo grupo, dando frutos a monografias (FERREIRA, 2012; OVIEDO, 2015; ROSSETTI LEANDRO, 2017) e outras publicações (NISHIMURA; ALPERSTEDT; FEUERSCHÜTTE, 2012; ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Em 2016, um novo projeto de pesquisa denominado "Transformações no campo da gestão: inovação social e educação para a sustentabilidade" foi iniciado pelo grupo. Ainda dentro da grande temática da sustentabilidade, o projeto também passou a desenvolver discussões sobre inovação social e educação, aproximando-se de outro grupo de pesquisa do programa chamado NISP - Núcleo de Inovações Sociais na Esfera Pública. Em 2016, o grupo de pesquisa Strategos funda o LEdS - Laboratório de Educação para a Sustentabilidade e Inovação Social, um projeto de extensão, na forma de um

Living Lab, com o objetivo de promover a aprendizagem por experiência em arenas públicas relevantes na cidade de Florianópolis. Juntamente com o OBISF - Observatório de Inovação Social de Florianópolis, iniciado em 2017, tais projetos passaram a mapear o ecossistema de inovação social da cidade de Florianópolis. Além desse histórico de envolvimento acadêmico, a história pessoal da autora desta tese também se aproximava da temática aqui debatida. Por muitos anos, pessoas muito próximas estavam envolvidas na organização, fundação e atividades desenvolvidas pelo Social Good Brasil, um ator de fomento a iniciativas de impacto social importantes para o ecossistema da cidade. A proximidade com esta iniciativa levou à participação de eventos da organização desde 2014, permitindo-a conhecer melhor o campo e os atores envolvidos no ecossistema de impacto social de Florianópolis.

Já com o LEdS e OBISF em funcionamento e, participando do Programa de Doutorado da Esag, as discussões nos projetos e no grupo de pesquisa continuaram a ganhar maturidade e promover a aproximação com a temática desta tese. O ponto de virada, já encaminhando para o momento de escrita do projeto de tese, foi quando, no segundo semestre de 2017, a professora Graziela ofereceu a disciplina “Empresa Social e Negócio de Impacto” e, no primeiro semestre do ano seguinte (2018), a disciplina “Organizações, Sustentabilidade e Inovação Social”. Os debates teóricos e as atividades práticas proporcionadas pelas disciplinas fortaleceram a escolha dos Negócios de Impacto como objeto deste estudo.

O projeto de pesquisa que deu fruto a esta tese começou a ser desenhado, ainda em 2018, no segundo semestre, mais precisamente durante a disciplina Seminário de Tese. As perguntas de partida iniciais giravam em torno das principais controvérsias em torno dos negócios de impacto no Brasil, do confronto dinâmico em torno destas no contexto histórico em que estão inseridas, como vêm a público por influência da mídia e redes sociais de amplo alcance, e quais os atores envolvidos. Além disso, os contextos, situações e as arenas em que os atores lidam com a restrição argumentativa era objeto de curiosidade científica, somado aos argumentos que vinham à público, bem como os meios utilizados para isso. A intenção neste período era utilizar o arcabouço teórico da Pragmática das Transformações e da Sociologia das Controvérsias de Chateauraynaud (2014). No entanto, o mergulho teórico e as incursões exploratórias no campo, ainda conservando os fundamentos da Sociologia Pragmática do arcabouço citado

anteriormente, direcionaram o estudo para as Teorias da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). A análise do campo e os caminhos possíveis para entender o fenômeno, considerando o posicionamento teórico-epistemológico adotado pelo grupo de pesquisa, assim como a experiência anterior com estudo da moralidade, mesmo que em outro campo de conhecimento, o da Psicologia Social, facilitaram a aproximação do processo de justificação de grandezas morais baseados em Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Uma vez que literatura já era conhecida pela autora da tese, pelo contato há muitos anos com esta em diferentes disciplinas, sua abordagem analítica em relação às lógicas morais de cada *cit * de justificação, além da falta de estudos que as utilizassem como base para compreender os NIs, pareceu uma escolha frutífera e relevante para o campo. O acúmulo destas experiências e escolhas levou   cria o do projeto que deu origem a esta tese.

3.2 POSICIONAMENTO TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICO

A partir da utiliza o da estrutura de ordem de valor de Boltanski e Thévenot (2006; 2020), esta pesquisa debruça-se sobre as tensões que se manifestam nos negócios de impacto no ecossistema de impacto brasileiro, a partir de um olhar pragmatista sobre os atores e dispositivos. Caracterizada como qualitativa, exploratória e interpretativa, apoia-se na sociologia pragmática francesa e no pragmatismo filosófico, concentrando-se na conexão entre ciência e as práticas sociais, a partir de um saber situado nessas práticas, experiências e situa es de provas da vida cotidiana dos atores (ALPERSTEDT; ANDION, 2017).

A Teoria das Justifica es de Boltanski e Thévenot (2006), fundamentada na sociologia pragmática da crítica, fornece o arcabouço teórico para um olhar sobre os atores, em situa es de enfrentamento, considerando sua capacidade crítica e reflexiva para estabelecer compromissos estáveis a partir de diferentes ordens de valor presentes nas situa es.

Conforme Dewey, a pesquisa pragmática pauta-se na primazia ontológica da situa o que estipula a “continuidade entre experiência, natureza e investiga o”. Ou seja, a mobiliza o intelectual tem como ponto de partida a experiência do presente (OLIVEIRA, 2018, p. 182). Na sociologia pragmática, são os momentos de disputa reais - “momentos críticos”, vividos no cotidiano das pessoas, que exigem

destas a ativação dos processos reflexivos de justificação, que constituem o ponto de partida para o estudo da ação.

A sociologia pragmática da crítica investiga a capacidade crítica dos atores de fornecer "justificativas" legítimas para seus argumentos, assim como os arranjos institucionais, técnicos, legais e materiais que sustentam estes (THÉVENOT et al., 2000). Neste sentido, cabe ao pesquisador observar os atores, o contexto das ações e situações que os envolvem, sempre atento aos momentos de "encontros cotidianos, de discussões de trabalho, de atitudes e de toda uma variedade de comportamentos não calculados" (LATOUR; WOOLGAR, 1997, p. 2). Nessa perspectiva, o propósito do pesquisador não é encontrar sentido nas ações dos atores, mas sim, permitir que estes próprios façam o "trabalho de composição" do entendimento de suas realidades (LATOUR, 2012).

Tendo como base a perspectiva pragmática, os principais elementos que constituem a análise epistemológica e metodológica desta pesquisa são apresentados no Quadro 15.

Quadro 15 - Matriz epistêmica

ONTOLOGIA	Interação sujeito-objeto
EPISTEMOLOGIA	Pragmatista
ABORDAGEM	Qualitativa
TEORIA DE APOIO	Teoria da Justificação (Boltanski e Thévenot, 2006; 2020)

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Para cumprir o objetivo geral desta pesquisa que é o de compreender as lógicas de justificação que caracterizam as tensões que se manifestam nos negócios de impacto no Brasil, partiu-se de uma matriz metodológica composta pela análise de materiais que circulam entre os diferentes atores. Tais materiais envolveram atas de reuniões, relatórios, guias, documentários, vídeos institucionais, *podcasts*, cursos e reportagens sobre o tema; observações diretas em eventos sobre a temática; e, entrevistas compreensivas (KAUFMANN, 1996) com roteiro semiestruturado.

Neste sentido, os discursos, narrativas e materialidades foram consideradas analiticamente inseparáveis e mutuamente enredadas, uma vez que esta pesquisa parte de uma ontologia que considera que o “social não é uma substância, mas, apenas um tipo de conexão” onde todos os seres estão “em pé de igualdade”. Propõe-se, assim, um olhar a partir de uma “teoria social maximamente democrática e inclusiva”, onde o social é animado por “toda e qualquer forma possível de associação” (SOCIOFILO, 2019).

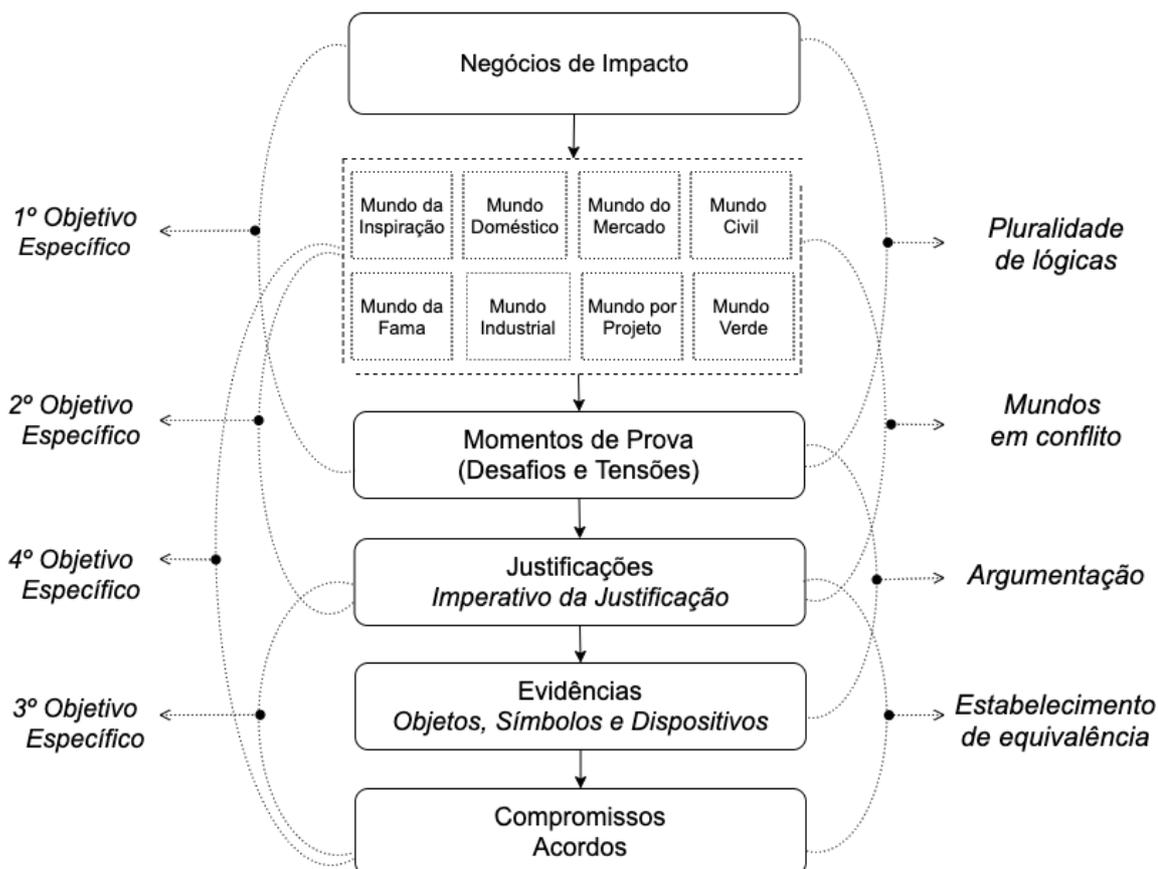
Tal ‘plasticidade radical das associações’ é clara na teorização de Latour (1987; 1992; 2005) para o qual a realidade empírica é formada por “pessoas, ideias, objetos, artefatos, natureza e afins ligados em uma rede intrincada de associações que desenvolvem momentum ao longo do tempo” (LEONARDI, 2013, P. 60). Neste sentido, não há diferenças inerentes entre o social e o material; o ator ou *actante* social é tudo que deixa traço, produz efeito no mundo, podendo se referir a pessoas, instituições, objetos, animais, símbolos.

Considerando o exposto até aqui, fica clara a adoção de um olhar pragmatista na pesquisa, apesar das limitações e possibilidades de coleta de dados apresentadas com a situação de pandemia mundial de Covid-19. Assim, buscou-se ser o mais fiel possível a esta abordagem utilizando-se a análise documental, observações diretas em campo e entrevistas semiestruturadas. Para isto, a pesquisadora adotou a postura de ‘seguir’ (LATOUR, 2012) os atores aproximando-se de sua experiência. Trata-se de substituir as categorias explicativas convencionais, tais como classes, movimentos sociais, estruturas e sociedade para dar lugar a uma abordagem em que o pesquisador se aproxima do ator e de sua experiência. Destaca-se que este estudo não parte de categorias analíticas definidas *a priori*, mas da ação dos atores em experiência, durante o processo de captura dos dados. A teoria de apoio não é assim uma forma de “encaixar” as situações, mas uma possibilidade de ampliar o entendimento de visões duais.

Na Figura 14 pode-se observar o modelo conceitual de análise que foi utilizado para cumprir com os objetivos propostos. Partindo do *framework* de análise desenvolvido por Boltanski e Thévenot (2006; 2020) este estudo buscou observar os momentos de incerteza vividos pelos atores de NIs. Na medida em que estes denunciam aspectos que consideram inapropriados, impróprios, desafiadores, geradores de desconforto sobre uma situação ou ação, as críticas em torno dos NIs foram sendo organizadas e interpretadas como desafios. Com esse olhar, a

observação dos atores possibilita a revelação da pluralidade de lógicas que animam os negócios de impacto, assim como as evidências utilizadas nos momentos de estabelecimento de equivalências, ou seja, nos momentos de disputas enfrentados pelos atores que tentam legitimar os NIs no contexto observado.

Figura 14 - Modelo conceitual de análise



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2021.

Nesse sentido, partindo do objetivo geral, o primeiro objetivo específico - **identificar situações de enfrentamento, manifestadas como desafios geradores de tensões, dos negócios de impacto (1)** – foi cumprido a partir da incursão da pesquisadora em campo, com coleta de dados a partir de observação direta, documentos formais, reportagens da mídia jornalística e mídias sociais e, entrevistas semiestruturadas.

Alguns estudos foram identificados por utilizarem reportagens jornalísticas em pesquisas sobre legitimidade organizacional (HYBELS; RYAN; BARLEY, 1994; DEEPHOUSE; SUCHMAN, 2008; DEEPHOUSE et al., 2017). Já outros por partirem

da Sociologia Pragmática Francesa utilizando a análise midiática como parte da pesquisa documental de suas pesquisas (MORAES, 2014; GONSALVES, 2015; GOUVEIA, 2017; MAGALHÃES, 2020). E, especificamente em estudo relacionados ao NIs, recorreu-se à Kaplan (2020) que discorre sobre a atuação da mídia no ecossistema brasileiro de impacto, enquanto Barbalho e Uchoa (2019) analisaram as formações discursivas nos conteúdos veiculados por importantes entidades de fomento do setor.

Apontada pelo PNUD (2018) como um dos principais atores no processo de popularização do conceito de NIs, a mídia foi escolhida como porta de entrada da pesquisadora no campo por ser um ator-chave que vincula fenômenos, atores e o público, contribuindo para a criação social de sentidos, formandos em uma arena aberta a interpretações. Destaca-se também seu papel de simplificador da verdade, gerando “uma sensação de segurança que se origina da percepção dos fatos [...]” (KOVACH, ROSENSTIEL, 2003, p. 61), operando como porta voz de atores, assim como um ator em si mesmo, capaz de expressar as nuances e evolução de entendimentos sobre a temática. Entende-se que “a percepção pública é influenciada pela leitura de textos veiculados na mídia online de amplo alcance”, dando voz a uma pluralidade de atores, assim como seus argumentos e posicionamentos (GOUVEIA, 2017, p. 20).

A inserção da pesquisadora no campo a partir da análise de publicações midiáticas permitiu a identificação das organizações reconhecidas como negócios de impacto na realidade brasileira, e outras relacionadas a estas, a fim de acompanhá-las. Além de servir como etapa exploratória de pesquisa, permitiu ir mais além, favorecendo o conhecimento do contexto, bem como a identificação de desafios e tensões em torno dos negócios de impacto ao longo dos anos.

Na Figura 14 observa-se que o primeiro objetivo específico perpassa os momentos de **incertezas** gerados pelos **desafios** e **tensões dos negócios de impacto**. O tópico 2.1 desta tese apresentou as diferentes tentativas de identificação dos empreendimentos sociais que incluem os negócios de impacto. A definição deste formato de empreendimento vem se consolidando desde as empresas sociais ou negócios socialmente responsáveis de Alter (2007), os empreendimentos sociais ou organizações híbridas de Dees (1998) e Dees e Anderson (2006); as organizações *tipping point* de Massetti (2008); aos negócios sociais de Young, Searing e Brewer (2016), Defourny, Nyssens e Brolis (2019), até

modelos nacionais como da Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto (PIPE SOCIAL, 2019) e França Filho, Rigo e Souza (2020). No entanto, o caráter híbrido destas organizações, por buscarem alcançar sua missão social ao mesmo tempo que o ganho econômico, assim como outras tensões (2.1.8) é vista como paradoxal (DART 2004; WEISBROD, 2004; FOSTER; BRADACH, 2005; HAUGH, 2005; NICHOLLS; CHO, 2006; PEATTIE; MORLEY, 2008) e fonte de momentos controversos que ativam uma **pluralidade de lógicas** concorrentes (KRAATZ; BLOCK, 2008), lógicas institucionais concorrentes (REAY; HININGS, 2009; CLOUTIER; LANGLEY, 2007; THORNTON, 2004; THORNTON; OCASIO, 2008), ‘multiplexidade’ de lógicas morais (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017) e contextos pluralistas (DENIS; LANGLEY; ROULEAU, 2007; JARZABKOWSKI; FENTON, 2006). Assim, admite-se que diferentes *lógicas* são animadas por diferentes *justificativas* e *princípios comuns* definidos por Boltanski e Thévenot (2006; 2020) a partir dos oito *mundos de justificação* (da inspiração, doméstico, da opinião, civil, do mercado, industrial, por projeto, e ecológico).

Considera-se que as tensões geradas por diferentes *lógicas* são fonte de momentos de **enfrentamento e denúncias**, definidos por Boltanski e Thévenot (1999) como *momentos críticos*. Estas situações de tensão, descontentamento ou discordância dos atores, geram uma controvérsia, uma disputa. No ímpeto de justificar suas ações ou criticar as ações de outros, os atores evocam motivos morais como evidências em apoio às suas justificações. O chamado “**imperativo da justificação**” identifica a utilização de **argumentos** como justificações em busca de acordos ou compromissos, fundamentados nos diferentes mundos de justificação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999). Por este motivo, o segundo objetivo específico desta pesquisa buscou **verificar as lógicas de justificação ativadas nestas situações (2)** de enfrentamento. Este e os demais objetivos específicos foram cumpridos por meio da triangulação de dados coletados a partir da observação dos atores no campo, através do acompanhamento da sua participação em eventos e exposição nas redes sociais, análise de documentos, reportagens da mídia jornalística e mídias sociais, e entrevistas compreensivas com roteiro semi-estruturado.

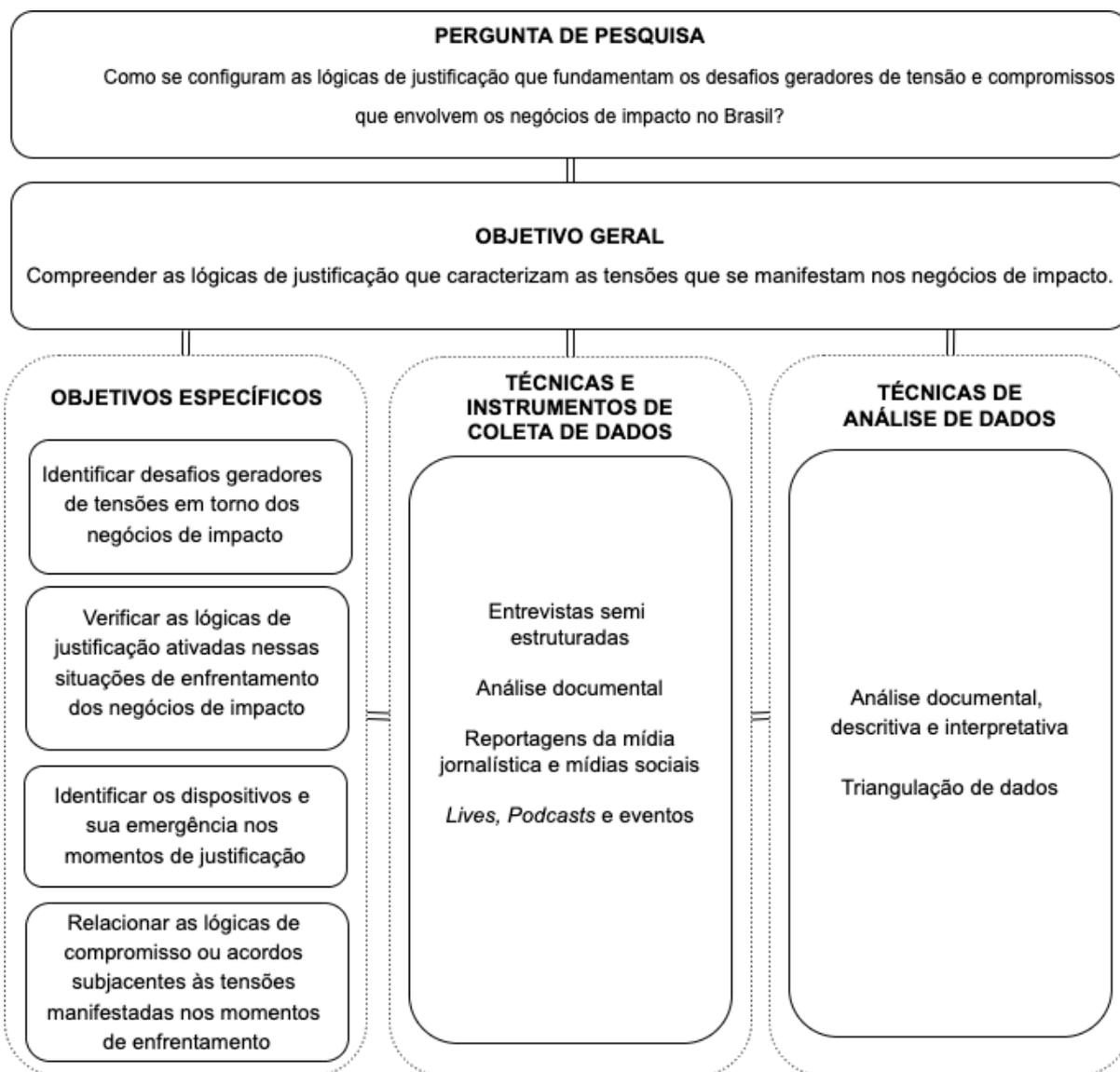
Os argumentos dos atores em momentos de disputa são expressados por estes na forma discursiva, a partir da construção de narrativas individuais ou coletivas. No entanto, para que os envolvidos encontrem um entendimento mútuo e

encerre a disputa ou estabeleça um acordo, outros elementos da situação como **objetos, artefatos, e o arranjos de pessoas e coisas (dispositivos)**, são utilizados como provas de suas afirmações. Neste processo, as “materialidades” qualificadas de acordo com a ordem específica de valor acionada pelo ator, são **evidências** do chamado processo de **equivalência**. A equivalência é a medida de valor principal para o estabelecimento do regime de justiça ou regime de justificação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999). Por este motivo, o terceiro objetivo específico desta pesquisa busca **identificar os dispositivos e sua emergência nos momentos de justificação (3)**. O tópico 2.3 desta tese buscou fundamentar a sociomaterialidade nas ciências sociais e as possibilidades de análise que esta oportuniza aos objetos e dispositivos que irão emergir nas justificações dos atores do campo pesquisado.

Durante o processo de encontrar uma solução a um desacordo, os atores buscam estabelecer um **compromisso ou acordo** para aquela situação. Para que isto ocorra, os envolvidos precisam invocar ordens de valor pertinentes à justificação oferecida e manter seres, objetos e recursos pertinentes à(s) lógica(s) que estabelece(m) ordem à situação. Sendo assim, o quarto objetivo específico - **analisar lógicas em compromisso ou acordos subjacentes aos momentos de enfrentamento (4)** - faz a ligação entre a sociomaterialidade e as lógicas de justificação utilizadas pelas narrativas do campo dos negócios de impacto.

O procedimento metodológico adotado por este estudo, portanto, - sumarizado na Figura 15 - é de abordagem qualitativa com método descritivo com observação direta. Utilizando-se a observação, entrevistas semi-estruturadas e pesquisa documental como técnicas de coleta de dados, com a triangulação dos dados coletados os objetivos pretendidos foram atingidos. No item 3.3 o percurso metodológico é melhor descrito.

Figura 15 - Síntese dos procedimentos metodológicos



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Preocupou-se, desde o princípio deste estudo, garantir a coerência entre teoria, método, epistemologia e ontologia adotados. Os esforços para alinhar essas dimensões foram apresentados nesta seção. A seguir descreve-se o processo metodológico adotado para a coleta e análise dos dados.

3.3 PERCURSO METODOLÓGICO

Os dados deste estudo foram coletados a partir de análise documental, observações diretas em campo e entrevistas com roteiro semiestruturado. A

inserção da pesquisadora no campo teve início com a coleta de dados secundários de publicações difundidas na mídia brasileira.

Tais publicações foram capturadas a partir da plataforma Factiva (Dow Jones & Company, 2019), uma ferramenta de informações e pesquisa de negócios desenvolvida pela agência de notícias Reuters e Dow Jones & Company. O banco de dados da Factiva contém uma ampla gama de documentos a partir de 32.000 fontes de 200 países, em 28 idiomas, incluindo jornais internacionais nacionais e regionais, revistas especializadas e generalistas, agências de notícias, podcasts de emissões de rádio e TV, boletins e transcrições de relatórios sobre empresas. Tal plataforma foi escolhida devido à amplitude de jornais possíveis de serem acessados. Tendo em vista a dimensão do território brasileiro e a diversidade cultural existente, considerou-se inviável realizar a escolha de fontes de dados a serem pesquisadas apenas com a análise de relevância da pesquisadora.

Na plataforma Factiva as fontes de dados relativas ao Brasil somam 608 fontes¹², a listagem completa destas não é disponibilizada pela plataforma, sendo de livre acesso a identificação das primeiras 100 fontes em ordem alfabética (ANEXO A). Os documentos coletados permitiram a identificação de conceitos e características divulgados como dos negócios de impacto, atores de fomento, negócios sociais, temas controversos, eventos, premiações, projetos, redes de suporte, livros, laboratórios, elementos contextuais, materiais e discursivos manifestados como relacionados ao campo analisado. A escolha de iniciar a coleta de dados a partir de publicações divulgadas na mídia brasileira, ou seja, ter como entrada no campo o conteúdo midiático, fundamentou-se na proposta basilar da Teoria da Justificação de que o engajamento dos atores no processo de justificar ou criticar as ações coletivas com o qual estão envolvidos é “uma atividade necessariamente pública”, e que o processo de justificação observado pela teoria baseia-se em princípios organizadores que são eles próprios públicos assim como legitimados por terceiros (CLOUTIER. GOND; LECA, 2017). Sendo assim, entende-se que a mídia desempenha a atuação singular de apresentar o pluralismo de relatos e justificações existentes em um campo, “como uma arena aberta à exposição de múltiplos atores e como um ator-chave, ponte entre acontecimentos, atores e o público” (GOUVEIA, 2016, p. 20).

¹² Dado obtido na plataforma Factiva em 12 de julho de 2020 na ferramenta “*Source Status*”.

Tendo em vista as críticas relacionadas a estudos a partir da mídia, considerando os ‘não ditos’ e atores ‘silenciados’ pelos meios de veiculação de notícias da mídia hegemônica, escolheu-se as publicações midiáticas tradicionais como ‘porta de entrada’ para acessar o campo de pesquisa. Mas, na medida em que a inserção no campo foi sendo aprofundada por entrevistas e observação dos atores identificados, publicações da mídia alternativa também foram coletadas e analisadas.

A pesquisa na plataforma Factiva teve início em dezembro de 2019 com a busca do termo exato “negócio social”, posteriormente em março de 2020 “negócio de impacto social”, e, em dezembro de 2020 “negócio de impacto”, sem restrição de fonte, autor, empresa, assunto, setor ou idioma. As restrições feitas determinaram a busca de publicações apenas no Brasil (região), e aquelas em que a busca foi realizada no ano de 2020 limitou à publicação até o dia 31 de dezembro de 2019 para garantir que todos os termos fossem analisados dentro do mesmo período cronológico. Percebe-se que a data das buscas demonstra claramente uma pesquisa em movimento pois, o primeiro termo - negócio social - foi selecionado considerando sua abrangência. Com o início da análise das publicações percebeu-se a utilização constante do segundo termo - negócio de impacto social. Já o terceiro termo - negócio de impacto -, apesar de similar ao anterior, se apresenta durante a análise de campo, por isso, foi incluído tardiamente à busca inicial para complementar os dados até então capturados. A Tabela 1, a seguir, apresenta a quantidade de publicações capturadas nas buscas realizadas.

Tabela 1 - Busca de publicações Factiva

<i>Timestamp</i>	<i>Booleanos</i>	<i>Publicações</i>		
		<i>Resultado Busca</i>	<i>Repetidos</i>	<i>Resultado Final</i>
11 de novembro 2019	exact term: "negócio social"	244	30	214
27 de janeiro 2020	exact term: "negócio social" date: 10/11/2019 to 31/12/2019	10	0	10
02 de março 2020	exact term: "negócio de impacto social"	144	20	124
27 de dezembro 2020	exact term: "negócio de impacto"	101	61	40
Total		499	111	388

Fonte: Dados primários, 2021.

Considerando todas as buscas realizadas, 499 publicações - negócio social (254), negócio de impacto social (144) e negócio de impacto (101), foram analisadas. O processo de análise de publicações repetidas priorizou a ordem cronológica de buscas e considerou como filtro para exclusão publicações cujos termos foram utilizados fora do contexto analisado ou publicações pertinentes com conteúdos idênticos. A avaliação foi feita a partir da leitura integral de todas as publicações extraídas da plataforma, totalizando 111 exclusões. Desta forma, considerando todas as buscas realizadas - negócio social (224), negócio de impacto social (124) e negócio de impacto (40) - os dados obtidos totalizaram a análise sem repetições de 388 publicações divulgadas entre agosto de 2004 e dezembro de 2019. O ano de 2004 refere-se à primeira publicação capturada com o termo “negócio social”.

Os dados retornados das buscas foram extraídos da plataforma, exportados, codificados e analisados no software Atlas.ti. O estudo adotou a estratégia de análise de conteúdo temática e interpretativa dos achados com duas etapas de codificação. A primeira etapa de codificação identificou em cada publicação: (a) título da publicação, (b) data da publicação, (c) fonte da publicação, (d) atores de fomento, (f) definição de negócio social, (g) características de negócio social, (h) conceitos associados, (i) citação direta de atores do campo, (j) negócio social citado, (k) eventos e (l) parcerias. A segunda etapa analisou os dados contidos em cada um dos códigos anteriores criando uma codificação subsequente com dados específicos. Por exemplo, criou-se um código específico para cada ator de fomento identificado (d); para cada um dos negócios sociais citados (j); para os diferentes tipos de eventos (k), como estudos, conferências, laboratórios, livros, métodos, premiações, programas de aceleração, entre outros. O conjunto de dados codificados foi analisado temporalmente e relacionado à literatura sobre a temática.

Após o processo de codificação e análise inicial dos dados, a segunda etapa de análise observou temporalmente as citações nas publicações que traziam a definição dos termos: “negócio social”, “negócio de impacto” ou “negócio de impacto social”. Estas citações foram analisadas separadamente e organizadas em ordem temporal. Quatro cortes temporais entre 2004 e 2019, determinados por características semelhantes identificadas em cada período, foram organizados como se pode observar nos Apêndices (B, C, D e E). Juntamente ao conjunto de dados codificados, as citações de definição dos NIs foram analisadas em cada um

dos períodos identificados (2004-2010, 2011-2015, 2016-2017 e 2018-2019) e relacionadas à literatura sobre a temática. Os argumentos contidos nas narrativas dos NIs, utilizadas pelos atores no processo de *justificação* da existência desses empreendimentos e das práticas que os envolvem, foram analisados permitindo a identificação dos desafios manifestados pelos envolvidos neste ecossistema. Esta análise foi apresentada no capítulo 4.2 - Do Negócio Social ao Negócio de Impacto: evolução do termo e principais desafios a partir da mídia.

A análise das publicações divulgadas na mídia permitiu à pesquisadora explorar a configuração e narrativas do ecossistema de impacto brasileiro, bem como identificar e selecionar os atores e instituições que seriam a partir deste ponto “observados”.

Para acompanhar as comunicações feitas pelos atores do campo, um perfil na rede social Instagram foi criado em dezembro de 2019. No perfil @sociall_business os atores identificados na busca midiática, que tinham uma conta na rede social foram “seguidos”, e a partir deste momento, suas publicações acompanhadas.

A partir das publicações destes perfis inicialmente selecionados outros atores relacionados ao ecossistema, sempre que referenciados, foram identificados e também seguidos. A criação do perfil visou à captura de publicações na rede social que trouxessem à pauta discussões ou manifestações quanto aos NIs, bem como uma possibilidade de observar como os atores se manifestam considerando que neste espaço produzem seus próprios conteúdos. As postagens compartilhadas também serviram para identificar eventos, *live streaming* (chamado de *live(s)* a partir deste ponto) e encontros organizados pelos diferentes atores.

Durante o início do processo de análise das publicações midiáticas e a inclusão de atores no perfil do Instagram, a pesquisadora estava localizada em Cascais - Portugal. Recebida em outubro de 2019 na Nova School of Business and Economics (NOVA Sbe) da Universidade Nova de Lisboa, durante um período de sanduíche financiado pelo PDSE - Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior da agência Capes, o projeto de pesquisa inicial previa a coleta de dados em Portugal para uma pesquisa comparada. Neste momento, o objetivo do estudo especificava a análise dos dispositivos espaciais dos ecossistemas de impacto brasileiro e português, demandando da pesquisadora a presença em locais físicos onde os atores se encontravam ou desenvolviam suas atividades.

Com este objetivo, após a chegada em Portugal, a pesquisadora teve a oportunidade de participar de alguns eventos presenciais como parte da incursão exploratória no ecossistema de impacto português. No entanto, com o advento do *lockdown*, ocorrido devido à evolução da pandemia do coronavírus (Covid-19) em março de 2020, o escopo da pesquisa e todo o processo de coleta de dados teve que ser repensado e adaptado para a realidade que no período era incerta e sem previsões acertadas de retorno à normalidade. Até este momento o objetivo do estudo ainda previa a realização da pesquisa na realidade brasileira e portuguesa. No entanto, com o passar do tempo percebeu-se que o retorno à convivência social seria muito limitado, fazendo a pesquisadora reavaliar tanto o escopo, como a metodologia e a abrangência da pesquisa.

Com eventos e comunicações presenciais canceladas, os atores já identificados na revisão de publicações midiáticas iniciaram uma série de manifestações nas redes sociais (Instagram, YouTube, Facebook). As incertezas geradas pela situação criada pela pandemia podem ser consideradas um ‘momento de provas’, momento de ruptura da ordem antes estabelecida, que impulsionou a manifestação dos atores em *lives* onde a nova situação era analisada e discutida. A decisão de acompanhar as *lives*, impulsionada pelas limitações de coleta de dados anteriormente planejada, foi a forma encontrada e adaptada para “seguir” os atores em ação. Por este motivo, as *lives* foram consideradas fonte importante para a coleta de dados das tensões e medidas de valor que seriam manifestadas por atores e organizações do ecossistema de impacto neste contexto.

Apesar da coleta de dados ter ocorrido em paralelo no contexto brasileiro e português, ao retornar ao Brasil a pesquisadora percebeu que a análise comparada não seria possível devido ao volume de informações e as diferenças de entendimento dos dois campos em relação às origens e fundamentos dos negócios de impacto. Sendo assim, escolheu-se privilegiar a análise das lógicas de justificação envolvendo os negócios de impacto na realidade brasileira, e abandonar a ideia inicial de analisar a sociomaterialidade espacial neste contexto, mantendo-se apenas as demais dimensões deste elemento.

Tabela 2 - Lives, podcasts, eventos e curso observados

(continua)

Lives, Podcasts, Eventos e Curso - Ecosistema de impacto Brasileiro				
Data do evento	Organizador(es)	Título(s)	Canal	Duração
01/07/2019	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Impacto social de peito aberto	PodCast	00:07:01
22/07/2019	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Fala que eu não te escuto	PodCast	00:07:00
26/07/2019	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Empreendedorismo social fashion week	PodCast	00:09:00
01/12/2019	Aupa	AUPA: Uma possível história dos negócios de impacto: Introdução	YouTube	0:00:49
01/12/2019	Aupa	AUPA: Uma possível história dos negócios de impacto p.1	YouTube	0:02:19
01/12/2019	Aupa	AUPA: Uma possível história dos negócios de impacto p.2	YouTube	0:01:48
01/12/2019	Aupa	AUPA: Uma possível história dos negócios de impacto p.3	YouTube	0:02:15
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 1: Matheus Cardoso (Moradigna)	YouTube	00:04:47
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 2: Otavio Pinheiro (Redação Online)	YouTube	0:04:08
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 3: Adriana Barbosa (Feira Preta)	YouTube	0:06:18
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 4: Ralf Toenjes e Pedro Ivo (VerBem)	YouTube	0:05:04
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 5: Luis Coelho e Jennifer Rodrigues (Empreender Ai)	YouTube	0:05:45
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 6: Guilherme Ribeiro (SmartSindico)	YouTube	0:04:53
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 7: Gustavo Fuga (4YOU2)	YouTube	0:05:53
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 8: Henrique Castan (Nutriens)	YouTube	0:04:57
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 9: Ronaldo Tenório (Hand Talk)	YouTube	0:05:03
21/02/2020	Aupa	EuErrei: Ep. 10: Dj Bola (A Banca)	YouTube	0:05:56
01/03/2020	Artemisia	Curso Online de Negócios de Impacto	YouTube	04:00:00
02/04/2020	Aupa	#LIVEAUPA: O ecossistema de impacto durante (e pós) a pandemia	YouTube	1:08:17
08/04/2020	Vox Capital	Conversas de Impacto: Como empreender em tempos rápidos e de transição	YouTube	0:45:33
08/04/2020	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Incômodos de impacto	PodCast	00:13:00

Tabela 3 - Lives, podcasts, eventos e curso observados

(continuação)				
14/04/2020	UDF e Impact Hub Brasília	Diálogos para o impacto #1: Empreendedorismo e inovação social como resposta à crise do Covid-19	YouTube	1:13:56
17/04/2020	Aupa	#LIVEAUPA2: O ecossistema de impacto durante (e pós) a pandemia	YouTube	1:08:17
23/04/2020	Vox Capital	Conversas de Impacto: A economia pós-crise e o papel dos investidores	YouTube	1:02:53
22/04/2020	UDF e Impact Hub Brasília	Diálogos para o impacto #2: Ecossistema de Impacto e filantropia: como está e como fica o cenário diante da crise do Covid-19?	YouTube	0:35:56
22/04/2020	Baanko	[Café com Impacto] na sua casa - Acesso a Crédito e Educação Financeira para Negócios de Impacto	YouTube	0:12:05
24/04/2020	Aupa	#LIVEAUPA3: O ecossistema de impacto durante (e pós) a Pandemia	YouTube	0:25:29
27/04/2020	UDF e Impact Hub Brasília	Diálogos para o impacto #3 - O poder coletivo em épocas de mudanças	YouTube	1:07:36
28/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #1: Reagir é urgente, mudar é necessário	YouTube	1:17:42
29/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #2 - E o dinheiro?	YouTube	1:03:16
29/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #3 - Quem está fazendo?	YouTube	1:04:50
29/04/2020	Baanko	Challenge 2020 - Negócios de impacto e participantes	YouTube	0:09:29
29/04/2020	Festival Alma	Workshop - Mensuração de Impacto socioambiental	YouTube	1:55:00
30/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #4 - É possível medir impacto?	YouTube	1:07:48
30/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #5 - E onde entra o Estado?	YouTube	1:01:10
30/04/2020	Impact Hub Brasília	Impacto transforma #6 - É possível pensar grande?	YouTube	0:54:55
01/05/2020	Tv Folha	EM CASA: O legado da pandemia é a colaboração, dizem empreendedores sociais	YouTube	0:54:41
13/05/2020	Aupa	#LIVEAUPA4: O ecossistema de impacto durante (e pós) a Pandemia	YouTube	1:08:39
14/05/2020	Vox Capital	Conversas de impacto: O setor privado sob um novo paradigma	YouTube	1:00:56
19/05/2020	Baanko	[Café com Impacto] na sua casa - Novo normal e tendências do ecossistema de impacto	YouTube	1:45:50
02/06/2020	Baanko	[Café com Impacto] na sua casa - Empreendedorismo de impacto	YouTube	2:00:15
09/06/2020	Baanko	[Café com Impacto] na sua casa - Modelo de cooperativas como negócio de impacto	YouTube	1:52:15

Tabela 4 - Lives, podcasts, eventos e curso observados

(conclusão)				
17/06/2020	Impact Hub Floripa	Encontros de impacto: A relação do empreendedor com o poder público	YouTube	1:11:08
01/07/2020	Fórum de Investimentos e negócios de impacto	ImpactON	YouTube	4:34:26
23/07/2020	Pipe.Social	Aula Aberta - Onboarding de impacto	YouTube	1:33:50
05/10/2020	Trê Investimentos	19º Encontro de Investidores do Programa CoVida20	Link organização	1:13:53
17/11/2020	Artemisia	Webinar Negócios com Propósito que estão dando a volta por cima	YouTube	01:22:10
24/11/2020	ImpactHub Brasília	ENTREVISTA Mercado de Impacto e Negócios	YouTube	00:33:37
01/12/2020	ImpactHub Brasília	Seminário Internacional de Impacto - Primeiro dia	YouTube	01:46:29
03/12/2020	ImpactHub Brasília	Seminário Internacional de Impacto - Terceiro dia	YouTube	02:26:23
30/03/2021	Fabio Deboni	[Segundona do Impacto] - Mantras de filantropia na confluência com o campo do impacto	PodCast	00:10:00
05/04/2021	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Impacto é pop?	PodCast	00:08:00
12/04/2021	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - O impacto que queremos não virá do venture capital	PodCast	00:08:00
19/04/2021	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Como é jogar na segunda divisão do impacto?	PodCast	00:10:00
26/04/2021	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Afinal, o que são negócios de impacto?	PodCast	00:09:00
10/05/2021	Fabio Deboni	[Impacto na Segundona] - Finanças sociais ou investimentos de impacto?	PodCast	00:10:00
24/06/2021	Fórum de Investimentos e negócios de impacto	Impacta Mais - Julgamento dos investimentos e negócios de impacto	YouTube	01:19:07
Total de horas:				47:05:46

Fonte: Dados primários, 2021.

As *lives*, *podcasts* e eventos observados totalizaram 47 horas e 05 minutos de gravações que foram transcritas e analisadas nesta etapa. Além disso, a pesquisadora também fez o Curso Online de Negócio de Impacto, oferecido pela organização Artemisia. O curso com duração de quatro horas tinha um total de quatro módulos: O que é pobreza? (i): Introdução à pobreza no Brasil; Por que

negócios? (ii): Conheça o Grameen Bank, Muhammad Yunus, Caso Aravind, Entrevista com Deepa Krishnan Aravind, Case KickStart, Introdução Artemisia, Stuart Hard; Michael Porter; O que são Negócios de Impacto Social (iii): Conheça o Dr. Consulta, Impacto Dr. Consulta, Conheça a Geekie, Impacto Social Geekie, Depoimento André Geekie, Conheça a Vivenda, Impacto Social Vivenda, Conheça o Carteiro Amigo, Impacto Social Carteiro Amigo, Conheça o Banco Pérola, Impacto Social Banco Pérola; Ecossistema de Negócios de Impacto Social (iv): Dicas Empreendedores. Apesar do curso ter sido lançado originalmente em 2014, a pesquisadora teve acesso ao conteúdo do mesmo em abril de 2020. Durante o período da pandemia COVID-19 (março e abril de 2020) o curso foi disponibilizado na plataforma Youtube gratuitamente¹³.

A análise do material coletado começou a ocorrer ao longo do processo de transcrição e revisão. Apesar de ser um processo lento e exaustivo, a transcrição de *lives*, *podcasts*, eventos, curso, e, posteriormente das entrevistas, permitiu à pesquisadora “mergulhar” no campo, observar e analisar não apenas as falas e os atores envolvidos nos debates, mas também identificar, em termos sociotécnicos, quais os dispositivos ativados pelos atores nos momentos de justificação.

A escolha das organizações e atores para as entrevistas foi feita por conveniência em etapa posterior a análise das publicações midiáticas. A escolha dos entrevistados ocorreu a partir da lista de organizações identificadas nas publicações midiáticas, e, posteriormente, no processo de acompanhamento das redes sociais e indicações dos entrevistados ou outros atores do campo. O intuito das entrevistas foi trazer elementos relacionados ao nível individual e organizacional, de maneira complementar aos dados coletados de fontes secundárias.

¹³ Anteriormente a oferta gratuita em 2020, o curso era oferecido pela organização a um custo de R\$350,00, dando acesso ao inscrito aos vídeos e material de apoio por um período de dois meses após a compra do mesmo.

Tabela 5 - Entrevistas realizadas

Organização	Cargo do Entrevistado	Data	Formato	Horas
Hand Talk	Founder e CEO	28/04/21	online	0:24:06 ¹⁴
Brotei	Founder e CEO	29/04/21	online	1:49:00
Maturi Jobs	Founder e CEO	07/05/21	online	00:47:33
Social Good Brasil	Director	20/05/21	online	0:52:20
Total de horas:				3:52:59

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

É importante destacar que a escolha das organizações a serem contatadas para entrevista foi feita pela pesquisadora independente da forma com que a organização estivesse legalizada. As organizações selecionadas se auto identificavam como negócios de impacto e organizações de suporte. A auto identificação e a identificação pelos pares e mídia, como um negócio de impacto, foi considerado de suma importância para serem incluídas na pesquisa. Ciente da diversidade de entendimentos quanto ao formato legal, forma de estruturação organizativa e outras características que permeiam o debate quanto aos NIs, esta pesquisa ancorada na perspectiva pragmatista, buscou não excluir nenhuma organização por critérios pré-determinados deixando aos atores a justificativa para se identificarem como um negócio de impacto. Após a realização das entrevistas, que ocorreram tanto presencialmente como digitalmente, estas foram transcritas para facilitar o processo de análise dos dados.

Este processo de coleta de dados foi descrito pela pesquisadora como “funil de dados”. Todas as etapas de análise de dados alimentaram os códigos criados durante a análise inicial de publicações (Factiva), bem como, geraram novos códigos.

Após todos os dados coletados iniciou-se a análise temporal das narrativas dos NIs ao longo dos anos, desenvolvida a partir da organização e sistematização dos dados provenientes da análise documental e da mídia, da participação em eventos, curso e entrevistas realizadas. Após isto, realizou-se uma análise temática

¹⁴ A entrevista realizada com Ronaldo Tenório ocorreu via WhatsApp. A pesquisadora enviou áudios e textos explicando a pesquisa e o entrevistado respondeu as perguntas também em áudio. Desta interação, foram contabilizados em minutos apenas os áudios de resposta do entrevistado às perguntas pré-estabelecidas.

dos principais desafios manifestados, bem como, das tensões relativas a estes, desenvolvida a partir de cenas identificadas através das declarações dos atores nas situações observadas. Analisando-se a emergência das lógicas referentes às justificações dos atores envolvidos com o ecossistema de NIs no Brasil. Para tanto, utilizou-se como guia inicial o quadro teórico analítico abaixo, formulado para compreender a gramática de justificações de Boltanski e Thévenot (2006; 2020).

Quadro 16 - Descritores analíticos da gramática de justificações

Termo	Definição
Arranjo	Engajamento de seres humanos e objetos em uma ação.
Arranjo particular	Acordo contingente para ambas as partes envolvidas.
Causa	A intenção manifesta de se reparar uma injustiça ao se fazer reconhecer a existência de um grupo até então ignorado.
Compromisso	Estado em que as pessoas entram em um acordo para promover uma composição, ou seja, para suspender uma controvérsia, sem que ela seja resolvida pelo recurso a um processo de comprovação em um mundo único.
Comprovação	Colocação de julgamentos e justificações.
Denúncia ou Operações críticas	Operações por meio das quais os atores expressam desacordo sem recorrer à violência.
Dignidade	Natureza humana que ancora a ordem de grandeza em cada mundo.
Dispositivos	Combinação de objetos agenciados em coordenação com sujeitos. Podendo ser de natureza jurídica, institucional ou material.
Estado de grande ou de Maior grandeza	Fiadores do princípio superior comum, servem como pontos de referência e contribuem na coordenação das ações dos demais.
Estado de pequeno ou de Menor grandeza	Aqueles com falta de qualidade que define o grande, ou reduzidos a desfrutar apenas de seu bem-estar particular.
Figuras	Imagens reveladas pela distribuição harmoniosa de estados de grandeza, invocadas como realidades em conformidade com o princípio da equidade.
Forma de equivalência	Qualificação de pessoas e objetos capazes de enquadrar um acordo ou servir de fundamentação em uma disputa, revelada por uma distribuição harmoniosa dos estados de grandeza.
Forma de evidência	Modo de conhecimento próprio do mundo considerado.
Fórmula de investimento ou Sacrifício	Sacrifício necessário para acessar o estado de grande.
Grandezas	Modo de avaliação adequado para definir o que importa, o que é mais valoroso de acordo com um princípio de determinada ordem de valor e corresponde a diferentes formas de construir provas de realidade e possibilitar o acordo, a ação em comum. Formas de bem comum legítimas.

Justificações ou Lógicas de justificação	Conjunto de argumentos que sustentam os termos ou legitimidade de um bem comum, coordenados em situações de disputa.
Objetos	Equipamentos ou aparelhos da grandeza: regulamentos, diplomas, códigos, ferramentas, prédios, máquinas, etc.
Objetos compostos	Objetos dotados de uma identidade própria após formados por elementos pertencentes a diferentes mundos.
Objetos de compromisso	Formulações e denominações específicas capazes de fundar em um mesmo enunciado as remissões aos mundos de origem.
Ordens de Grandeza ou Mundos	Ordens de relações ou conjunto de lógicas de julgamento baseadas em princípios de coordenação convencionados com base em um bem comum.
Princípio Superior Comum	Convenção que constitui a equivalência entre os seres (qualificação entre os seres). Estabiliza e generaliza uma forma de aproximação, uma forma de generalidade.
Situações compostas	Situações que comportam seres próprios de vários mundos, e nas quais as controvérsias são resolvidas por meio de um compromisso.

Fonte: Elaborado a partir de Boltanski e Thévenot (2006; 2020).

O Quadro 16 descreve os principais termos da gramática de justificação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020) utilizadas no decorrer deste estudo. O quadro serviu de guia para os termos-chave presentes nas narrativas e discurso dos atores investigados, compondo com a análise realizada. Os descritores analíticos para cada mundo - princípio comum; estado de merecimento; dignidade; sujeitos; objetos; investimento; relação de valor; relacionamentos; figuras; teste; julgamento; evidência; a queda - foram especificados no Capítulo 2, Tópico 2.2.

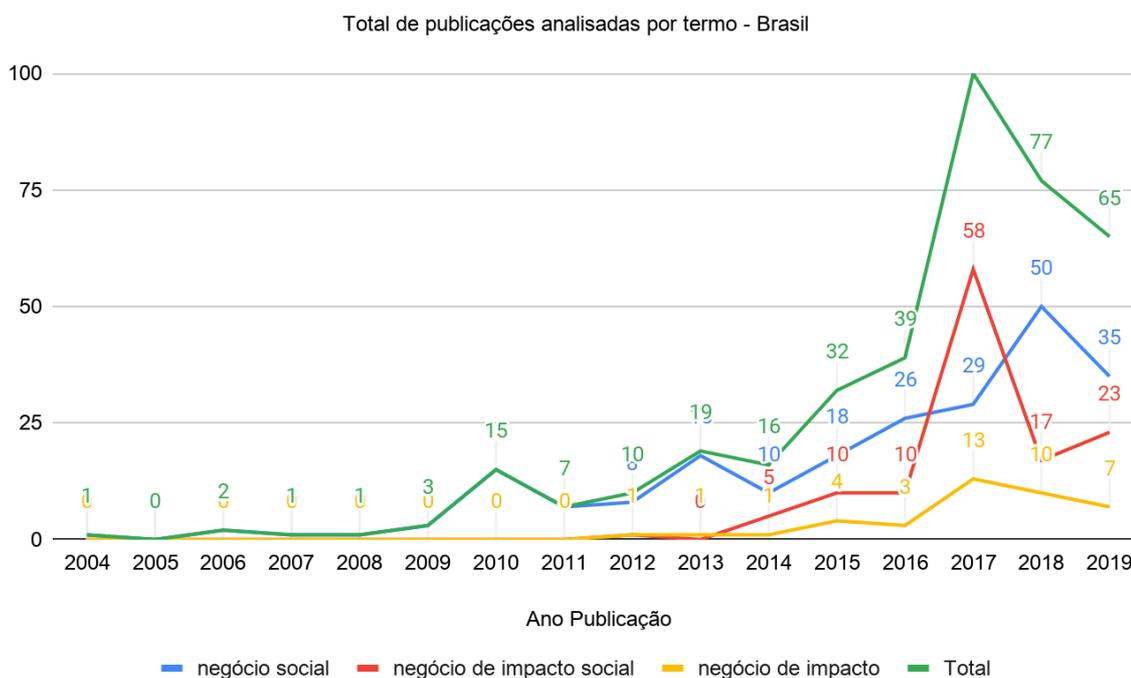
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 PUBLICAÇÕES MIDIÁTICAS: negócio social + negócio de impacto social + negócio de impacto

Como evidenciado no capítulo anterior, os dados obtidos na busca de publicações brasileiras realizada na plataforma Factiva totalizaram a análise sem repetições de 388 publicações divulgadas entre agosto de 2004 e dezembro de 2019. Considerando todas as buscas realizadas, e os filtros aplicados para exclusão de publicações repetidas, o termo “negócio social” retornou 224 publicações, “negócio de impacto social” 124 publicações, e, “negócio de impacto” 40 publicações.

O processo de análise de publicações repetidas priorizou a ordem cronológica de buscas, ou seja, as publicações capturadas na busca do termo “negócio social”, que também foram identificadas nas buscas dos demais termos, foram mantidas neste primeiro grupo. Sendo assim, o número de publicações indicado anteriormente não representa o número de publicações que apresentam apenas um dos termos pesquisados.

Gráfico 1 - Total de publicações analisadas por termo de captura



Fonte: Dados primários, 2020.

Os dados foram analisados e categorizados no software Atlas.ti a partir da estratégia de análise de conteúdo temática e interpretativa, em duas etapas, conforme especificado no capítulo anterior. Desta análise, constatou-se que as fontes de veiculação com as maiores quantidades de publicações foram: O Globo (56); Folha de São Paulo (53); O Estado de São Paulo (35); Diário Catarinense (22); Correio 24h (20) e Divulgador de Notícias (19). Já os anos com maior número de publicações foram: 2017 (100), 2018 (77), 2019 (65) e 2016 (39). Percebe-se que as publicações relativas ao período entre 2017 e 2019 totalizam 62,37% (242) do total de peças analisadas (388). Constata-se também que os termos começam a ser utilizados com maior frequência a partir de 2010, sendo que de 2010 a 2016 o total de publicações analisadas foi de 138.

A partir da análise das notícias, 25 organizações intermediárias de fomento foram identificadas. São estas: AbeLLha, Artemisia, Ashoka, AZ Quest, BID, Choice, Din4mo, Enimpecto, ESPM, Estação Hack, FGV Cenn, Força Tarefa de Finanças Sociais (FTTS), Ford Fund, ICE, Impact Hub, Lets, Neo Acelera, Performa, Pipe.Social, Quintessa, Salesforce Ventures, Sebrae, Social Good Brasil, Vox Capital e Yunus Brasil Negócios Sociais. Quanto aos NIs, 124 organizações foram identificadas como negócios sociais, negócios de impacto social ou negócios inclusivos, apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 17 - NIs identificados na análise de publicações midiáticas

Negócios de Impacto	
2.5 NEW VISION GENERATION	LAR
4YOU2	LIVOX
A BANCA	LUSCO FUSCO
ALOHA	MAIS SAÚDE
AMORA	MAMMU
APAEB	MANTIQUEIRA MERCADO LOCAL
ASSOBIO	MÃOS BRASIL
ATADOS	MARISQUEIRAS DE MARAGOJIPE
BANCO MARÉ	MATURIJOBS
BANCO PÉROLA	MAWON
BEMTEVI	MEGAMED
BIO FAIR TRADE	MEU DOUTOR

BLACK MONEY	MIMOS
BLIIVE	MOLÉCOOLA
BOOMERA	MORADIGNA
BOUTIQUE DE KRIOULA	MOVVA
BROTEI	MUDA MEU MUNDO
BRUN HUB	NBS RIO + RIO
BURRO SEM RABO	NEGÓCIO FORMOSO
CALHAU SOCIAL	NO SETOR
CARTEIRO AMIGO	OMUNGA
CENTRAL DA CATARATA	ONBOARD MOBILITY
CICLO REVERSO	ONG CIDADE SEM FOME
CIDADES INVISÍVEIS	OUSEE
CIDADES.CO	OUTDOOR SOCIAL
CIÊNCIA DIVERTIDA	PANO SOCIAL
COM LOLA	PÉ NA ESCOLA
CONSPIRAÇÃO LIBERTINA	PICKCELLS
COSOL	PLANAC
CRECHE COMUNITÁRIA MUNDO INFANTIL	PLANT FAZENDA URBANAS
DE LÁ	PLANTE PRA MIM
DENGO	PLUVI.ON
DIÁSPORA BLACK	POLEN
DIGNA ENGENHARIA	PRAÇAS
DIOSA	PRANAH
DR. CONSULTA	PRODEAF
DR. SOLIDÁRIO	PROGRAMA VIVENDA
ECOLAR	PULSARES
ECOLIVERY COURRIEROS	RAÍZES
ECOSTASY	RECONNECTTA
EMPREGA COMUNIDADES	REDE ASTA
ERA UMA VEZ O MUNDO	RENOVATIO
ESCOLA DE NOTÍCIAS	RIO FAVELA TOURS
F123	S.O.S DENTAL SOCIAL
FAVELAR	SALADORAMA
FORÇA MENINAS	SAÚTIL
GASTROMOTIVA	SCHOPF PAPIER
GEEKIE	SIMBIOSE SOCIAL

GUTEN EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA	SOBRAMEX
H20	SOLIDARIUM
HAND TALK	SOMOS UM
HOTEL SOLAR DO AMANHECER	TOCA AMBIENTAL
INCENTIV	TOUCH
INOVA URBIS	TRICICLOS
INSOLAR	ULTRA RICE
INSTITUTO AUÁ	URBAN 3D
INSTITUTO MUDA	VALE DO NENDÊ
IRMÃ DULCE	VERBEM
JAUBRA	VISÃO DO BEM
JEITTO	WE MAKERS BRASIL
KONKERO	XMILE LEARNING
LÁ DA FAVELINHA	YOU TRENDZ

Fonte: Dados primários, 2021.

Os conceitos associados as definições dos termos pesquisados totalizaram 96 entradas, estes foram analisados e seis grandes categorias se destacaram: capitalismo consciente, desenvolvimento sustentável, empreendedorismo, impacto social, novas formas de soluções de consumo e novos formatos organizacionais. Na análise das características dos termos, 12 foram destacadas: atendimento à população de baixa renda (6 citações); empresa lucrativa com proprietários da base da pirâmide – BoP (4 citações); distribuição de dividendos (1 citação); escalabilidade (5 citações); estrutura ou modelo de negócio inovador (7 citações); ética e *triple bottom line* (2 citações); geração de receita (49 citações); hibridismo organizacional (20 citações); missão social (87 citações); reinvestimentos de excedentes (53 citações); remuneração dos proprietários (4 citações); e, sustentabilidade financeira (26 citações). Já, os diferentes tipos de eventos identificados incluíam: certificações, competições, desafios, maratonas, cursos, estudos, eventos, conferências, festivais, fóruns, oficinas, seminários, laboratórios, lançamento de livros, metodologias, premiações, programas e redes de suporte.

No próximo tópico apresenta-se a referida análise temporal em quatro períodos: 2004 - 2010: Responsabilidade Social Corporativa, Empresa Social, Yunus e Setor 2,5; 2011-2015: População na Base da Pirâmide, Empreendedor, Escala e Impacto Social; 2016 - 2017: Negócios (de Impacto) Social - investindo no

amadurecimento do ecossistema; e, 2018 - 2019: Impacto como negócio - o debate político-institucional.

4.2 DO NEGÓCIO SOCIAL AO NEGÓCIO DE IMPACTO: evolução dos termos e principais desafios a partir da mídia

A partir dos dados coletados na mídia jornalística e nas publicações acadêmicas de destaque discute-se, nesta seção, a evolução do conceito de negócio social, negócio de impacto e negócio de impacto social, e os principais desafios manifestados nas narrativas analisadas no período de 2004 a 2019.

4.2.1 2004 - 2010: Responsabilidade Social Corporativa, Empresa Social, Yunus e Setor 2,5

A partir da análise das notícias brasileiras envolvendo termos relacionados a organizações “que geram impacto positivo na sociedade”, observou-se que a primeira publicação que apresenta o termo “negócio social” recebeu o título “Organizações que já nascem sustentáveis”¹⁵ e foi publicada pelo Valor Econômico em 24 de agosto de 2004. A reportagem argumenta que “a ideia de que um projeto social poder se tornar um (bom) negócio sustentável” é “nova, polêmica e ainda pouco debatida”, introduzindo o termo negócio social como um exemplo factível a esse tipo de organização.

Destaca-se que neste período o debate quanto ao papel das organizações para o cumprimento das políticas de Desenvolvimento Sustentável do Milênio das Nações Unidas já estava bastante maduro. No Brasil, no ano anterior, 2003, já ocorria inclusive o início da implementação das diretrizes estipuladas na Agenda 21 Nacional. Neste período, além dos Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, um dos grandes “*trends*” do debate sobre a sustentabilidade nas organizações relacionava-se à abordagem da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que junto à abordagem da Maximização de Lucros dos Shareholders (FRIEDMAN, 1971) formava o paradigma predominante do debate a respeito do papel das organizações na sociedade (SOARES; PETRINI, 2014).

A definição trazida pela reportagem do Valor Econômico descreve os **negócios sociais** como aqueles que **já nascem com uma missão social clara e**

¹⁵ ORGANIZAÇÕES já nascem sustentáveis. **Valor Econômico**, 24 de agosto de 2004.

aliam a esta a produção de valor econômico. Destaca ainda que os negócios sociais possuem a “lógica inversa de uma tendência trazida pelo movimento mundial de RSC” que é o de incorporar “valores e práticas sociais” somente após já serem competitivas, além de produzirem seus bens e serviços a partir de práticas corporativas tradicionais. Ou seja, a grande diferença entre os chamados “negócios sociais” das organizações com RSC é que os primeiros prometem “já apresentar ao consumidor um produto que, desde sua concepção, incorpora a dimensão social e promete desenvolvimento econômico”¹⁶.

A reportagem também apresenta um **exemplo nacional de negócio social, a Associação de Pequenos Agricultores do Município de Valente (Apaeb)**. A Apaeb é descrita como uma “unidade de beneficiamento de sisal, que depois se tornou uma fábrica”, beneficiando o emprego de diversas pessoas. A Apaeb é dada como exemplo de negócio social, mesmo sendo formalizada como uma associação, por possuir “o negócio como cerne de sua atividade” e tendo como objetivo “o desenvolvimento econômico das comunidades com que trabalham”.

O relato da narrativa desta reportagem auxilia no entendimento dessa temática tão controversa por trazer uma associação como exemplo de negócio social. Considerando a data de publicação da reportagem pode-se deduzir que o termo ‘negócio social’ foi utilizado naquele contexto para especificar a fábrica criada pela associação, ou seja, o negócio que gerava receitas comerciais à associação. Isto fica claro mais a frente quando a reportagem divulga o lançamento do 4º Prêmio Empreendedor Social Ashoka - McKinsey, definindo o público do concurso como as “organizações da sociedade civil (sem fins lucrativos) que desenvolvem negócios sociais”.

A problemática destacada relata que por décadas as Organizações Não Governamentais (ONGs) possuem dificuldades em captar recursos de fontes externas, sendo este um dilema cotidiano destas organizações. No entanto, descrito como uma solução para esta dificuldade, as organizações mais “inovadoras” já estariam nascendo como negócio social como um caminho para a sustentabilidade financeira, assim como para a possibilidade de “abrir oportunidades de trabalho para as pessoas das comunidades que atendem”. Aqui é possível perceber a influência

¹⁶ ORGANIZAÇÕES já nascem sustentáveis. **Valor Econômico**, 24 de agosto de 2004.

de entendimento de negócio social de Muhammad Yunus, que mais à frente, na mesma publicação, é citado pela criação do Grameen Bank.

Em 2006, Yunus e o Grameen Bank recebem o prêmio Nobel da Paz pelos esforços em promover e gerar desenvolvimento econômico a partir da base, ganhando muita notoriedade e divulgando mundialmente seu modelo de microcrédito e o próprio termo “negócio social”. Como era de se esperar, a partir da premiação, muitas reportagens passaram a abordar a temática. Uma delas publicada pelo O Globo¹⁷, em 20 de outubro de 2006, apresenta o modelo de Yunus como **“um novo paradigma que humaniza o mundo dos negócios**, pela convergência entre o empreendedorismo social e o segundo setor”. Nesta reportagem, o conceito de empresa social é resgatado citando o instrumento jurídico aprovado na Inglaterra em 2004 chamado ‘*Community Interest Company*’¹⁸ ou Empresa de Interesse Comunitário. Estas empresas sociais podem ser configuradas como sociedades limitadas por garantia ou ações, sendo que não podem distribuir ativos aos seus membros, e **apesar de poderem gerar lucro, este deve ser reinvestido para alcançar benefícios para a sociedade** (CIC ASSOCIATION, 2015).

Em outra publicação de O Globo, de junho de 2010¹⁹, em uma entrevista com Yunus, o repórter pergunta “o que são empresas ou negócios sociais?” e Yunus responde:

Prefiro usar a expressão negócio social. É aquele cujo **objetivo final é resolver um problema identificado na sociedade**, e não multiplicar o dinheiro dos acionistas, como ocorre nos sistemas convencionais. Além disso, para ser chamado de negócio social, **é necessário ser autossustentável**. Então é preciso que o sistema se mantenha sozinho, mas sem maximizar lucros, porque isso não é sustentável para uma sociedade (19:87).

Para Yunus, “a visão de futuro aposta nos resultados desse mix de práticas do setor da cidadania com elementos do universo empresarial, que unem atuação competitiva, sustentabilidade financeira e maximização dos benefícios sociais”²⁰. A

¹⁷ BAGGIO, Rodrigo. Um Nobel para a inclusão social dos negócios. **O Globo**, 20 de outubro de 2006.

¹⁸ Legislação Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004. Disponível em: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/27>

¹⁹ RAZÃO Social: Vestindo sua habitual túnica...**O Globo**, 01 de junho de 2010.

²⁰ BAGGIO, Rodrigo. Um Nobel para a inclusão social dos negócios. **O Globo**, 20 de outubro de 2006.

formação em economia de Yunus juntamente com a realidade de pobreza vivida em seu país, Bangladesh, fortaleceu suas críticas ao pensamento econômico tradicional, demonstrando no programa de microcrédito oferecido pelo Grameen Bank, a possibilidade de um “capitalismo mais humano”.²¹ Esta visão de organização do futuro capaz de “erradicar a pobreza”²² e outras mazelas da sociedade começa a ser divulgada como o grande trunfo dos negócios sociais.

Em reportagens analisadas no período até o ano de 2009 foi possível identificar outros exemplos de negócios sociais brasileiros descritos como projetos de Organizações sem fins lucrativos, como associações ou institutos. Como exemplos pode-se citar a AcomB, marca desenvolvida pela ONG Ação Comunitária do Brasil²³; o Mãos Brasil, projeto do Instituto Realice²⁴; o Cozinheiro Cidadão²⁵, projeto que ensinava gastronomia a jovens da favela do Jaguaré e que dá origem à Associação Incubadora Social Gastromotiva apoiada pela Artemisia.

Dart (2004) destaca que para se atingir o potencial de transformação econômica do empreendedorismo social é preciso que o conceito de ‘*social enterprise*’ seja definido. Embora sua obra date de 2004 e já se observar um certo amadurecimento no debate sobre esta temática, até em função dos exemplos de projetos descritos como negócio social encontrados na análise das publicações brasileiras, é relevante ilustrar a dúvida que ainda perdura em muitos campos de discussão sobre o tema, sendo um deles o próprio campo acadêmico.

Para confirmar a afirmação anterior, a Imagem 1 revela uma pergunta feita no grupo do EMES PhD Network²⁶- da rede social Facebook, em janeiro de 2021. Nela observa-se que a definição do termo ‘*social business*’ (em português ‘negócio social’) ainda pode ser uma dúvida até mesmo para pesquisadores experientes de diferentes áreas, demonstrando que a tensão primária dos negócios sociais é **a própria definição e limites deste termo**. Por isso torna-se importante destacar o entendimento do termo para esta tese a partir dos dados coletados e da

²¹ VESTINDO sua habitual túnica... **O Globo**, 01 de junho de 2010.

²² ‘AGORA é a hora de redesenhar o sistema financeiro. O atual falhou’. **O Globo**, 20 de maio de 2010.

²³ FASHION Rio abre espaço aos pequenos. **Valor Econômico**, 9 de janeiro de 2008.

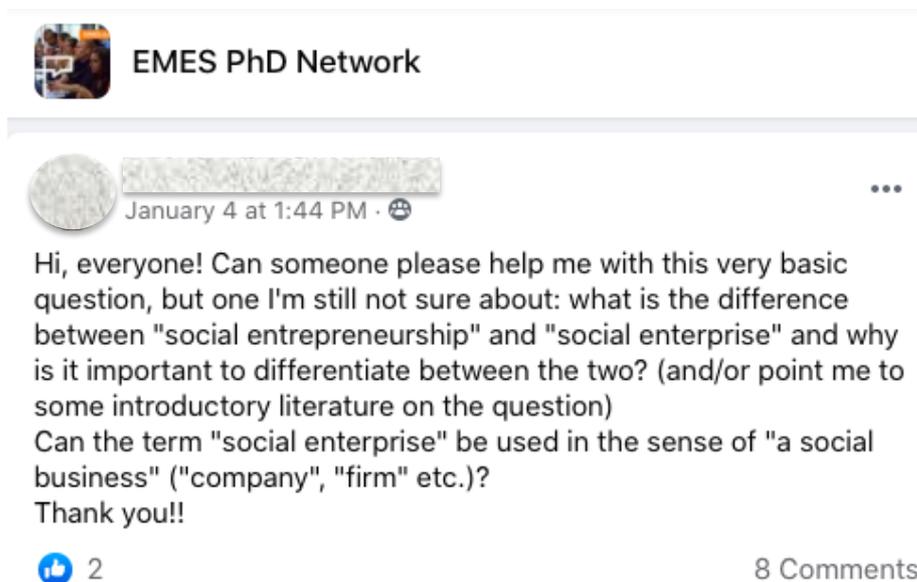
²⁴ NEGÓCIO social. **O Globo**, 18 de abril de 2009.

²⁵ BERGEL, Mariana. Tempero motivador. **Folha de São Paulo**, 10 de dezembro de 2009.

²⁶ O EMES PhD network é um grupo na rede social Facebook dedicado a estudantes de doutorado e pesquisadores, em estágio inicial da Europa e de outras partes do mundo, para compartilhar suas opiniões sobre questões relacionadas às empresas sociais, empreendedorismo social, economia social e terceiro setor. O grupo até a data de 01 de fevereiro de 2021 possuía 628 perfis inscritos.

interpretação da própria autora, considerando uma compreensão a partir do pragmatismo.

Imagem 1 - Print pergunta feita na rede social Facebook

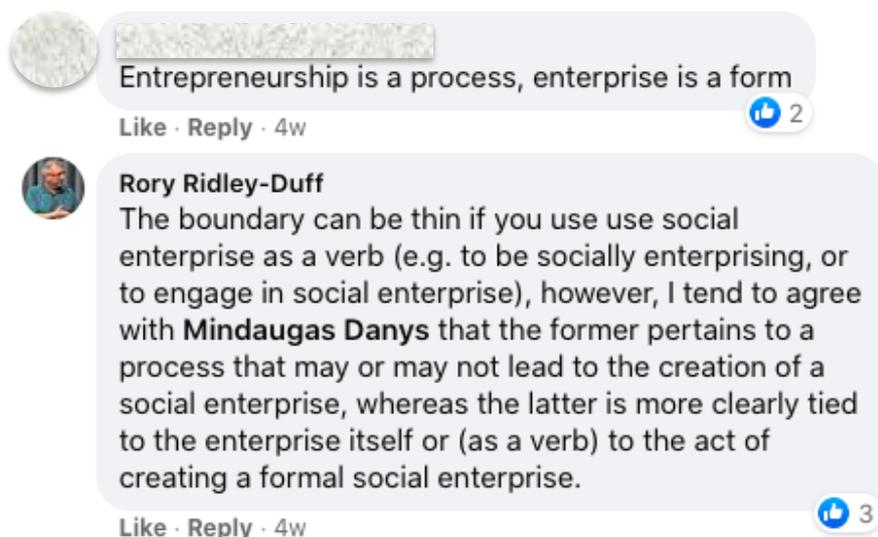


Fonte: Página Facebook EMES PhD Network (2021).

Na publicação ilustrada pela Imagem 1, a participante questiona ao grupo a diferença entre 'empreendedorismo social' (*'social entrepreneurship'* em inglês), 'empresa social' (*'social enterprise'* em inglês) e 'negócio social' (*'social business'* em inglês).

Como já discutido no Capítulo 2.1, da revisão de literatura, uma série de autores (DEES, 1998; DEES; ANDERSON, 2006; ALTER, 2007; MASSETTI, 2008; YOUNG; SEARING; BREWER, 2016; DEFOURNY; NYSSSENS 2017) e grupos de pesquisa vêm buscando classificar as diferentes tipologias de empreendimentos sociais. No entendimento desta autora, as definições de empreendedorismo social tipicamente (*'social entrepreneurship'* em inglês) estão relacionadas a um processo ou comportamento, tal como afirma Mair e Martí (2006), enquanto uma *'social enterprise'* é o empreendimento em si mesmo, a forma com que o processo de empreendedorismo pode ou não se materializar (MAIR; MARTÍ, 2006). Esta explicação também pode ser visualizada no primeiro comentário em resposta à pergunta da usuária.

Imagem 2 - Print resposta dada na rede social Facebook



Fonte: Página Facebook EMES PhD Network (2021).

Destaca-se que a tradução de “*enterprises*” para a língua portuguesa pode significar tanto “empresa” como “empreendimento”. A palavra “*enterprises*”, como explicado por Ridley-Duff no segundo comentário, é o empreendimento social formalizado.

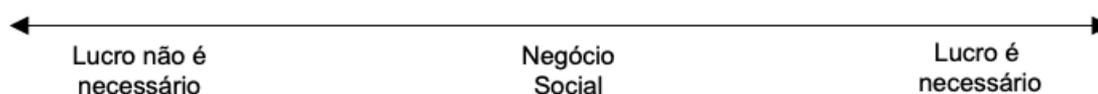
Conforme se pode observar no Capítulo 2.1, diversos autores (DEES, 1998; BATTILANA; LEE, 2014; BESHAROV; SMITH, 2014; DOHERTY et al., 2014) classificam as empresas sociais dentro de uma categoria mais ampla de organizações híbridas. Dees (1998), por exemplo, utilizava o termo ‘empresa social’ para descrever organizações sem fins lucrativos que buscavam receitas adicionais por meio de empresas comerciais auxiliares, variando em um espectro de organizações puramente filantrópicas até puramente comerciais. A característica principal destes empreendimentos é definida por Alter (2003) como a de utilizar abordagens de mercado para obter receitas comerciais e cumprir sua missão. Alter (2007) também buscou classificar as empresas sociais de acordo com o nível de integração entre os programas sociais e as atividades empresariais da organização, podendo estas serem classificadas como incorporadas, integradas ou externas (Figura 4). A definição da autora para empresas sociais inclui

qualquer empreendimento comercial criado com um objetivo social - mitigar social/reduzir um problema social ou uma falha de mercado - e gerar valor social enquanto opera com disciplina financeira, inovação e determinação de uma empresa do setor privado (ALTER, 2007, p.18).

Tal definição é similar ao entendimento até aqui veiculado nas publicações como sendo a definição de negócio social.

Masseti (2008) apresenta sua matriz de empreendedorismo social e introduz o termo '*social commerce*' (comércio social) para descrever os negócios sociais. A autora apresenta o esquema representado pela Figura 5 para demonstrar a natureza da relação entre os negócios sociais, as ONGs e os negócios tradicionais. Para a autora "os negócios sociais existem em qualquer lugar ao longo do continuum", sendo que a localização exata depende de quanto o negócio depende de sua lucratividade para se sustentar (MASSETTI, 2008, p.8).

Figura 16 - Continuum do conceito de Comércio Social



Fonte: Massetti (2008, p.8).

Destaca-se que nas publicações analisadas, o negócio social Gastromotiva aparece destacado juntamente à Artemisia, apesar desta ter sido fundada no Brasil em 2004. Em 2006 Daniel Hertz, fundador da Gastromotiva é selecionado para participar de um projeto de "aceleração" da Artemisia. A partir daí o empreendedor é constantemente citado em publicações jornalísticas. Pode-se dizer que em 2010 a Gastromotiva torna-se um grande 'case' de negócio social brasileiro. Em uma publicação da Folha de São Paulo de 10 de dezembro de 2009²⁷, a organização é descrita como um 'negócio social híbrido' dependente de doações, ao mesmo tempo que gera receitas com "serviços e produtos do bufê-escola".

O termo, "negócio social híbrido", começa a aparecer nas publicações em 2008, juntamente com o termo "setor 2,5". Em uma publicação de 2010²⁸ que relata a transição de executivos do mercado tradicional para as ".org", Bernardo Faria, que havia deixado uma posição no Banco Santander para assumir um projeto no Comitê

²⁷ QUEM é. **Folha de São Paulo**, 10 de dezembro de 2009.

²⁸ EXECUTIVOS dão salto para carreira '.org'. **O Estado de São Paulo**, 27 de maio de 2010.

para Democratização da Informática - CDI, considera que “o projeto que desenvolve é um **“híbrido” de empresa e projeto social**”. E destaca:

Estou no **setor 2,5**, sou um empreendedor social. **Estou montando uma empresa uma S.A. fechada, que vai sair da incubação da ONG** dentro de dois ou três meses. Acho que dentro de seis meses o negócio vai decolar.

O comentário de Bernardo fortalece o entendimento de que tal negócio se refere ao negócio social que estava sendo criado como uma organização auxiliar a uma organização sem fins lucrativos principal. Isso corrobora a lógica da escola de pensamento da empresa social de Dees e Anderson (2006) e com o formato de empresa social descrito por Alter (2007), podendo estar estruturado como um departamento dentro de uma organização ou como uma entidade jurídica separada, uma subsidiária com ou sem fins lucrativos (vide Figura 4 no Capítulo 2).

Defourny e Nyssens (2010) relatam que, neste período, o termo ‘*social enterprise*’, para além de identificar organizações sem fins lucrativos que utilizam estratégias de negócio para gerar receita em suporte às suas causas, também vinha sendo utilizado para um conjunto mais amplo de organizações incluindo empresas com fins lucrativos nos Estados Unidos e na Inglaterra. Os autores, ao analisarem o sentido do termo ‘*social enterprise*’ a partir das escolas de pensamento de Dees e Anderson (2006), ampliam o entendimento da escola chamada escola de pensamento da empresa social, pensada a partir das atividades de organizações sem fins lucrativos, para duas versões. A primeira versão mantendo a abordagem comercial sem fins lucrativos (*commercial non-profit approach*) e outra, incluindo todas as formas de iniciativas de negócios identificadas como abordagem de negócios orientados para a missão (*mission-driven business approach*).

Uma publicação da Folha de São Paulo, de 5 de outubro de 2010²⁹, debruçou-se sobre este movimento batizado de “setor 2,5”. O fenômeno descrito como “uma zona cinzenta entre o segundo setor [privado] e o terceiro setor [organizações sem fins lucrativos]” é identificado como tendo parte da sua origem dada à “profissionalização da gestão nas organizações sociais”, o fortalecimento do conceito de “investimento social privado” nos anos 90 e “a ascensão do movimento

²⁹ PALHANO, André. Novos empreendedores aliam atuação social e busca pelo lucro. **Folha de São Paulo**, 5 de outubro de 2010.

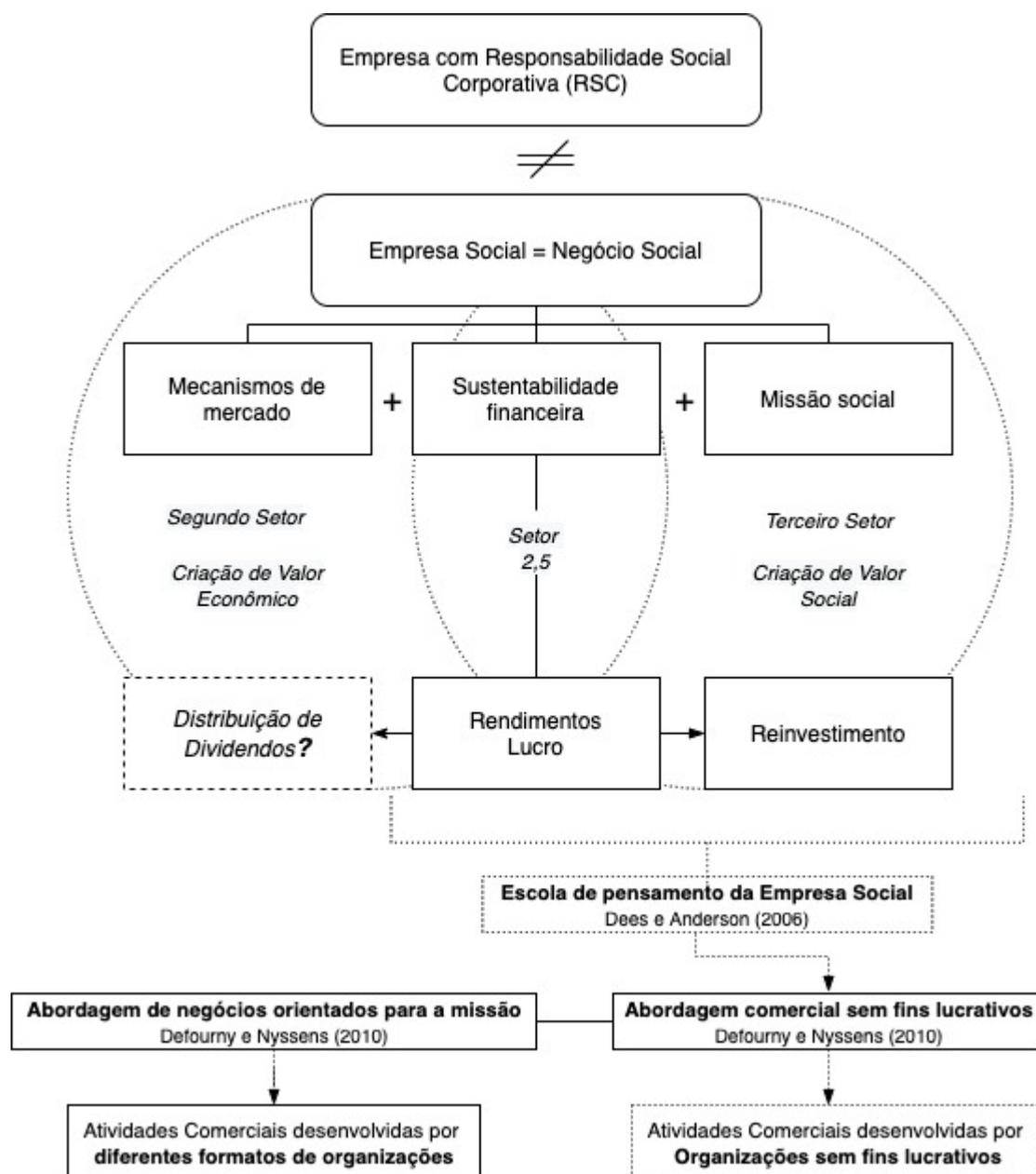
de responsabilidade social no mundo empresarial”. A reportagem destaca o “crescente interesse de financiadores de olho no **retorno social e financeiro** dos projetos” e a expansão de fundos de investimentos “destinados exclusivamente a negócios sociais”. Nesta reportagem, não fica claro se o termo “retorno financeiro” refere-se apenas ao retorno do valor investido ou também de dividendos. A reportagem cita que especialistas relatam haver “um movimento crescente de empreendedores que busca **aliar as duas lógicas (do lucro pessoal e do retorno social)** em um mesmo projeto”. Assim como uma das entrevistadas³⁰ declara que “quando se fala hoje em negócio social ou negócio sustentável, **isso não representa jogar a fundo perdido, mas sim trazer retorno para quem fez aquele investimento**”. O tom da reportagem leva a entender que o retorno financeiro citado vai além daquele que Muhammad Yunus previa ao considerar que “é legítimo recuperar os investimentos feitos no programa, mas não se pode pensar em maximizar lucros”³¹. Uma vez que os negócios sociais buscam a auto sustentabilidade, o conceito de Yunus considera que o negócio só deve contar com seus investidores no início do projeto, sendo que após pagar o investimento inicial aos proprietários, a organização deve ser auto suficiente financeiramente (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

Ao descrever os negócios sociais Yunus, Moingeon e Lehman-Ortega (2010, p. 311) sinalizam que apesar das diferenças em relação ao modelo defendido por Yunus, alguns modelos de negócios sociais “incluem o pagamento de dividendos a acionistas com fins lucrativos convencionais”. Ao fazer esta afirmação, os autores incluem uma nota de rodapé e afirmam que os negócios sociais se diferem das estratégias da base da pirâmide, pois entendem que este modelo de estratégia foi apropriado por multinacionais que buscam prioritariamente o lucro financeiro, sendo o lucro social apenas um subproduto das atividades destas organizações (YUNUS; MOINGEON; LEHMAN-ORTEGA, 2010). O único modelo de negócio que opera com maximização de lucros considerado por Yunus como um negócio social é aquele cujo proprietário seja pobre ou pertencente à população desfavorecida. Os dividendos e o crescimento do patrimônio do negócio seriam a fonte para o benefício social, permitindo ao proprietário mudar sua realidade ao reduzir ou escapar da pobreza (YUNUS, 2007).

³⁰ PERROTI, Rosana. Fundadora da Plataforma Sinergia.

³¹ YUNUS, Muhammad. Vestindo sua habitual túnica... **O Globo**, 1 de junho de 2010.

Figura 17 - Mapa conceitual 2004 - 2010



Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se assim que predominantemente entre 2004 a 2010, as publicações analisadas apresentaram o entendimento de negócio social como sinônimo de empresa social, identificando características do segundo e terceiro setor que são compartilhadas pelas organizações do chamado setor 2,5. A análise das publicações também demonstra que a partir de 2006 a definição de Yunus é a que mais se destaca, caracterizando um negócio social pela necessidade de ter uma missão social clara, assim como reinvestir os lucros na própria organização ou na comunidade, sendo a sustentabilidade financeira um elemento essencial. Ao final

de 2010, algumas publicações começam a introduzir a temática do retorno financeiro sobre o investimento feito em negócios sociais.

As principais definições de negócio social apresentadas nas publicações neste período podem ser observadas no Quadro 18

Quadro 18 - Definições de NIs 2004 - 2010

Data da publicação	Fonte	Termo	Definição
24/08/2004	Valor Econômico	Negócio Social	[...] negócios sociais nascem com uma missão social clara , aliada à produção de valor econômico .
20/10/2006	O Globo	Negócio Social como sinônimo de Empresa Social	O conceito de <i>social enterprise</i> [...] como iniciativa voltada, em primeiro lugar, para objetivos sociais , e cujos excedentes são principalmente reinvestidos no próprio negócio ou na comunidade , em vez de dirigidos pela necessidade de maximizar lucros de proprietários e acionistas.
01/06/2010	O Globo	Negócio Social	O que são empresas ou negócios sociais? M. YUNUS: Prefiro usar a expressão negócio social . É aquele cujo objetivo final é resolver um problema identificado na sociedade , e não multiplicar o dinheiro dos acionistas, como ocorre nos sistemas convencionais. Além disso, para ser chamado de negócio social , é necessário ser autossustentável .
03/08/2010	O Globo	Negócio Social como sinônimo de Empresa Social	Embora o conceito de negócio social da instituição seja diferente do usado por Yunus, o foco continua sendo resolver problemas sociais , o que, para Jappe, tem trazido ótimos resultados: — Nós não vemos problemas de os empreendimentos sociais terem lucro , muito pelo contrário. Com lucro, o sistema não fica dependente de filantropia, e pode ser todo montado no conceito de negócio social .
03/08/2010	O Globo	Negócio Social	[...] negócio social , cujo objetivo é resolver causas sociais e reinvestir os lucros nas próprias operações.
05/10/2010	O Globo	Negócio Social como sinônimo de Empresa Social	Yunus apresenta uma forma de fazer negócio que não tem como missão única a de maximizar o lucro. A base do seu projeto é o negócio que gere renda suficiente para cobrir as próprias despesas e que use o excedente econômico para investir em expansão . Ou seja: uma empresa social “não envolver perdas e não paga dividendos, mas é inteiramente dedicada à realização de um objetivo social , para acabar com um problema social.”
05/11/2010	Zero Hora	Negócio Social	[...] negócio social , um modelo que proporciona aos empresários investir em uma associação sem lucro financeiro , mas com um ganho nobre .

Fonte: Dados secundários.

4.2.2 2011 - 2015: População na Base da Pirâmide, Empreendedor, Escala e Impacto Social

Em 2011 as características desse “novo setor” que fica entre o segundo e o terceiro, o setor dois e meio, continuam a ser debatidas. Alguns chegam a descrever que a dicotomia entre **ganhar dinheiro e impactar a sociedade de forma positiva** é solucionada com esta “forma diferente de fazer negócio”³². O chamado Novo Capitalismo ou Capitalismo Social impulsiona o debate quanto aos prejuízos causados pelo sistema econômico capitalista vigente, fortalecendo a temática da **inclusão social e da democratização do consumo**. Com a influência de Muhammad Yunus, o empreendedorismo social ganha o status de base para este novo capitalismo, no qual o lucro se torna um meio para o alcance de maiores benefícios aos menos privilegiados, e as empresas ganham o título de agentes de transformação.

O termo negócio social começa a aparecer diretamente relacionado à população de baixa renda, como “negócios voltados aos interesses da sociedade” para “fornecer acesso a serviços básicos, aumentando a qualidade de vida ou reduzindo condições de pobreza”³³. Maure Pessanha, então diretora-executiva da Artemisia, ao ser entrevistada para a Folha de São Paulo, afirma que “para ser classificado como social, não basta que um negócio tenha como foco o consumidor mais pobre. Ele precisa resolver problemas da população”³⁴. Descrito como “**voltado para a base da pirâmide social**” os negócios sociais são caracterizados por Maure por possuírem a intenção de “facilitar ou ajudar a resolver questões” para a população de baixa renda, seja através da atuação do negócio na “precificação adequada para as classes C, D e E” ou relacionado aos “tipos de problema que ele resolve”.

Neste período, encontra-se na literatura brasileira autores associando o termo **negócios inclusivos** como uma vertente de empreendimento social voltado ao público na base da pirâmide (BoP) (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012; ROSOLEN; TISCOSKI; COMINI, 2014), estando presente principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil. O estudo de Comini, Barki e Aguiar (2012, p. 386)

³² NEGÓCIOS sociais ganham espaço no Brasil. **Zero Hora**, 24 de janeiro de 2011.

³³ PIMENTEL, Thatiana Tecnologia da informação com foco no social. Diário de Pernambuco, 16 de novembro de 2013.

³⁴ ‘EMPREENDEDORES pensavam que nós éramos mercenários’. **Folha de São Paulo**, 18 de agosto de 2013.

destaca que empresas sociais (*social enterprises*), negócios inclusivos (*inclusive business*) e negócios sociais (*social business*) compartilham da descrição de serem “organizações que buscam resolver problemas sociais com sustentabilidade financeira e eficiência, a partir de mecanismos de mercado”. Os autores descrevem três diferentes perspectivas para os negócios sociais, entre estas a perspectiva dos países emergentes. Afirmam que, apesar de na Europa o termo empresa social prevalecer, e nos EUA o termo negócio social ser associado a estratégias conectadas à BoP, nos países emergentes o termo negócios inclusivos é o que aparece com mais força. Apesar de considerado um país emergente, no Brasil o termo mais utilizado é ainda negócio social, sendo o negócio inclusivo muitas vezes visto como uma subcategoria deste (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2012).

A afirmação dos autores corrobora com os dados obtidos nesta pesquisa nos periódicos analisados. Entre os dados encontram-se os termos “negócio inclusivo” ou “negócios inclusivos” citados duas vezes em publicações brasileiras. Pode-se relacionar o baixo número de publicações a não inclusão destes termos na busca original. Ao perceber isto, foi realizada uma nova busca na base Factiva³⁵ apenas com o termo “negócio inclusivo” no singular e plural. Dessa busca retornou o total de 100 publicações brasileiras, sem considerar publicações duplicadas. Destas, apenas doze publicações foram divulgadas entre 2005 e 2012, demonstrando que os termos realmente não eram muito utilizados em publicações jornalísticas no país neste período.

Apesar de citado em publicações anteriores a 2011, a Rede Asta aparece com mais destaque a partir de 2013. Este negócio social, gerido por Alice Freitas desde 2007, “trabalha com associações, cooperativas e grupos produtivos formados majoritariamente por mulheres”. Com o slogan “bom, bonito e do bem” a proposta do negócio é “transformar resíduos em arte, usando a confecção de artesanato” e fazendo a ponte entre as produtoras e os compradores. A rede exige ainda que para integrá-la os membros precisam se caracterizar como de baixa renda. No entanto, apesar do direcionamento claro de suporte a mulheres de baixa renda, Alice lembra que a ideia não foi concebida “para comprar, para ajudar porque é coitadinho,

³⁵ Busca realizada dia 18 de fevereiro de 2021 na base Factiva utilizando os termos de busca exatos “negócio inclusivo” e “negócios inclusivos”, sem restrição de data, fonte, autor, empresa, assunto, setor ou idioma. Sendo a única restrição feita nas buscas a região de publicação selecionada para o Brasil. Resultados da busca pelo termo “negócio inclusivo” retornou 10 publicações entre 2015 e 2020, e “negócios inclusivos” 90 publicações entre 2005 e 2021.

pobrezinho", mas sim "porque o babado é bacana, tem design e ainda vai mobilizar a cadeia de produção do bem"³⁶.

Além da atuação para solucionar problemas da população na base da pirâmide e de grupos desfavorecidos, como o exemplo acima, a **gestão eficiente**, o **lucro**, a possibilidade de **reprodução em escala** e o foco no **empreendedor** são outras características que se destacam neste período. Um estudo da SITAWI³⁷³⁸ realizado com ONGs brasileiras em 2012, confirma a constatação ao identificar que "o tema de **geração de renda através de um negócio social** foi um dos assuntos que apareceu com maior relevância" na pesquisa. Das ONGs pesquisadas, 48% afirmaram possuir alguma atividade comercial que gere receita. Este dado inspirou o título da notícia: "Pesquisa diz que **48% das ONGs são negócios sociais e faturam milhões**"³⁹. Novamente aqui percebe-se a utilização do termo "negócio social" como sinônimo de empresa social.

Outro ponto importante desta publicação é a afirmação de Leonardo Letelier, então CEO da SITAWI, de que "os dados mostram com clareza a **tendência do terceiro setor de se inserir na 'lógica de mercado'** com o objetivo de se tornar mais forte em sua atuação". Leonardo ainda destaca que a geração de receita dentro das ONGs é o caminho para a **ampliação do impacto social** gerado por estas, sendo isto até mesmo mais importante que a multiplicação da quantidade de ONGs.

A ideia de 'ampliação' do impacto social gerado por um negócio social aparece em outras publicações a partir dos termos "**modelo de replicabilidade**"⁴⁰ e "**reprodução em escala**"⁴¹. Inclusive uma das notícias, com a divulgação da 1ª turma do Programa Dignidade em São Paulo, direcionado a negócios sociais e promovida pela Fundação Dom Cabral, destacou que apesar da composição dos

³⁶ OLIVEIRA, Roberto. Designer da inclusão. **Folha de São Paulo**, 22 de novembro de 2013.

³⁷ SITAWI Finanças do bem. **Pesquisa de gestão e capacitação organizacional no 3 setor**: principais conclusões. Novembro de 2012.

³⁸ Fundada em 2008, a SITAWI Finanças do Bem identifica-se em seu website como "uma organização social de interesse público (OSCIP) pioneira no desenvolvimento de soluções financeiras para impacto social e na análise da performance socioambiental de empresas e instituições financeiras".

³⁹ ECONOMIA: Pesquisa diz que 48% das ONGs são negócios sociais e faturam milhões. **Investimentos e Notícias**, 8 de março de 2013.

⁴⁰ PRÊMIO em retrospectiva. **Folha de São Paulo**, 8 de novembro de 2012.

⁴¹ MARMENTINI, Gabriel. Negócios sociais e oportunidade. **Diário Catarinense**, 27 de junho de 2013.

participantes da primeira edição do programa ser variada, um dos pré-requisitos era o projeto gerar renda própria e **causar impacto social em escala**⁴².

Juntamente a isto, pode-se perceber também um foco maior nas publicações em relação ao empreendedor envolvido no negócio, seja descrevendo sua trajetória ou apenas incluindo este como o principal responsável pela criação, execução e consequentemente pelo “impacto social positivo” gerado pelo projeto. Ao ser questionada quanto ao significado de negócio social, a presidente voluntária do Social Good Brasil, em uma publicação do Diário Catarinense⁴³ de 2015, respondeu:

Ainda **é uma forma de empreender** relativamente nova [...] Tudo começa ao se **identificar um problema social sobre o qual o empreendedor pretende atuar**. A partir daí, é criado um modelo de negócio que deve ser testado e validado com auxílio de ferramentas modernas. A ideia é que o negócio gere lucro justamente ao **ajudar a corrigir a situação que incomodava o empreendedor** - ao mesmo tempo causando impacto social positivo.

O perfil desse empreendedor também é caracterizado como “jovem”, “antenado”, “engajado”, “mais sensibilizado com causas sociais”⁴⁴ e destacado em programas como o Social Good Brasil Lab que a partir de 2012 passou a fomentar projetos com missão social que utilizem a tecnologia como parte da solução proposta. O discurso de Muhammad Yunus também reforça a importância do empreendedor, conforme se observa em uma entrevista para a Folha de São Paulo⁴⁵ em abril de 2015, onde o economista destaca que “as matérias-primas principais do negócio social são o inconformismo com problemas que estão ao nosso redor e a criatividade humana para enfrentá-los”. Destaca, ainda, que para isso, “**a primeira condição é a existência de empreendedores**, pessoas munidas dessa vontade de solucionar problemas, de mergulhar neles, estudá-los para que surjam as ideias e possibilidades de resolvê-los”.

Apesar da primeira publicação analisada que utiliza este termo **negócios de impacto social** ser de 20 de novembro de 2012, este é utilizado para descrever a

⁴² CARREIRA: Começam amanhã aulas do curso de capacitação em gestão. **Investimentos e Notícias**, 22 de julho de 2014.

⁴³ MARTINI, Rafael. Visor: Papo rápido. **Diário Catarinense**, 29 de março de 2015.

⁴⁴ O LEGADO do Social Good Brasil para SC. **Diário Catarinense**, 7 de novembro de 2012.

⁴⁵ RODRIGUES Robson. Todas as pessoas possuem potencial para empreender. **Folha de São Paulo**, 27 de abril de 2015.

organização Artemisia, sem nenhuma exploração maior da temática ou conceito. Na referida publicação, por exemplo, o termo é utilizado para introduzir o diretor da organização, “para Renato Kiyama, diretor de aceleração da Artemisia, que prepara empreendedores para negócios de impacto social”⁴⁶.

Já entre os anos de 2014 e 2015 os fatores **solução tecnológica, ação empreendedora, escala e impacto** aparecem relacionados ao termo **negócio de impacto social**. A primeira publicação analisada neste período que utiliza o termo é de 17 de novembro de 2014, do Brasil Econômico, com o título *Fundos buscam projetos de impacto social no Brasil*⁴⁷. Logo no início da reportagem, o perfil do empreendedor Rodrigo Belda é destacado junto à solução tecnológica proposta por seu projeto o Meu Doutor:

Filho de médicos, o advogado Rodrigo Belda **encontrou na internet uma alternativa para** contornar as dificuldades enfrentadas por milhões de **brasileiros de baixa renda** no acesso a consultas médicas. Em conjunto com o consultor Paulo Nakamura, Belda prepara o **lançamento de um aplicativo e um site** — o Meu Doutor — que permite a usuários cadastrados no SUS marcarem consultas com médicos dispostos a doar parte do seu tempo para atender pacientes sem condições de pagar uma consulta.

O Meu Doutor foi apoiado pela Yunus Negócios Sociais Brasil, organização ligada à *Yunus Social Business Global Initiatives*, fundada no Brasil em 2013. A organização apoiadora é descrita na publicação como “parte de um grupo de investidores que quase triplicou de tamanho entre 2012 e 2013: o dos **fundos e empresas focados exclusivamente em negócios de impacto**”, ambiental e social. Utilizando dados de uma pesquisa realizada pela *Aspen Network of Development Entrepreneurs (Ande)*⁴⁸, a publicação debate sobre o aumento do número de fundos e de verbas disponíveis no país direcionados a startups de impacto social. Para Renato Kiyama, então diretor de aceleração da Artemisia, “a única diferença [*dos fundos direcionados a projetos de impacto*] para os fundos tradicionais de venture capital é esse olhar adicional para o capital social”. No entanto, a reportagem esclarece que “embora os valores captados e

⁴⁶ JAKITAS, Renato. Pequenas empresas buscam combinar lucro e impacto social. **O Estado de São Paulo**, 20 de novembro de 2012.

⁴⁷ FUNDOS buscam projetos de impacto social no Brasil. **Brasil Econômico**, 17 de novembro de 2014.

⁴⁸ A Rede Aspen de Empreendedores de Desenvolvimento é uma rede internacional de organizações que trabalha para promover o empreendedorismo nos países em desenvolvimento.

desembolsados ainda sejam muito inferiores aos dos fundos tradicionais, **os investidores que buscam impacto social também estão atrás de bons negócios**". Ou seja, ainda existe a expectativa do investidor quanto ao ganho de rentabilidade em seu investimento, o lucro. No entanto, o modelo praticado pela Yunus Negócios Sociais Brasil é descrito como "uma exceção à regra" pelo **investidor retirar sua aplicação sem qualquer rendimento** após o período de maturação do negócio.

Apesar do termo "negócio de impacto social" aparecer com mais frequência a partir de 2014 nas publicações analisadas, a atenção de fundos de investimentos a estes negócios pode ser observada em publicações de anos anteriores⁴⁹. O crescimento do interesse dos investidores foi expressado por Daniel Izzo, sócio da Vox Capital, ao declarar que quando o fundo da organização foi criado em 2009 havia disponíveis R\$ 5 milhões para investimento em negócios sociais, sendo que na data da entrevista para a publicação, agosto de 2013⁵⁰, este valor já havia subido para cerca de R\$ 500 milhões. No entanto, apesar do crescimento do suporte de fundos e aceleradoras, a mesma publicação destacou a **dificuldade dos negócios sociais em "conseguir aportes no começo do projeto"** devido ao alto risco relacionado à "inovação tanto no produto como na forma de oferecê-lo". Renato Kiyama da Artemisia argumenta que os critérios de impacto social adotados pelos fundos de investimento incluem "a adoção pelos empreendedores de um **modelo de negócios** capaz de funcionar na prática e a existência de uma **equipe de gestão com experiência e capacidade de execução**" e, para além disso, os fundos buscam "negócios facilmente replicáveis em grandes proporções"⁵¹. A capacidade das organizações em mensurar seus resultados (impacto positivo) através de **métricas e indicadores** também é descrito como "um dos maiores desafios, tanto para os empresários quanto para os novos empreendedores"⁵².

Apesar de não ser a intenção dessa tese determinar critérios prescritivos quanto à definição de negócios sociais, ainda mais considerando o campo tão complexo em que estão inseridos, a evolução do entendimento do termo "negócio

⁴⁹ JAKITAS, Renato. 'Nós temos R\$80 milhões para aplicar. **O Estado de São Paulo**, 19 de dezembro de 2012.

⁵⁰ INVESTIMENTOS em negócios sociais são raros na fase inicial. **Folha de São Paulo**, 18 de agosto de 2013.

⁵¹ FUNDOS buscam projetos de impacto social no Brasil. **Brasil Econômico**, 17 de novembro de 2014.

⁵² MARTINS, Leo. Em busca de vidas com propósito. **O Globo**, 14 de maio de 2015.

social” para “negócios de impacto social”, e as características descritas a partir da análise das publicações neste período remete à segunda escola de pensamento identificada por Dess e Anderson (2006), a escola da Inovação Social. Tal perspectiva destaca a capacidade inovativa de gerar valor por parte dos empreendedores, com base nos ensinamentos do economista Joseph Schumpeter. Os empreendedores sociais são descritos como “indivíduos que modificam ou revolucionam os padrões de produção de valor social, deslocando recursos para áreas prioritárias da sociedade” (DEES; ANDERSON, 2006, p. 44). Os cinco fatores descritos por Dees (1998) podem ser percebidos nos discursos sobre negócios sociais no período em análise: a adoção de uma missão para criar e sustentar valor social e não só valor privado (1); o reconhecimento de novas oportunidades para servir esta missão (2); o engajamento no processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuos (3); o agir com ousadia sem se limitar com os recursos disponíveis (4); e, o exibir um elevado senso de responsabilidade para com o público atendido e os resultados gerados (5).

Os destaques que se pode fazer das informações divulgadas nas publicações entre 2011 a 2015 relacionam-se ao aparecimento na mídia de alguns atores com maior frequência, tais como Artemisia, Vox Capital, Yunus Negócios Sociais e Sebrae, demonstrando um posicionamento mais claro destes em relação aos negócios sociais na realidade brasileira. Competições, premiações, maratonas e cursos direcionados a empreendedores de negócios sociais também começam a ser divulgados mais constantemente. De maneira geral, nota-se um discurso voltado para a atenção ao empreendedor ou liderança; a capacidade de inovação dos negócios, muitas vezes relacionado a soluções tecnológicas; a capacidade de crescimento em escala; e, a necessidade de mensuração de resultado atingido pela organização. Muito desse discurso aparece juntamente ao interesse dos fundos de investimento neste setor e na possibilidade de lucro aliado ao impacto socioambiental positivo.

O termo negócio social passa a ser utilizado junto ao termo negócio de impacto social a partir de 2014, sem distinção entre eles. Embora a questão da distribuição de lucro ou reinvestimento não seja aprofundada nas publicações analisadas, já se percebe um “conceito mais elástico”⁵³ em relação ao lucro. Neste

⁵³ Termo utilizado por Carla Teixeira Panisset, coordenadora de negócios sociais do Sebrae-RJ, em: MARTINS, Leo. Em busca de vidas com propósito. **O Globo**, 14 de maio de 2015.

momento, os termos vistos anteriormente, negócio social, negócio inclusivo e negócio de impacto social parecem ser dados como similares, sendo que o termo empresa social pouco utilizado. Esta observação pode ser reforçada em uma publicação de Edgard Barki, na GVExecutivo em 2015⁵⁴, ao afirmar que

Os negócios sociais têm sido conceituados de várias formas, apresentando diversas nomenclaturas: negócios sociais, negócios com impacto social, negócios inclusivos, negócios de impacto, etc. Neste artigo, usaremos o termo “negócios de impacto”, que se refere basicamente a organizações que almejam gerar impacto social a partir da oferta de produtos e serviços que diminuam a vulnerabilidade da população de baixa renda e, desta forma, tenham um retorno financeiro. Não se discutirá aqui o uso desse resultado, ou seja, se ele se reverte aos acionistas na forma de lucros ou dividendos, ou se é reinvestido inteiramente no negócio (BARKI, 2015, p.14).

Outra observação de destaque é que, apesar de não ter aparecido nas publicações neste período⁵⁵, o ICE - Instituto de Cidadania Empresarial em maio de 2014 criou a Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS). Como apresentado no Tópico 2.1.6, em 2015 a FTFS divulgou uma Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil, onde nesta foram descritos quatro princípios básicos desses negócios: compromisso com a missão social e ambiental; compromisso com o impacto social e ambiental monitorado; compromisso com a lógica econômica; e, compromisso com a governança efetiva. A carta também destacou que as “organizações de impacto, dependendo de seu formato legal e de sua missão, **podem ou não distribuir dividendos**”, identificando três diferentes formatos de organizações no ecossistema brasileiro: organizações da sociedade civil com atividades de geração de receita e recebimento de doações (não podendo distribuir lucros); negócios sociais com formato jurídico de empresa que visam o lucro (reinvestem os dividendos inteiramente no negócio); e, negócios de impacto (distribuem lucros aos investidores).

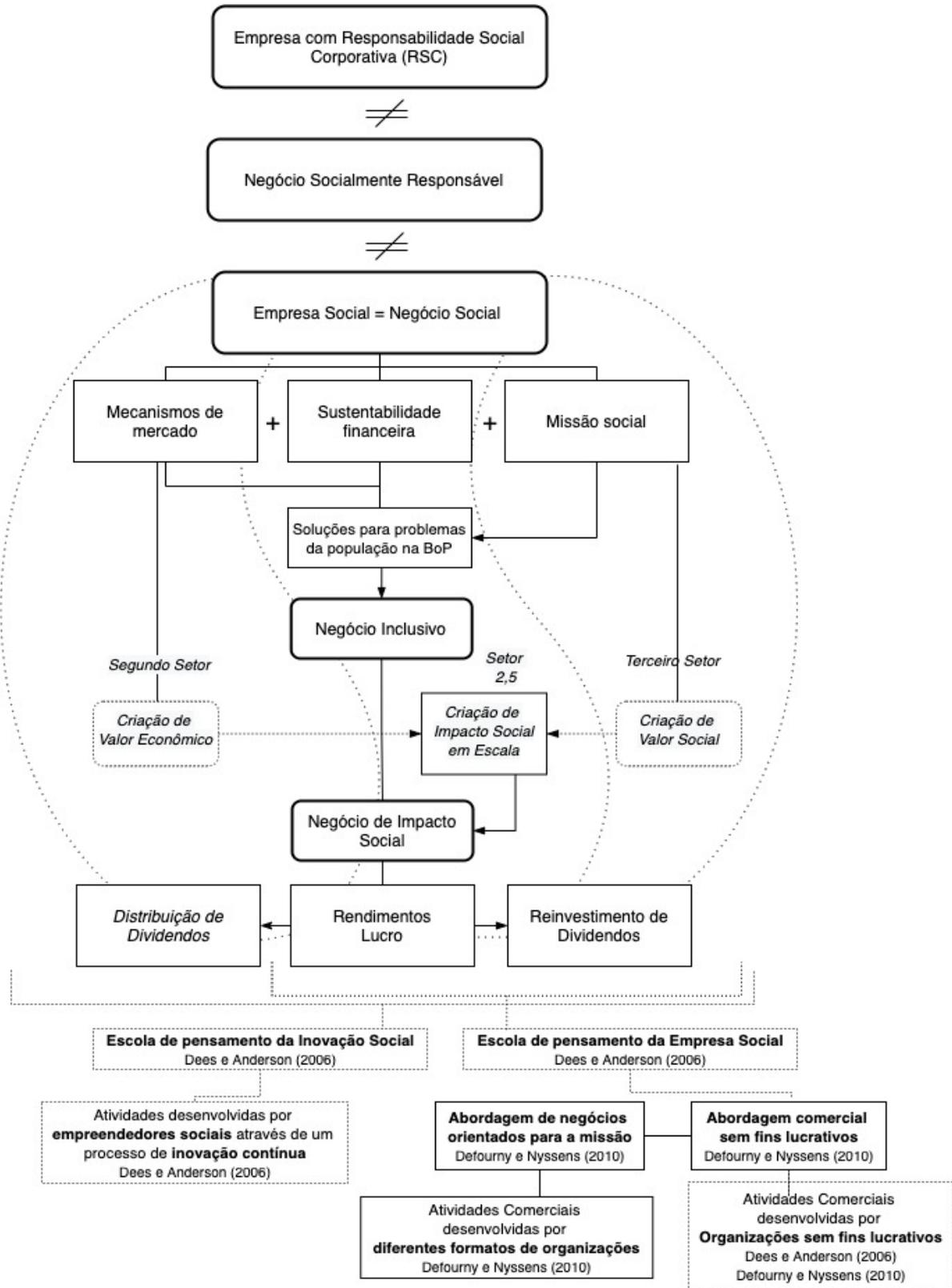
Sendo assim, o modelo conceitual a seguir apresenta algumas mudanças em relação ao período analisado anteriormente, incluindo os termos negócio inclusivo e negócio de impacto social; a possibilidade de distribuição de dividendos para este modelo de negócio; e, a criação de valor econômico e social impulsionado pelo

⁵⁴ BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo? **GVExecutivo**, v. 14, n.1, jan-jun 2015.

⁵⁵ A Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS) é citada pela primeira vez na publicação: INVISTA no que causa impacto: veja dicas para montar um negócio com impacto social. **Correio 24h**, 26 de junho de 2017.

crescimento em escala. O setor 2,5 também é representado com uma ilustração diferente, refletindo a percepção de maior fluidez e inter-relação entre as características do segundo e terceiro setor, demonstrando que os limites entre estes setores são tênue e complexo quando se trata dos negócios de impacto social no contexto analisado.

Figura 18 - Mapa conceitual 2011 - 2015



Fonte: Elaborado pela autora.

As principais definições apresentadas nas publicações neste período podem ser observadas a seguir.

Quadro 19 - Definições de NIs 2011 - 2015

Data da publicação	Fonte	Termo	Definição
19/04/2011	O Globo	Negócio Social modelo Yunus	Existem dois modelos de empreendimentos sociais: o primeiro refere-se àqueles em que, havendo o retorno do investimento inicial, parcela da receita posterior deve ser prioritariamente destinada ao crescimento do negócio ou a espalhar mais benefícios sociais. No segundo modelo, a empresa vai perseguir o lucro, sendo os proprietários do negócio vindos das classes menos favorecidas , microempreendedores ou empresas de pequeno porte.
07/11/2012	Diário Catarinense	Negócio Social	Os negócios sociais são iniciativas economicamente viáveis que podem solucionar os grandes problemas da sociedade .
17/11/2013	Folha de São Paulo	Negócio Social	São empresas que, além de acarretar uma série de benefícios à sociedade, também lucram .
19/10/2014	O Globo	Negócio Social	Empresa cujo modelo de gestão está focado no lucro e que o produto final tem impacto social ou ambiental.
28/03/2015	Diário Catarinense	Negócio Social	[...] uma forma de empreender relativamente nova [...] funciona de forma parecida com uma empresa tradicional, só que o seu objetivo maior é causar impacto social positivo.
14/05/2015	O Globo	Negócio Social	[...] é estruturado obedecendo certas diretrizes, dentre as quais se destaca a busca pela redução da pobreza ou de problemas em áreas cruciais para o desenvolvimento humano, como educação, saúde, meio ambiente e acesso à tecnologia. Dessa forma, o sucesso do negócio não é medido pelo total de lucro gerado, mas pelo impacto criado para as pessoas ou para o meio ambiente.

Fonte: Dados secundários.

4.2.3 2016 - 2017: Negócios (de Impacto) Social: investindo no amadurecimento do ecossistema

Durante o período entre 2016 e 2017 publicações continuam a destacar a **história de empreendedores e suas motivações** para a criação de seus negócios.

André Palhano, idealizador da Virada Sustentável, ao ser entrevistado explica⁵⁶ entender que o crescimento do “movimento de negócio social” nos últimos anos pode ser relacionado a “atuação de incubadoras especializadas, como a Yunus, e também pela difícil situação econômica, em que as pessoas acabam buscando empreender na ausência do emprego formal”.

O perfil jovem e engajado continua a aparecer como próprio para a proliferação dos negócios sociais devido a “mudança de perfil das novas gerações” que começam a “questionar mais qual é o verdadeiro sentido profissional”⁵⁷. A busca dos profissionais por uma carreira, que salvo proporcionar ganho financeiro também ofereça um ganho para toda a sociedade, é descrita como um motivador para muitos novos empreendedores. Esse fator pode ser percebido em declarações como a de André Cerzi, sócio-fundador da Atados, que ao descrever a atividade que desempenhava na época em que idealizava seu negócio com outros quatro amigos, relatou que: “Eu, por exemplo, trabalhava com consultoria de gestão empresarial. **Era uma atividade muito voltada para o lucro da empresa, sem nenhum propósito maior**”⁵⁸. Assim como na fala de Matheus Cardoso, criador do Moradigna, ao expressar que: “Eu vi nos negócios sociais uma **possibilidade de empreender e resolver**, não só o problema da minha mãe, da minha família, mas de **todo mundo que precisa**”⁵⁹. Percebe-se que as reportagens relatam que o questionamento das pessoas quanto ao seu papel na sociedade e a busca de identificação com as causas das empresas que representam, são alguns dos fatores responsáveis pelo estímulo ao “surgimento de empreendimentos mais responsáveis e interessados no impacto positivo na sociedade”⁶⁰.

Como observado no decurso anterior, atores de fomento aos negócios sociais começam a ser citados com mais frequência nas publicações analisadas, e, no período entre 2015 e 2016 nota-se manifestações relacionadas ao fortalecimento de um **ecossistema empreendedor para negócios sociais**⁶¹ no país. O aumento

⁵⁶ NEGÓCIO Social é o futuro do empreendedorismo no Brasil. **Investimentos e Notícias**, 16 de maio de 2016.

⁵⁷ LOUREIRO, Michele. Startups do bem. **Você S/A**, 20 de julho de 2017.

⁵⁸ RIBEIRO JÚNIOR, Valdir. Empresários crescem com rede de voluntários. **O Globo**, 10 de abril de 2016.

⁵⁹ BOEHM, Camila. Negócios inovadores e com impacto social no Brasil têm investimentos do BID. **Agência Brasil**, 29 de agosto de 2016.

⁶⁰ NEGÓCIO Social é o futuro do empreendedorismo no Brasil. **Investimentos e Notícias**, 16 de maio de 2016.

⁶¹ SÃO PAULO, como vai seu empreendedorismo social? **Diário do Comércio Empresa Jornalística**, 1 de abril de 2016.

de organizações dedicadas ao fomento e desenvolvimento de negócios sociais é destacado em uma das publicações analisadas⁶², as “mais de 400 aceleradoras e incubadoras” no país são relacionadas às **atividades de capacitação, financiamento e fortalecimento da conexão entre novas iniciativas e redes de parceiros e investidores**. Em 2016, a Yunus Negócio Sociais Brasil divulgou⁶³ a pretensão de captar R\$30 milhões em recursos para a alavancagem de novos negócios sociais. Uma das iniciativas a que os recursos se destinam - *Corporate Action Tank* - atua com o suporte à corporações que desejam criar negócios sociais próprios, entre elas AmBev, Cosan e *Bank of America*. Este modelo de parceria também ocorre entre a Artemisia e a Caixa Econômica Federal⁶⁴, o programa desenvolvido por estas organizações buscou a identificação de “startups com soluções financeiras para reduzir a inadimplência na faixa 1 do Minha Casa Minha Vida⁶⁵”. As cinco organizações selecionadas pelo programa receberam R\$ 200 mil para testar soluções com foco na melhoria da educação financeira dos clientes de baixa renda da Caixa Econômica Federal. Outros exemplos de negócios sociais desenvolvidos por grandes corporações em parceria com aceleradoras foram divulgados, com a água AMA, criado pela Ambev no programa de aceleração da Yunus Negócios Sociais Brasil, no qual os lucros obtidos com a venda da água “são todos investidos em projetos que garantem o acesso à água no semiárido”⁶⁶. Bem como, o negócio de impacto Sumá da Fundação Cargill, apoiado e acelerado pela Artemisia, que “oferece uma plataforma de comercialização justa da agricultura familiar”⁶⁷.

Quanto a este modelo de parceria, Eduardo Magalhães, analista do Sebrae-RJ, afirma que grandes companhias podem investir em negócios sociais de maneiras diferentes, sendo “partilhando conhecimento, conectando startups a parceiros, com capital, [ou] oferecendo escala a uma solução”, mas também “com **foco na busca de inovação, financiando projetos que, depois, podem ser**

⁶² ONDA de negócios do bem. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁶³ SARAIVA, Jacilio. Yunus quer captar R\$30 milhões para empreendimentos. **Valor Econômico**, 19 de dezembro de 2016.

⁶⁴ ONDA de negócios do bem. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁶⁵ Programa de financiamento habitacional federal que subsidia a aquisição da casa ou apartamento próprio para famílias com renda até 1,8 mil reais.

⁶⁶ DESIDÉRIO, Mariana. O empreendedor que convenceu a Ambev a abrir mão do lucro. **Exame Online**, 12 de dezembro de 2017.

⁶⁷ ARTEMISIA anuncia parceria e aceleração focadas em alimentação. **Folha de São Paulo**, 6 de outubro de 2017.

incorporados ao negócio⁶⁸. Rogério Oliveira, fundador da Yunus Negócios Sociais Brasil, destaca que grandes organizações têm buscado a organização para **rediscutir a estratégia de investimento social privado**. Para ele, o formato tradicional de responsabilidade social na qual estes investimentos normalmente ocorriam tem um apelo muito menor que os negócios sociais em relação à capacidade de impacto. A fala de Rogério ao questionar as vantagens dos investimentos em responsabilidade social é provocativa: “Vamos falar a verdade: na prática, que impacto você está criando? E quão sustentável é isto? Quão dependente de você a organização é? Você está criando algo que anda com as próprias pernas?”⁶⁹. Na mesma publicação Rogério declara que foi apenas em 2016 que a Yunus Negócios Sociais Brasil atingiu o *break even*, sendo o programa com grandes corporações a receita principal da organização.

Finanças e investimento social são temas que se destacam no período analisado. Publicações que abordam esta temática normalmente descrevem a tendência de crescimento dos negócios de impacto social, aliados a exemplos que têm se destacado no cenário nacional. O termo “**startup**” é comumente utilizado para identificar novos negócios de impacto social que buscam ou receberam investimentos⁷⁰⁷¹⁷². Nas publicações sobre a temática a fala de especialistas é apresentada reforçando as condições favoráveis para a expansão do setor com base em estudos, como por exemplo, dados destacando previsões de que neste período no Brasil “R\$13 bilhões são investidos por mecanismos de finanças sociais, com potencial de chegar a R\$50 bilhões até 2020”⁷³, divulgado por um estudo realizado pela Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais; e, que “em 2015 existiam 22 investimentos ativos no Brasil, com aporte de US\$177 milhões”⁷⁴ sendo que “entre 2014 e 2016, o montante de grandes investidores em negócios de impacto social no país aumentou de 22 para 29”⁷⁵, segundo estudos da Ande.

⁶⁸ ONDA de negócios do bem. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁶⁹ DESIDÉRIO, Mariana. O empreendedor que convenceu a Ambev a abrir mão do lucro. **Exame Online**, 12 de dezembro de 2017.

⁷⁰ SAWADA, Thiago. Inclusão social vira negócio de startups. **O Estado de São Paulo**, 18 de julho de 2016.

⁷¹ SARAIVA, Jacilio. Grandes empresas promovem ações de mentoria na Amazônia. **Valor Econômico**, 5 de outubro de 2016.

⁷² COMUNITÁRIA e rentável ao mesmo tempo. **Diário Catarinense**, 4 de novembro de 2016.

⁷³ APOIO a iniciativas de impacto social. **O Globo**, 20 de junho de 2016.

⁷⁴ INVISTA no que causa impacto: veja dicas para montar um negócio com impacto social. **Correio 24h**, 26 de junho de 2017.

⁷⁵ LOUREIRO, Michele. Startups do bem. **Você S/A**, 20 de julho de 2017.

Na literatura consultada pode-se observar a temática sendo apresentada sob a égide do Capitalismo Inclusivo. Moraes Neto (2016) apresenta os investimentos de impacto aliados a uma nova visão de negócio, que de maneira proativa busca o impacto socioambiental além do retorno financeiro, destacando que

os desafios de criar um capitalismo mais inclusivo e sustentável levaram ao desenvolvimento dos chamados negócios de impacto (ou negócios sociais), várias vezes apoiados pelas finanças sociais (e sua versão mais famosa, os investimentos de impacto) (MORAES NETO, 2016, p.24).

O autor também afirma que os investimentos de impacto “são uma nova visão sobre como fazer negócio” por se distanciar do binômio risco-retorno e “enxergá-lo em três dimensões - **risco, retorno e impacto**” (MORAES NETO, 2016, p.24). Quanto a isto, Fernando Simões, herdeiro da JSL Logística e cofundador da Bemtevi - empresa de Investimento Social, utilizando como exemplo cenários já existentes em países como Inglaterra, Canadá e Austrália, prevê que “lucro e risco são fatores que, em alguns anos, caminharão lado a lado com impacto social como intenção de retorno dos brasileiros”⁷⁶. O modelo de negócio da Bemtevi trabalha de maneira que a empresa investida (impactada) não pague juros no momento da devolução do empréstimo recebido, para isto parte do recurso é aplicado em investimentos de baixo risco, buscando garantir que o investidor receba sua aplicação dentro do prazo estabelecido. Fernando afirma que o modelo de negócio praticado pela empresa substitui “juros por impacto” a partir de uma teoria de mudança que permite à organização criar indicadores e metas quanto a sua atuação.

O modelo do fundo de investimento da Yunus Negócios Sociais Brasil, chamado pelo fundador de “investimento filantrópico”, opera retornando o investimento com correção de inflação, “mas não tem retorno financeiro como investidor”⁷⁷. O tipo de operação é descrito por Rogério de “filantropia 2.0” na qual o investimento é utilizado como capital semente para o negócio social, sendo que diferente de uma doação realizada a ONGs, possibilita ao negócio estruturar sua operação para “andar com as próprias pernas” e não depender de doações

⁷⁶ INVESTIMENTO social estará na carteira de qualquer investidor bem-sucedido, acredita herdeiro da JSL. **Infomoney Daily News**, 15 de maio de 2017.

⁷⁷ DESIDÉRIO, Mariana. O empreendedor que convenceu a Ambev a abrir mão do lucro. **Exame Online**, 12 de dezembro de 2017.

anualmente. Ao ser questionado se considera que os negócios sociais podem ser entendidos como uma evolução das ONGs, Rogério afirma que o movimento dos negócios sociais tem feito as ONGs questionarem e buscarem formas mais sustentáveis de se manterem, entendendo que **para além de uma evolução da ONG o negócio social é também “uma evolução do capitalismo tradicional”**. A necessidade de fomento à “indústria” dos negócios sociais é ilustrada por Rogério como o mesmo que ocorreu para o surgimento da indústria tradicional, só que esta com investimento inicial do Estado. No caso dos negócios sociais o “empurrão” ainda depende dos investidores doadores, como destacado na fala a seguir:

A gente ainda depende de investidores doadores para começar essa indústria, mas você não imagina daqui a dez anos, grandes negócios sociais lucrativos que vão ser os investidores dos próximos negócios sociais. Existirá uma bolsa de recursos para os negócios sociais. É que a gente ainda está muito no começo e não consegue visualizar isso.

As opções de investimento comumente citadas são investidores-anjos pessoa física, fundos de investimentos comuns, e, fundos específicos para negócios de impacto como o da Vox Capital, Mov Investimentos, Performa Investimentos, além dos já citados anteriormente. Outra opção também mencionada é o *equity crowdfunding* um “sistema de oferta pública pela internet” no qual “os investidores aportam recursos e recebem o valor corrigido após cinco anos ou, então, passam a ter sociedade na empresa”⁷⁸.

Algumas barreiras ao crescimento dos negócios sociais continuam a ser apontados como **limitações ao acesso a financiamento, baixa capacidade de gestão** dos negócios sociais em fase inicial⁷⁹, **desconhecimento sobre o ecossistema de apoio**⁸¹ e **modelos de negócio não escaláveis**⁸². A **remuneração dos proprietários** também é algo que aparece nas publicações analisadas neste período, argumenta-se que o modelo divulgado por Muhammad Yunus “ganhou ramificações ao longo dos anos e passou a admitir a remuneração

⁷⁸ LOUREIRO, Michele. Startups do bem. **Você S/A**, 20 de julho de 2017.

⁷⁹ BOEHM, Camila. Negócios inovadores e com impacto social no Brasil têm investimento do BID. **Agência Brasil**, 29 de agosto de 2016.

⁸⁰ MAIS de um terço dos negócios precisa atrair até R\$ 200 mil. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁸¹ EMPREENDEDOR: Impacto social. **O Globo**, 13 de agosto de 2017.

⁸² SAWADA, Thiago. Inclusão social vira negócio de startups. **O Estado de São Paulo**, 18 de julho de 2016.

dos fundadores”⁸³. Alguns modelos consideram que estes devem receber “uma remuneração fixa, normalmente acima do praticado no mercado já que não há ganhos extras”⁸⁴.

Na publicação intitulada *São Paulo, como vai seu empreendedorismo social?*⁸⁵, um estudo da *Endeavor Global* é citado apresentando três pilares para compreender e avaliar a saúde do ecossistema empreendedor para negócios sociais, sendo estes: **magnitude**, **resultados** e **sustentabilidade**. Segundo o estudo, a magnitude do ecossistema é analisada a partir do “número de empreendedores que estão ajudando e influenciando outras empresas a crescerem”, ou seja, quantos empreendedores são **co-fundadores** em diferentes negócios sociais ou auxiliam outros negócios sendo **mentores** ou **investidores anjos**. Os resultados são observados a partir do “número de empresas que, além de serem **escaláveis**, geram resultados significativos para a sociedade”. E a sustentabilidade relaciona-se “a quanto o ambiente depende ou não de estímulos externos para sobreviver”. Considerando estes fatores, a pesquisa analisou especificamente o ecossistema de negócios sociais de São Paulo, e, entre outras conclusões, pode verificar dois pontos principais que deveriam ser melhorados, sendo estes: **melhores modelos de negócio**, permitindo às organizações crescer ao mesmo tempo que equilibram missão social e sustentabilidade financeira; e, **reconhecimento legal**, deixando os direitos destas organizações mais claro, facilitando sua capacidade de networking e permitindo mais clareza para a definição de sua atuação.

Exemplos de **diferentes modelos de negócios** praticados por negócios sociais são apresentados nas publicações analisadas. Um deles é o adotado pelo Pranah, vencedor da Maratona de Negócios Sociais do Sebrae em 2015, que desenvolve atividades no campo educativo psicológico através de uma plataforma de ensino adaptativo. Já o Hotel Solar do Amanhecer, administrado pela arquidiocese da cidade de Charitas, que através de suas atividades levanta recursos para o Lar da Criança em Ititoca. Neste modelo todo o lucro obtido no hotel é revertido para o orfanato. Outro exemplo descreve o projeto chamado de

⁸³ LOUREIRO, Michele. Startups do bem. **Você S/A**, 20 de julho de 2017.

⁸⁴ VILELA, Sumaia. Campus Party Recife: projetos sociais ainda são pouco atrativos para empresas. **Agência Brasil**, 21 de agosto de 2016.

⁸⁵ SÃO PAULO, como vai seu empreendedorismo social? **Diário do Comércio Empresa Jornalística**, 1 de abril de 2016.

H2O, criado por um grupo de amigos da Igreja Evangélica Pier49 em Boa Vista, São Gonçalo. O projeto arrecada fundos vendendo garrafinhas coloridas em sua rede social para executar reformas em casas de famílias necessitadas. Todos estes exemplos são apresentados na mesma reportagem⁸⁶ que introduz o tema com a frase “Negócios sociais transformam a realidade de comunidades em que estão inseridos”. Outro exemplo ainda é da Vivenda, negócio social que “realiza reformas em residências de famílias de baixa renda”⁸⁷, sua sustentabilidade financeira é alcançada através do recebimento de doações e da oferta de serviços do negócio. A precificação pelo serviço é feita de acordo com as condições de pagamento de cada cliente, sendo que dependendo da situação de risco social do cliente a organização conta também com a ajuda de parceiros para arcar com o custo da reforma.

A determinação de um modelo de negócio que permita que a organização **cumpra com sua missão social ao mesmo tempo que seja viável economicamente continua a ser um desafio** expresso por empreendedores em diferentes estágios de suas operações. Alban Drouet, sócio-fundador da Inova Urbis, um escritório de arquitetura que oferece projetos de forma gratuita a moradores da comunidade da Rocinha no Rio de Janeiro, relata o desafio do seu negócio: “nós não fazemos a obra nem vendemos o material de construção, por isso, precisamos encontrar um modelo econômico que permita trazer esse projeto de graça para os moradores”⁸⁸. Em uma publicação do Correio 24h de 26 de junho de 2017, Ronaldo Tenório, CEO e cofundador da Hand Talk, também relata que “é preciso equilibrar a missão que traz impacto, com compromisso de retorno financeiro - essa é a receita de sucesso do negócio social”.

José Alberto Tozzi, autor do livro ONG Sustentável, apresenta em sua obra uma metodologia para solucionar o problema de sustentabilidade financeira de Organizações Não Governamentais. A metodologia propõe que organizações alterem seus métodos de captação de recursos para “um processo de venda de produtos sociais, **transformando a ONG em um negócio social**, que não perde

⁸⁶ LITWAK, Priscilla Aguiar. Missão de ajudar a melhorar o mundo. **O Globo**, 22 de outubro de 2016.

⁸⁷ MAIS de um terço dos negócios precisa atrair até R\$ 200 mil. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁸⁸ ARQUITETURA voltada para as classes C,D e E ganha espaço no mercado. **Divulgador de Notícias**, 15 de maio de 2017.

de vista seu propósito”⁸⁹. André Palhano e Erich Burger, respectivamente, idealizador da Virada Sustentável e fundador da Recycleiros, ao caracterizarem os negócios sociais descrevem que “a organização pode ser uma ONG, uma empresa privada ou uma cooperativa”⁹⁰, destacando que **a personalidade jurídica adotada não é relevante desde que a organização gere receita própria para manter sua sustentabilidade financeira**. A partir destes relatos pode-se considerar que a capacidade de manter a sustentabilidade financeira ao mesmo tempo que o cumprimento da missão social é consideradas as características fundamentais de um ‘modelo de negócio’ social, sendo sua personalidade jurídica fator secundário à sua existência. Ou seja, as denominações “negócio social”, “negócio de impacto social”, “negócio inclusivo” e outras variações, em muitos casos podem estar relacionadas à capacidade do modelo de negócio adotado pela organização gerar “duplo valor” - econômico e social - e não necessariamente à modelagem jurídica no qual está formalizada.

Sabe-se que a combinação da lógica social e econômica, que também pode ser observada a partir da ideia de criação de duplo valor (ALTER, 2007) ou valor compartilhado (KRAMER; PORTER, 2011) não é exclusiva dos negócios sociais, mas sim de uma grande variedade de modelos de empreendimentos sociais e até mesmo empresas tradicionais. Young, Searing e Brewer (2016) no livro *The social enterprise zoo* - título original em inglês, apresentam e discutem a diversidade de empreendimentos com estas características. Entre eles incluem os negócios sociais, mas também as cooperativas sociais, inovações sociais, corporações socialmente responsáveis, empresas B e negócios sustentáveis.

Petrini, Scherer e Back (2016) ao proporem um **modelo de negócios com impacto social (NIS)** partiram de elementos que constituíam as definições encontradas na literatura sobre negócios para a base da pirâmide, negócios sociais e negócios inclusivos. Para as autoras os NIS incluem estes três formatos de negócios, sendo que cada um deles possui diferenças em relação a elementos que constituem seus produtos ou serviços ofertados, clientes e estrutura de lucros. A definição proposta para os negócios com impacto social (NIS) são

⁸⁹ PROFESSOR lança metodologia para sustentabilidade financeira de ONGs. **Folha de São Paulo**, 23 de outubro de 2017.

⁹⁰ NEGÓCIO Social é o futuro do empreendedorismo no Brasil. **Investimentos e Notícias**, 16 de maio de 2016.

organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais, seja ofertando produtos e serviços, seja incluindo indivíduos ou grupos. Essas organizações devem promover sua própria sustentabilidade financeira, sendo facultativa a distribuição de lucros (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016, p. 210).

Carla Teixeira Panisset, coordenadora do Comunidade Sebrae-RJ, ressalta que não há uma legislação no Brasil que defina o que é negócio social, mas que, “seria interessante se tivéssemos uma norma sobre negócios de impacto social porque teríamos a possibilidade de leis de incentivo e maior conhecimento do assunto e de casos de sucesso, o que, certamente, estimularia o crescimento do setor⁹¹.

A elaboração de uma “**política ou plano nacional de finanças sociais e negócios de impacto social**” é citada pela primeira vez nas publicações analisadas em 23 de julho de 2017⁹². A publicação relata que em parceria com outros órgãos o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços criou um grupo de trabalho “para discutir formas de ampliar o número de negócios de impacto social e os investimentos no segmento”, segundo declaração de Igor Nazareth, diretor do Departamento de Inovação e Empreendedorismo. Este grupo de trabalho, que viria a ser chamado de **Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (Enimpecto)**, em 3 de outubro de 2017 “entrou em consulta pública para definir um plano de incentivos e ações”⁹³ para o setor. A necessidade de apoio a iniciativas de impacto que não são negócios também é assinalada na mesma publicação. Rita Afonso, professora da Faculdade de Administração da UFRJ, declara que “a inovação social tenta resolver o que não está atendido. Depois, alguém se apropria e transforma em política pública. E isso demanda investimentos”⁹⁴.

A criação do Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto e a instituição oficial da Enimpecto é oficializada pela publicação do decreto nº 9.244/17 no Diário

⁹¹ Afirmação feita por Carla Teixeira Panisset em: LITWAK, Priscilla Aguiar. Missão de ajudar a melhorar o mundo. **O Globo**, 22 de outubro de 2016.

⁹² MAIS de um terço dos negócios precisa atrair até R\$ 200 mil. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

⁹³ ADEODATO, Sérgio. Negócios conciliam lucros e ganhos sociais. **Valor Econômico**, 5 de outubro de 2017.

⁹⁴ MAIS de um terço dos negócios precisa atrair até R\$ 200 mil. **CE Notícias Financeiras**, 23 de julho de 2017.

Oficial da União⁹⁵. O Decreto 9.244 de 19 de dezembro de 2017 define que os negócios de impacto são “**empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável**”, ficando a cargo da Enimpecto “articular órgãos e entidades da administração pública federal, do setor privado e da sociedade civil, na promoção de um ambiente favorável ao desenvolvimento e investimentos e negócios de impacto” (BRASIL, 2017).

Observando as reportagens também podemos identificar diferentes **programas, cursos, premiações e metodologias** dedicados aos empreendedores e negócios sociais neste período. Programas de aceleração como, por exemplo, o Impacta Sebrae-RJ⁹⁶ (Rio de Janeiro), disponibiliza aos empreendedores “um conjunto de mentoria individual, workshops, consultoria especializada e aproximação com investidores”, tendo como ponto principal auxiliar os negócios a desenvolverem boas práticas de gestão para que superem o “vale da morte”. Segundo Eduardo Magalhães, analista do Sebrae-RJ, são dois os momentos principais chamados de “vale da morte”, ou seja, momentos com grandes riscos a sobrevivência da organização, sendo estes: “a operação inicial, que ocorre após a obtenção do capital e da validação do modelo de negócio”, e , “quando o modelo está pronto para ganhar crescimento e escala”. A ESPM-SP também divulgou a oferta de dois cursos de férias voltados para empreendedores sobre a temática do empreendedorismo social em suas diferentes vertentes⁹⁷. Premiações como Grandes Mulheres, da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios junto ao Facebook⁹⁸, Inova Capital – Programa de Apoio a Empreendedores Afro-Brasileiros⁹⁹, também criaram categorias de premiação para negócios sociais ou negócios inovadores com impacto social e ambiental.

A metodologia utilizada no programa *Grow2Impact*, da Ashoka Brasil, também foi tema de reportagem¹⁰⁰, é descrita como “uma metodologia inovadora

⁹⁵ DOU: Governo cria grupos para atrair investimentos em P&D e em negócios de impacto. **AE Empresas e Setores**, 20 de dezembro de 2017.

⁹⁶ APOIO a iniciativas de impacto social. **O Globo**, 20 de junho de 2016.

⁹⁷ Cursos de férias para empreendedores na ESPM. **Investimentos e Notícias**, 21 de junho de 2016.

⁹⁸ PARA as empreendedoras. **O Globo**, 24 de julho de 2016.

⁹⁹ BOEHM, Camila. Negócios inovadores e com impacto social no Brasil têm investimento do BID. **Agência Brasil**, 29 de agosto de 2016.

¹⁰⁰ ASHOKA Brasil cria iniciativa para impulsionar negócios sociais. **Divulgador de Notícias**, 10 de fevereiro de 2017.

que representa um mecanismo de colaboração entre setor social e privado para impulsionar soluções de impacto social” e

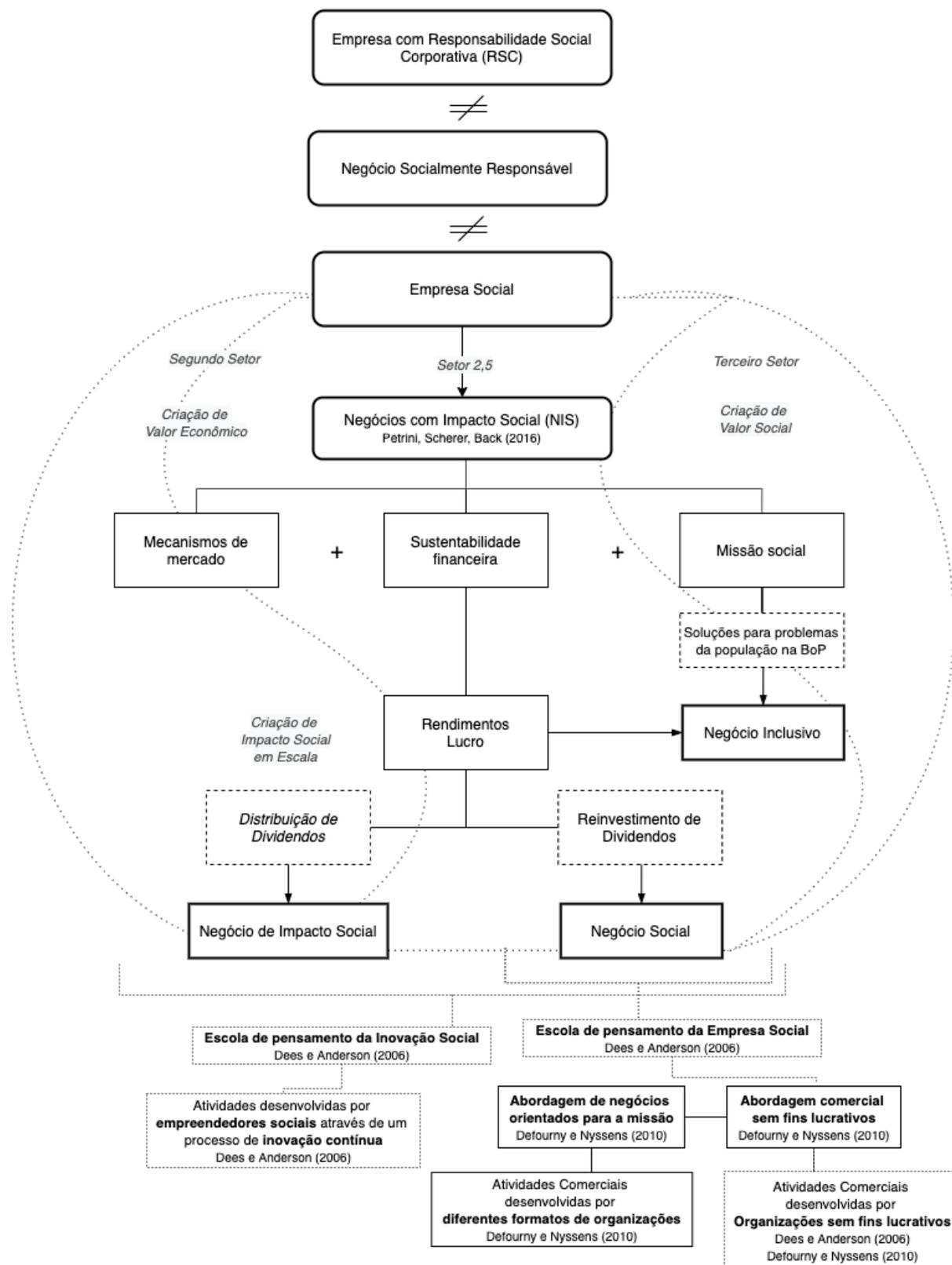
que abriga diferentes estratégias que abordam do desenvolvimento individual ao organizacional, utilizando conteúdos como design thinking, formação continuada em estratégia, cultura organizacional e desenvolvimento de liderança para o alcance de resultados concretos.

Relata-se também a presença desta temática nas universidades impulsionada pela Yunus Negócios Sociais Brasil que segundo Rogério Oliveira, fundador da organização, em entrevista ao Valor Econômico em agosto de 2016¹⁰¹, já apoiavam “mais de 20 universidades no Brasil a criar cursos com matérias relacionadas ao empreendedorismo social”, sendo que entre estas algumas como Fundação Getúlio Vargas (FGV), ESPM e Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária (FEA), possuíam suas próprias aceleradoras que foram capacitadas para oferecer mentoria em negócios sociais.

Neste sentido, o modelo conceitual foi ajustado para demonstrar que os NIs são empreendimentos sociais que compartilham das características de ter uma missão social de gerar impacto positivo e buscarem a sua sustentabilidade financeira através de mecanismos de mercado. Sendo que a missão social dos negócios inclusivos está direcionadas a população de baixa renda, podendo estes distribuir ou não dividendos. Já os negócios sociais e os negócios de impacto social se diferenciam, respectivamente, pelo reinvestimento do lucro no próprio negócio e pela possibilidade de distribuição de dividendos entre investidores e sócios.

¹⁰¹ EMPRESA inclusiva deve ter mais lucro. **Valor Econômico**, 9 de agosto de 2016.

Figura 19 - Mapa conceitual 2016 - 2017



Fonte: Elaborado pela autora.

As principais definições de negócio social apresentadas nas publicações neste período podem ser observadas a seguir.

Quadro 20 - Definições de NIs 2016 - 2017

Data da publicação	Fonte	Termo	Definição
01/04/2016	Diário do Comércio Empresa Jornalística	Negócio Social	Existem diversos tipos de negócios sociais , cada um com uma determinada característica e presença em determinado mercado. [...] Por mais que seus propósitos sejam diferentes, o objetivo final dessas organizações é sempre o de mudar alguma realidade e/ou resolver um problema enfrentado pela sociedade.
16/05/2016	Investimentos e Notícias	Negócio Social	[...] essas organizações se caracterizam por: Atividade principal deve ser gerar impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. [...] Ter saúde financeira inerente ao modelo de negócio [...] Oferecer soluções para a base da pirâmide . [...] Gerar lucro, mas não distribuí-lo .
16/05/2016	Investimentos e Notícias	Negócio Social	O negócio social deve gerar lucro e manter desempenho de crescimento . É fundamental que a organização ofereça soluções igualmente competitivas, pague suas contas em dia e que sobre dinheiro para reinvestir no negócio . Seu compromisso é gerar lucro para aumentar o impacto social e não apenas para distribuir entre os investidores e acionistas.
21/08/2016	Agência Brasil	Negócio Social	Um modelo de empreendedorismo social [...] É o negócio social, onde um produto ou serviço é comercializado e gera lucro . Todos os recursos são reinvestidos no projeto . Os donos da empresa ganham uma remuneração fixa, normalmente acima do praticado no mercado, já que não há ganhos extras.
09/10/2016	Extra Online	Negócio Social como sinônimo de Empresa Social	Na empresa social, o lucro é reinvestido no negócio, maximizando o impacto social . A empresa difere de uma ONG, pois não depende de doações: é autossustentável , e o lucro pode ser investido em outro negócio social, num ciclo contínuo.
22/10/2016	O Globo	Negócio Social	[...] trata-se de um negócio que tenha como objetivo causar um impacto positivo numa comunidade, ampliando as perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade.
19/12/2016	Valor Econômico	Negócio Social	Na concepção criada por Muhammad Yunus, negócios sociais são empresas que recolhem impostos como qualquer outra, mas têm como objetivo principal solucionar um problema de uma cidade ou país [...] Deve desenvolver produtos ou serviços que resolvam o problema que motivou sua criação e ainda a mantenham financeiramente . Havendo lucro , será totalmente reinvestido no negócio , para aumentar o impacto pretendido nas comunidades.

24/05/2017	O Dia	Negócios de Impacto Social	Negócios de Impacto Social são iniciativas financeiramente sustentáveis , com lucratividade e impacto social ou ambiental , que contribuam para transformar a realidade de populações da base da pirâmide e fomentem o desenvolvimento da economia nacional.
15/05/2017	Infomoney Daily News	Negócio Social	[...] um negócio social [...] com a condição de serem financeiramente independentes , gerando, com seus próprios produtos, recursos para manter seu funcionamento. [...] Embora tenham fins lucrativos, uma das premissas dos negócios sociais é o reinvestimento de todo o lucro neles próprios, sem distribuição de dividendos.
26/06/2017	Correio 24h	Negócio de Impacto Social	Conhecidos como negócios de impacto social, esses empreendimentos têm sustentabilidade e através do seu serviço ou produto geram um impacto positivo tanto em relação ao consumidor quanto à comunidade.
08/07/2017	Tribuna do Norte Online	Negócio Social	[...] um negócio social, que é um tipo de empresa autossustentável financeiramente sem distribuição de dividendos , voltada para solucionar um problema social e/ou ambiental
23/07/2017	CE Notícias Financeiras	Negócio Social	[...] negócio social, categoria de empresas pensadas para dar solução a um problema que afeta a população de baixa renda . Devem ter rentabilidade, para serem financeiramente sustentáveis .
08/10/2017	O Globo	Negócio Social	[...] programa tem que ser escalável , ou seja, ter grande impacto, e tem que ser sustentável , isto é, não ter fins lucrativos, mas se pagar.
12/12/2017	Exame Online	Negócio Social	[...] um negócio lucrativo e sustentável economicamente, mas que não gera dividendos – todo o lucro é investido nele próprio , com o intuito de solucionar um problema social.

Fonte: Dados secundários.

4.2.4 2018 - 2019: Impacto como negócio: o debate político-institucional

Uma publicação da Folha de São Paulo de 7 de maio de 2018¹⁰² dedica-se a discutir as divergências de entendimento sobre o conceito de negócio de impacto social. Partindo de uma pesquisa realizada pelo Sebrae em maio de 2017 e da opinião de especialistas, a publicação destaca que as confusões sobre o tema são percebidas com frequência entre aqueles que lidam com o assunto diariamente. O resultado da pesquisa, realizada com empreendedores de 7 estados brasileiros, demonstra que **os negócios de impacto social ainda são confundidos com filantropia e responsabilidade social devido ao termo “impacto social”**. Edgard

¹⁰² BRANT, Danielle; PAMPLONA, Patricia. Negócio de impacto social é pouco conhecido no Brasil. **Folha de São Paulo**, 7 de maio de 2018.

Barki, coordenador do centro de empreendedorismo e negócios da FGV, afirma que o negócio social existe para ter impacto social, mas diferencia-se da filantropia por se sustentar sem doações e dos negócios tradicionais por não buscar a maximização do lucro dos acionistas prioritariamente.

Definições do termo negócio social como “empresas que flertam com o capitalismo, mas trazem na essência os propósitos de uma Organização Não Governamental (ONG)”¹⁰³ demonstram o quanto características essenciais destes negócios, mesmo após tantos anos da popularização do termo, ainda deixam margem para ambiguidades. Em entrevista publicada no O Globo¹⁰⁴, Emilia Rabello, jornalista fundadora do negócio social Outdoor Social, declara que “há um movimento em curso de **ONGs que estão virando negócios sociais**”. O argumento para o fato é que a capacidade das ONGs se sustentarem financeiramente vem diminuindo cada vez mais, questão também identificada nos demais períodos analisados. Emilia define um negócio social como “um movimento mundial de empresas chamadas regeneradoras” no qual “faz parte do objetivo empresarial delas a preocupação em retribuir a sociedade com alguma coisa”. A chamada da publicação “Árvores frutíferas: da preservação ao lucro” introduz o Instituto Auá como um exemplo de organização não governamental que tem buscado seguir os passos dos negócios sociais para garantir a sustentabilidade financeira e assim impedir a interrupção das suas atividades. A alternativa encontrada pela entidade foi incentivar a comunidade rural com o qual atua a plantar e preservar frutíferas nativas da região, o cultivo deu origem a criação de um comércio dos frutos e produtos artesanais a base destes, além da criação de um festival gastronômico na região¹⁰⁵.

O “lucro” parece ser a questão central das publicações que buscam diferenciar os negócios sociais das ONGs¹⁰⁶¹⁰⁷. Em se tratando de uma análise dos termos que representam organizações com impacto social positivo na realidade brasileira, denominado negócio social ou negócio de impacto social, considera-se

¹⁰³ FÓRUM Agenda Bahia 2018: Você sabe o que é um negócio social? **Correio 24h**, 8 de julho de 2018.

¹⁰⁴ MARTINS, Leo. ‘As ONGs estão virando negócios sociais’. **O Globo**, 1 de junho de 2018.

¹⁰⁵ EMPREENDEDORISMO ecológico aquece o turismo e gera renda em São Paulo. **Divulgador de Notícias**, 4 de julho de 2018.

¹⁰⁶ EMPREENDEDORISMO ecológico aquece o turismo e gera renda em São Paulo. **Divulgador de Notícias**, 4 de julho de 2018.

¹⁰⁷ NÃO é ONG: entenda como um negócio social pode lucrar. **Correio 24h**, 13 de agosto de 2018.

imperativo pontuar o ordenamento jurídico brasileiro quanto às possibilidades de personalidade jurídica para estas organizações.

Em diversas publicações os negócios sociais são comparados e referenciados como uma alternativa às ONGs. Sabe-se que a figura das ONGs ou das Organizações da Sociedade Civil (OSC) não existe como pessoa jurídica na legislação brasileira. As pessoas jurídicas de direito privado constantes no Código Civil incluem as associações, as sociedades, as fundações, as organizações religiosas, os partidos políticos e as empresas individuais de responsabilidade limitada (BRASIL, 2002). De acordo com a Lei Federal 13.204/2015, considera-se OSC

entidade privada sem fins lucrativos que não distribua entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados, doadores ou terceiros **eventuais resultados, sobras, excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, isenções de qualquer natureza, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades**, e que os **aplique integralmente na consecução do respectivo objeto social**, de forma imediata ou por meio da constituição de fundo patrimonial ou fundo de reserva.

Neste caso, as fundações e associações de cunho social. Além das sociedades cooperativas sociais e as organizações religiosas que se dediquem a atividades ou a projetos de interesse público e de cunho social (BRASIL, 2015).

As **associações**, nos termos do artigo 53 do Código Civil Brasileiro, assumem a personalidade de pessoas jurídicas de direito privado **constituídas pela união de pessoas** que se organizam **para fins não econômicos** (BRASIL, 2002). Nesta caracterização dois fatores se destacam, a “constituição pela união de pessoas” físicas ou jurídicas que particulariza as associações pelo seu escopo e não seu objeto (atividades que pode empreender); e, a definição “para fins não econômicos” que pode ser entendida como “para fins não lucrativos”. Apesar de parecer simples, a distinção entre estas duas últimas terminologias torna-se relevante pela diferenciação entre atividade e finalidade destas entidades, uma vez que existem associações que desempenham atividades econômicas através da comercialização de produtos e serviços.

Berger e Tozzini (2003) explicam que considerando a sistemática do Código Civil, este ao utilizar o termo “sem fins econômicos” quer determinar que as associações “seriam organizadas por pessoas interessadas em perseguir

finalidades que não tivessem por objetivo a partilha futura de lucros". Ou seja, as associações podem **exercer atividade econômica de forma suplementar e não exclusiva**, mantendo sua natureza ao determinarem que sua finalidade não inclui a partilha ou distribuição dos resultados obtidos com a atividade econômica desenvolvida. Entende-se que não é a inexistência de lucro que determina uma entidade "sem fins lucrativos" ou "sem fins econômicos". A definição desse termo, "entidade sem fins lucrativos", é determinada na Legislação Tributária Brasileira (Lei nº 9.532/97, Art. 12, §3º) como aquela que "não apresente superávit em suas contas ou, caso o apresente em determinado exercício, **destine referido resultado, integralmente, à manutenção e ao desenvolvimento dos seus objetivos sociais**".

Para além da questão terminológica, a questão tributária é um assunto relevante para este debate. Sabe-se que as associações e fundações privadas sem fins lucrativos recebem isenção de alguns tributos para o desenvolvimento de atividades de cunho social, previstas em estatuto, ao cumprirem requisitos estabelecidos na legislação. Segundo a Lei 9.532/1997 entidades "de caráter filantrópico, recreativo, cultural e científico e as associações civis [...] sem fins lucrativos" dispõem de isenção do Imposto de Renda (IR) e à Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL). No entanto, para o recebimento de tal isenção as instituições estão obrigadas a cumprir com exigências como:

não remunerar, por qualquer forma, seus dirigentes pelos serviços prestador, exceto no caso de associações, fundações ou organizações da sociedade civil, sem fins lucrativos, cujos **dirigentes poderão ser remunerados, desde que atuem efetivamente na gestão executiva** e desde que cumpridos os requisitos previstos nos arts. 3º e 16 da Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999 [...];

aplicar integralmente seus recursos na manutenção e desenvolvimento dos seus objetivos sociais;

manter escrituração completa de suas receitas e despesas em livros revestidos das formalidades que assegurem a respectiva exatidão;

conservar em boa ordem, pelo prazo de cinco anos, contado da data da emissão, os **documentos que comprovem a origem de suas receitas e a efetivação de suas despesas**, bem assim a realização de quaisquer outros atos ou operações que venham a modificar sua situação patrimonial;

apresentar, anualmente, **Declaração de Rendimentos**, em conformidade com o disposto em ato da Secretaria da Receita Federal;

recolher os tributos retidos sobre os rendimentos por elas pagos ou creditados e a contribuição para a seguridade social relativa aos empregados, bem assim cumprir as obrigações acessórias daí decorrentes;

assegurar a destinação de seu patrimônio a outra instituição que atenda às condições para gozo da imunidade, no caso de incorporação, fusão, cisão ou de encerramento de suas atividades, ou a órgão público;

outros requisitos, estabelecidos em lei específica [...] (BRASIL, 1997)

Tal isenção não é abrangida sobre “os rendimentos e ganhos de capital auferidos em aplicações financeiras de renda fixa ou de renda variável” (BRASIL, 1997). Da mesma forma que, as receitas oriundas de atividades econômicas desenvolvidas que não estão discriminadas em seus documentos constitutivos são passíveis de recolhimento de PIS/PASEP (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) (BRASIL, 2001; BRASIL, 2003). Ou seja, no caso das associações, qualquer atividade que gere receita que não seja proveniente de anuidade, mensalidade ou doação pode ser passível de recolhimento tributário.

Já as sociedades “se obrigam a contribuir, com bens ou serviços, para o **exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados**”, estas podem assumir os formatos de sociedades cooperativas, sociedades limitadas e sociedades anônimas.

A inclusão deste adendo foi motivada por dois fatores, primeiramente a grande quantidade de publicações que citam a ausência de clareza quanto aos negócios sociais de empreendedores que atuam no próprio campo, bem como a afirmação feita na Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015) de que “**os negócios de impacto podem assumir diferentes formatos legais**: associações, fundações, cooperativas ou empresas”. A afirmação de que a confusão dos empreendedores quanto ao conceito de negócio social é decorrente do termo “impacto social” é compreensível. Uma vez que diversas organizações anteriores a popularização dos negócios de impacto social formatados como sociedades empresariais já desempenhava o papel de gerar impacto social positivo na sociedade como associações, fundações e cooperativas de cunho social.

Em se tratando das atividades econômicas previstas no ordenamento jurídico brasileiro Rachel Karam¹⁰⁸, advogada e representante do Sistema B Brasil no Comitê da Enimpacto, esclarece que estas podem ser exercidas no chamado “impacto neutro”, ou seja, atividades que não gerem dano ou não causem prejuízo ao ambiente, consumidores, trabalhadores ou à concorrência. A advogada afirma que **“reconhecer que existe um setor da economia que conjuga o benefício social e ambiental com o lucro”** é uma novidade que desafia a forma com que o direito societário, o direito civil e as responsabilidades foram desenvolvidas no ordenamento jurídico do país. Junto a outros atores participantes da Enimpacto, Rachel atua em um dos eixos que debate a ambiência normativa necessária para o fortalecimento do ecossistema de negócios e investimentos de impacto no Brasil. Em relação às iniciativas legislativas necessárias para o ecossistema, a advogada acredita que “a primeira necessidade é uma outra visão dentro da norma”, na qual uma **atividade econômica não só “pode ser exercida no impacto neutro, tal como ela é hoje, [mas] ela pode ser exercida com o impacto positivo”**.

Um seminário realizado pela Faculdade de Direito da USP, em 30 de outubro de 2018, teve como tema os “Desafios Jurídicos para os Investimentos de Impacto” e identificou quatro temas centrais relacionados a este debate: a estrutura societária dos empreendimentos; os instrumentos regulatórios para os investimentos; os entraves tributários; e, o desenvolvimento de políticas públicas¹⁰⁹. O primeiro tema abordava as “demandas e requisitos que devem estar presentes [...] nos documentos formais dos empreendimentos” de forma que o **impacto e seus instrumentos de avaliação estejam claros**¹¹⁰. A criação de **métricas e indicadores** para aferir os resultados de impacto, assim como, a formação profissional específica para o setor também são apontados em outra publicação como elementos que precisam ser melhorados para que os negócios sociais avancem no país¹¹¹. Érika Sanchez, gerente de Programas do Gife, destaca que “o

¹⁰⁸ Fala de Rachel Karam no Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do Seminário Internacional de Impacto ocorrido em 1 de dezembro de 2020.

¹⁰⁹ SANT'ANA, Diogo; COPPOLA, Beatriz de Figueiredo. Desafios jurídicos para os negócios de impacto no Brasil. **Jornalismo e tecnologia para tomadores de decisão**, 29 de novembro de 2018.

¹¹⁰ SANT'ANA, Diogo; COPPOLA, Beatriz de Figueiredo. Desafios jurídicos para os negócios de impacto no Brasil. **Jornalismo e tecnologia para tomadores de decisão**, 29 de novembro de 2018.

¹¹¹ MARTINS, Leo. 'As ONGs estão virando negócios sociais'. **O Globo**, 1 de junho de 2018.

desafio é a avaliação e entender o que é negócio social, o que é impacto, qual sua teoria de mudança na área social”¹¹².

A adequada orientação jurídica e contábil também foi debatida, a criação de uma nova pessoa jurídica para os negócios de impacto ou a adequação e reinterpretção das já existentes no ordenamento jurídico brasileiro foram apontadas como demandas que precisam ser analisadas. Quanto aos instrumentos de investimento, para além das opções tradicionais já identificadas nos períodos anteriores, o seminário debateu sobre os instrumentos próprios que estão surgindo, como “contrato de impacto social , *equity* específico, securitização, debênture de impacto, *crowdfunding*, *crowdlending* e *crowdequity*”¹¹³.

Como já descrito em outros períodos, o **acesso a crédito** continua a ser relatado como um dos principais desafios dos negócios sociais. Ciente desta problemática, Marco Gorini, cofundador da Din4mo - consultoria especializada em startups de impacto, descreve que a provocação para solucionar esta questão nasceu do questionamento: “Como endereçar uma solução de crédito com taxa, prazo e estrutura adequados e que sirva para diversos atores?”¹¹⁴. Com esta problemática em mente a **primeira debênture de impacto social do Brasil** foi criada. Uma forma de captação de recursos inédita no país, foi recebida pela Vivenda, a emissão de debêntures foi realizada em parceria entre o Grupo Gaia (securitizadora) e Din4mo. O título emitido “oferece retorno de 7% ao ano ao investidor e é considerado sem risco”¹¹⁵.

Tributariamente, os debatedores destacaram a problemática da realização de doações; e, a **insegurança jurídica** quanto às alterações em relação às normas de “isenções e imunidades das associações e a recente decisão da Receita Federal que afasta a imunidade tributária de entidades sem fins lucrativos por conta de investimentos em empreendimentos com fins lucrativos”. A implementação da Enimpacto e de iniciativas de entes federados para o suporte e fomento dos

¹¹² PAMPLONA, Patricia. Edital seleciona 20 iniciativas de impacto em cultura para aceleração. **Folha de São Paulo**, 15 de junho de 2018.

¹¹³ SANT’ANA, Diogo; COPPOLA, Beatriz de Figueiredo. Desafios jurídicos para os negócios de impacto no Brasil. **Jornalismo e tecnologia para tomadores de decisão**, 29 de novembro de 2018.

¹¹⁴ PAMPLONA, Patricia; BRANT, Danielle. Título financeiro banca reforma em favela. **Folha de São Paulo**, 26 de março de 2018.

¹¹⁵ PAMPLONA, Patricia; BRANT, Danielle. Título financeiro banca reforma em favela. **Folha de São Paulo**, 26 de março de 2018.

negócios de impacto foram destacados como aspectos positivos para o fortalecimento das políticas públicas do campo¹¹⁶.

Percebemos que após a criação da Enimpecto - Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto em 2017 o termo 'negócio de impacto' é adotado pelo Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto buscando unificar o entendimento do termo nos diferentes Estados brasileiros.

Em 2019 os Estados brasileiros: Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Paraíba, instituíram **Políticas Estaduais de Investimento e Negócios de Impacto**. Em todos os aparatos a definição dada para negócios de impacto é a mesma apresentada no texto da legislação de instituição da Enimpecto: “empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável”. Os aparatos Estaduais¹¹⁷¹¹⁸¹¹⁹, diferentemente do Nacional, apresentam os tipos de empreendimentos que podem desenvolver negócios de impacto social como: **Sociedades com fins econômicos/empresas; cooperativas; organizações da Sociedade Civil (OSC); e, associações**.

Outro aspecto importante neste período é perceber mais evidentemente a **rede de fomento estruturada e fortalecida** do campo. Hilde Schwab, cofundadora e presidente do conselho da Fundação Schwab, destacou a necessidade do campo político brasileiro tratar o empreendedorismo social como prioridade, do mercado econômico olhar para o setor, e dos negócios sociais atuarem em **rede**¹²⁰.

Em 2018 as publicações¹²¹¹²² divulgaram a formação da Aliança pelos Investimentos e Negócios Sociais formada pelo ICE. A Aliança representa o Brasil em uma rede global formada por 18 países a *The Global Steering Group for Impact Investment* (GSG), e também formam o grupo de trabalho que elaborou a Enimpecto junto a sete ministérios: Desenvolvimento Social (MDS), Indústria (MDIC),

¹¹⁶ SANT'ANA, Diogo; COPPOLA, Beatriz de Figueiredo. Desafios jurídicos para os negócios de impacto no Brasil. **Jornalismo e tecnologia para tomadores de decisão**, 29 de novembro de 2018.

¹¹⁷ RIO GRANDE DO NORTE. Lei nº 10.483, de 04 de fevereiro de 2019. Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social. Natal, RN, 2019.

¹¹⁸ RIO DE JANEIRO. Lei nº 8.571, de 16 de outubro de 2019. Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social. Rio de Janeiro, RJ, 2019.

¹¹⁹ PARAÍBA. Projeto de Lei nº 1.409, de 12 de dezembro de 2019. Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social. João Pessoa, PB, 2019.

¹²⁰ PAMPLONA, Patricia; POMBO, Cristiano Cipriano. Empreendedores sociais são a voz da inovação, afirma Hilde Schwab. **Folha de São Paulo**, 12 de março de 2018.

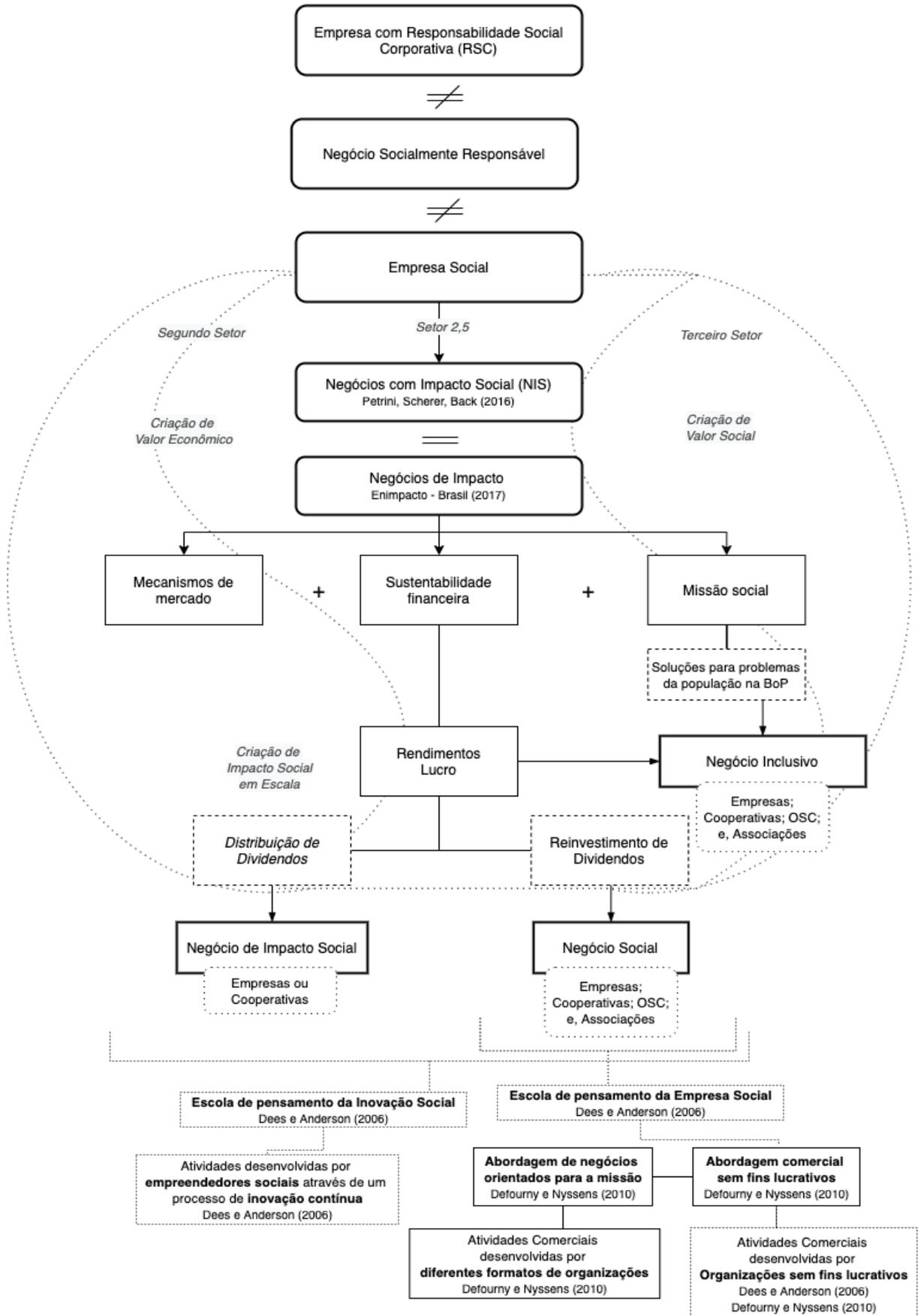
¹²¹ EMPREENDEDORISMO social cresce no Brasil. **Correio 24h**, 16 de julho de 2018.

¹²² EMPREENDEDORISMO de impacto social cresce no Brasil. **Jornal Grande Bahia**, 21 de julho de 2018.

Planejamento; além de organizações como: PNUD, Sebrae, BNDES, Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e Caixa e Banco do Brasil.

Da mesma forma que o período anterior percebemos que o avanço proporcionado pela oficialização da Enimpecto representou um salto qualitativo para o avanço das políticas públicas no campo do impacto. No entanto as definições dadas para **negócio de impacto, negócio social e negócios de impacto social** permanecem as mesmas do período anterior, e a falta de consenso sobre a temática ainda é destacada com um impeditivo para o ecossistema avançar. As políticas públicas Estaduais analisadas avançam ao demonstrarem que diferentes personalidades jurídicas podem ser consideradas negócios de impacto, fortalecendo o entendimento que o termo “negócio de impacto” representa os diferentes modelos de negócios que possuem como características, ter uma missão social, ser sustentável, podendo ou não distribuir dividendos. O mapa conceitual do período demonstra esse entendimento, destacando as diferentes personalidades jurídicas possíveis (empresas, cooperativas, OSC e associações) para os diferentes modelos de negócios de impacto. O que fica nítido nas discussões é que independente do modelo adotado estes empreendimentos estão centrados na figura do empreendedor, para além da tríade impacto social, resultado financeiro e legitimidade, conforme destacam autores citados neste trabalho.

Figura 20 - Mapa conceitual 2018 - 2019



Fonte: Elaborado pela autora.

As principais definições apresentadas nas publicações neste período podem ser observadas a seguir.

Quadro 21 - Definições de NIs 2018 - 2019

Data da publicação	Fonte	Termo	Definição
30/03/2018	Tribuna do Norte	Negócio de Impacto Social	[...] são aquelas iniciativas financeiramente viáveis, sustentáveis com lucratividade e impacto social ou ambiental que contribuem para transformar a realidade das populações da base da pirâmide e fomentar o desenvolvimento da economia.
07/05/2018	Folha de São Paulo	Negócio Social	É um movimento mundial de empresas chamadas regeneradoras. Faz parte do objetivo empresarial delas a preocupação de retribuir a sociedade com alguma coisa.
01/06/2018	O Globo	Negócio de Impacto Social	Um negócio de impacto social é, antes de qualquer coisa, um negócio. Como todo negócio, deve ter modelo financeiramente sustentável , que não dependa de doações. Essa é a premissa básica para qualquer negócio no segmento.
06/06/2018	O Estado de São Paulo	Negócio de Impacto	[...] empresa de inovação e base tecnológica, que conjugam os resultados financeiros à geração de benefícios para uma comunidade carente de serviços básicos, como educação, saúde, moradia, emprego e outros. O foco deste tipo de empreendimento, conhecido como negócio de impacto, está na base da pirâmide social brasileira , composta, principalmente, por classes menos favorecidas.
21/07/2018	Jornal Grande Bahia	Negócio Social	[...] conceito cunhado em 2011 para definir as empresas que flertam com o capitalismo , mas trazem na essência os propósitos de uma Organização Não-Governamental (ONG) .
08/07/2018	Correio 24h	Negócio Social	A primeira coisa ao se pensar em um negócio social é ter um propósito definido: o de acabar com algum problema . Sem isso, não há negócio social. Também é importante esclarecer que se trata de uma empresa que tem lucro, mas ele é reinvestido na própria empresa. Também há outra questão muito importante: o negócio precisa ser sustentável , é preciso que ele funcione e seja útil.
06/09/2018	Diário do Nordeste	Negócio Social	Os negócios sociais existem para resolver ou minimizar questões ou problemáticas sociais .
30/11/2018	A Notícia	Negócio Social ou Negócio de Impacto Social	São negócios de impacto social ou negócios sociais, empreendimentos que direcionam o foco na solução do problema social ou ambiental para transformar a realidade de populações menos favorecidas e fomentar o desenvolvimento da economia . Ao contrário de entidades sem fins lucrativos, a viabilidade econômica e o lucro dos negócios sociais são fundamentais para sua sobrevivência, já que, como qualquer outra empresa, a sustentabilidade

			financeira é necessária para desenvolver.
18/03/2019	O Estado de São Paulo	Negócio Social	E o conceito de negócio social é parte desse redesenho. Ao invés de termos apenas um tipo de negócios, precisamos ter dois. Os negócios convencionais, que fazem dinheiro, e os que não pagam dividendo e se propõem resolver os problemas sociais.
28/03/2019	Valor Econômico	Negócio de Impacto Social	Negócios criados no propósito de unir lucro e ganhos socioambientais se expandem no país com olhar para a base de baixa renda e percepção positiva quanto à sobrevivência no mercado.
16/07/2019	Diário do Nordeste	Negócio de Impacto Social	Os negócios de impacto social são também conhecidos como Setor 2,5 , uma interseção entre o setor privado e o terceiro setor.
11/08/2019	O Estado de São Paulo	Negócio Social	[...] negócios rentáveis que conseguem atender pessoas de baixa renda.
24/08/2019	Diário Oficial do Município de São Paulo	Negócio de Impacto Social	[...] iniciativa que detém um modelo de organização híbrida , ou seja, que combina os mecanismos do setor privado com a lógica de de gestão social das organizações sem fins lucrativos. Nesse sentido, são organizações que oferecem soluções escaláveis que contribuam para a melhora de vida de populações de baixa renda e/ou resolvam, por meio de seus serviços e produtos, problemas de interesse público.
26/08/2019	Tribunal Regional Federal da 2a Região	Negócio Social	[...] negócio que visa o atendimento de necessidades sociais e/ou ambientais de maneira sustentável.
27/09/2019	Diário Oficial do Estado do Espírito Santo	Negócio Social	[...] é um negócio social. Por que é social de impacto? Porque ameniza a questão do meio ambiente e social, e tem renda.
29/12/2019	Correio Braziliense	Negócio Social	A empresa se enquadra no conceito de negócio social , no qual são utilizadas técnicas modernas com missão social ou ambiental e todo o lucro é reinvestido na própria causa ".

Fonte: Dados secundários.

A análise das publicações na mídia revela a **falta de unanimidade em torno de uma visão unificada de negócios de impacto**, demonstrando que a ausência de uma uniformidade nas terminologias acaba fomentando entendimentos difusos que podem dificultar o processo de desenvolvimento e amadurecimento do campo. Boltanski e Thévenot (2006; 2020) reforçam a importância da definição de “designações aceitáveis” pelo campo para a manutenção da estabilidade de acordos e compromissos estabelecidos entre seus componentes. A concordância com tais “entendimentos sobre os termos mais adequados” é essencial para que os “termos do compromisso” estabelecido sejam suficientemente robustos para

responder as denúncias e críticas que buscam rompê-lo (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2020, p. 416).

A adoção de uma **gestão eficiente**, da capacidade lucrativa para a manutenção da **sustentabilidade financeira** e a **reprodução em escala** da solução proposta pelo modelo de negócio são algumas das características dos negócios de impacto mais destacadas nas publicações. A **mensuração do impacto** aparece nos dados na medida em que o interesse dos investidores começa a ser citada. A tríade “riscos, retorno e impacto” dá o tom aos discursos dos representantes de fundos e outros atores de fomento aos investimentos de impacto. No entanto, a **dificuldade em acessar estes recursos**, assim como, a **falta de um formato jurídico** que defina os negócios de impacto, são citados como limitadores para o desenvolvimento dos projetos. A ideia destes empreendimentos serem representantes da “evolução do capitalismo” aparece atrelada a **capacidade inovativa das organizações**, bem como, as **características “engajadas, antenadas e sensibilizadas” dos empreendedores** que em suas trajetórias buscam **conciliar retorno social e financeira em prol de objetivos coletivos**.

Observa-se que, ao longo dos anos, a narrativa divulgada pela mídia evolui em um discurso que alia impacto às práticas mais próximas das empresas com fins lucrativos, visão fortalecida a partir do caráter direcionado à inovação e ao uso de oportunidades para criar impacto social. Na medida em que o campo ganha legitimidade, conforme destacam Dimaggio e Anheier (1990), inicia-se um debate sobre criação de escala em função da falta de recursos adequados, sendo a capacidade de atrair e manter recursos um elemento-chave na busca dessa legitimidade. Embora a maioria dos autores defenda essas práticas, no campo científico isso levanta a hipótese de que essa busca resulte em efeitos indesejados, levando a um descrédito prematuro de um campo supostamente promissor (SUD; VANSANDT; BAUGOUS, 2009).

França Filho, Rigo e Souza (2020) destacam duas características centrais em relação aos negócios de impacto que se destacam nas publicações analisadas: os meios de operacionalização da gestão e sua finalidade que, segundo os autores em uma visão crítica do tema, se afastam da noção de governança democrática e de utilidade social própria das organizações tradicionais no campo. Além disso, o impedimento de se distinguir no campo de impacto características tradicionais das organizações com e sem fins lucrativos, incluindo objetivos, valores, motivação,

público e foco (DIMAGGIO; ANHEIER, 1990; YOUNG; SEARING; BREWER, 2016) traz à reboque não apenas as vantagens, mas também as desvantagens de ambas as formas organizacionais atribuídas aos negócios de impacto.

O tópico a seguir analisa os achados da narrativa apresentada até aqui, bem como, investiga cenas do campo acompanhadas durante o processo de observação da coleta de dados a partir da Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Neste, apresenta-se os principais desafios geradores de tensões em torno dos negócios de impacto e o arranjo de lógicas e dispositivos de justificação ativadas pelos atores nos momentos de enfrentamento destas situações.

4.3 TENSÕES ECOSSISTÊMICAS, ORGANIZACIONAIS E INDIVIDUAIS: uma análise a partir da Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020)

Conforme discutido no Capítulo 3, um dos grandes desafios desta pesquisa, considerando a postura teórico-epistemológica escolhida, foi analisar o campo observando tanto as situações originadoras de *tensões*¹²³ microsociológicas como as macrosociológicas. Na medida em que os atores denunciavam aspectos que consideravam inapropriados, impróprios, desafiadores, geradores de desconforto sobre uma situação ou ação, as críticas em torno dos NIs, foram organizadas e interpretadas como desafios. O processo de identificação das *tensões* contidas nos desafios expostos pelos atores do campo exigiu a adoção de diferentes níveis de análise (ecossistêmico, organizacional e individual) a fim de reconhecer as condições de suas aparições e os *dispositivos* destinados a atenuá-las.

Além disso, para dar conta do desafio proposto, buscou-se ser fiel à evolução temporal dos argumentos contidos nas narrativas dos NIs, a partir das *justificações* que os atores nelas envolvidos apresentam para a existência desses negócios e para a *justificação* de suas próprias práticas neste campo. Motivo pelo qual a análise das publicações midiáticas foram utilizadas para preencher a observação dos acontecimentos nos períodos anteriores à entrada da pesquisadora no campo. Sendo assim, o processo de análise das notícias além de servir como porta de entrada para o campo, permitiu a identificação de atores, narrativas e desafios enfrentados pelos NIs de 2004 a 2019.

¹²³ A partir deste capítulo, para o texto possa ter maior fluidez, os conceitos gramaticais provenientes de “A Justificação: sobre a economia das grandezas” de Boltanski e Thévenot (2006; 2020), serão apresentados em *itálico* evitando que os autores tenham que ser repetidamente evidenciados.

O desafio primário, como já relatado na revisão de literatura acadêmica, refere-se ao próprio termo negócio social ou negócio de impacto social e a partir deste uma série de outros se desdobram. A análise descritiva das notícias, apresentada no Tópico 4, buscou explorar a evolução dos termos ao longo dos anos, além de identificar outros desafios e *denúncias* expostas pelos dados.

Após análise das notícias ficou evidenciado que, assim como na literatura especializada, o campo dos NIs no Brasil revela uma indefinição do(s) termo(s) e, a falta de entendimento sobre os limites do que um ‘negócio social’ ou ‘negócio de impacto’ abrangem representa em diferentes níveis de debate um **desafio de legitimidade** fruto de uma série de *tensões* entre *lógicas* ancoradas em *mundos de bem comum distintos*.

4.3.1 Desafio do Reconhecimento: “Afinal, o que são negócios de impacto? [...] escolha um nome para seguir, para chamar de seu, e vá em frente”¹²⁴

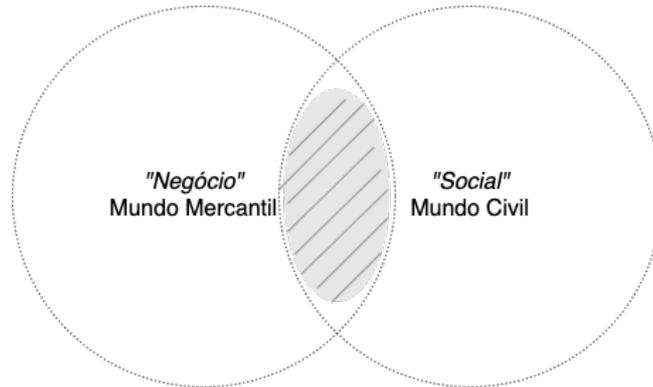
A evolução do entendimento dos termos, utilizados para identificar organizações que geram impacto social a partir de soluções de mercado, foi extensivamente debatida no tópico anterior. Desta forma, este tópico irá se debruçar sobre o *arranjo de lógicas* que compõem as *tensões* e *dispositivos* identificados em relação a este desafio e outros identificados por esta pesquisa. Os períodos analíticos identificados anteriormente serão utilizados para evidenciar o processo de construção da narrativa dos negócios de impacto ao longo do tempo.

Ao se analisar a expressão “*social business*” ou “negócio social” por si só pode-se identificar a união de *lógicas* bastante distintas. O termo “social” puramente remete à *lógica civil* representando a “preeminência dos coletivos” (*princípio superior*), a renúncia ao particular ou interesses imediatos (*investimento*) manifestados na solidariedade, na luta pelas causas coletivas e direitos civis. Já o termo “negócio” representa a *lógica mercantil* evidenciada pelo “senso de oportunidade” (*investimento*) destacando aquilo que é desejável, vendável, passível de posse (*estado de grande*). Pode-se perceber que estas duas *lógicas* são *concorrentes* e nesta expressão estão unidas em *tensão*, como pode ser visto na Figura 22. A obra de Boltanski e Thévenot (2006) não identifica *compromissos*

¹²⁴ IMPACTO NA SEGUNDONA: Afinal, o que são negócios de impacto? Fábio Deboni, 26 de abril de 2021. Podcast. Disponível em: <https://fabiodeboni.com.br/impacto-na-segundona-ep-4/>. Acesso em: 5 de maio de 2021.

possíveis entre estes dois *mundos* (*mercantil e civil*). A *ausência de compromisso* ou a *tensão entre lógicas* é representada na Figura 22 pela intersecção cinza com linhas tracejadas.

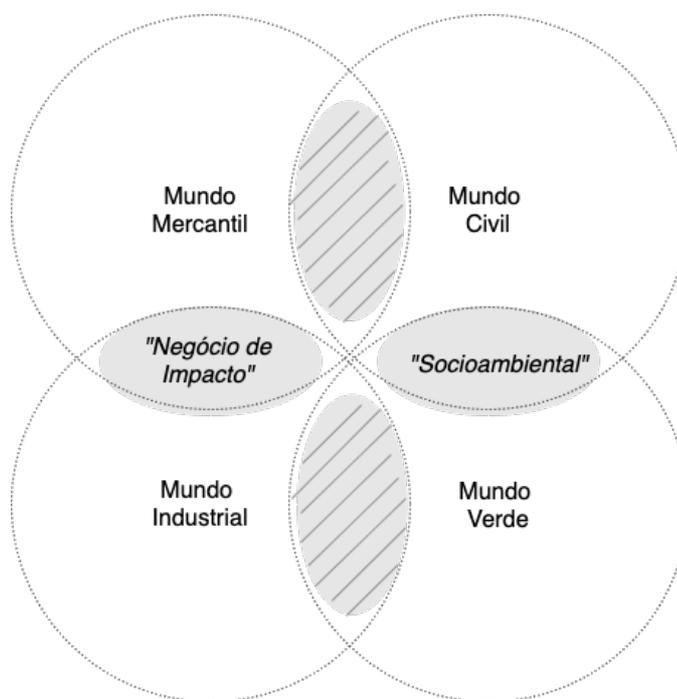
Figura 21 - Tensão termo “negócio social”



Fonte: Elaborado pela autora.

Uma análise da evolução do termo, observando apenas as palavras escolhidas para sua composição, “negócio de impacto social” e/ou “negócio de impacto socioambiental” introduzem o papel do “impacto” e a união de causas sociais e ambientais (“ambiental”) ao debate. O termo “impacto” no sentido de “impacto de longo prazo” é uma evidência própria do *mundo verde* (THÉVENOT et al, 2000). No entanto, ao longo do tempo, o termo no campo estudado passa a representar, a partir dos discursos, o efeito mensurável, observável, ou seja, o processo de mensuração dos resultados “sociais e ambientais” atingidos pelos negócios sociais. A eficiência, desempenho e porvir representam o *princípio superior* comum da *lógica industrial*.

Figura 22 - Tensões do termo “negócio de impacto socioambiental”



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 23 busca ilustrar que o termo “socioambiental” não encontra *resistência* por conciliar naturalmente alegações e argumentos da *lógica civil e verde*. Estudos de Thévenot et al. (2000; 2011) apontam para o surgimento contemporâneo da *lógica verde*, própria dos discursos da sustentabilidade ambiental, a partir da *sobreposição ou compromisso* de características do *mundo civil e da inspiração*. A adoção do termo “socioambiental” pelo campo dos NIS demonstra que esse *compromisso* é aceito e não chega a ser questionado nos dados observados.

Os *compromissos* entre o *mundo mercantil e industrial* são extensivamente descritos por Boltanski e Thévenot (2006; 2020), naturalmente estas duas *ordens* - estabelecidas pelo mercado e pela eficiência - caminham lado a lado no cerne do próprio entendimento de “empresa”. A capacidade de as empresas avaliarem sua eficiência, ou seja, avaliar sua competência em cumprir o objetivo principal da organização é basilar para sua continuidade.

Viu-se que no período de 2004 a 2010 algumas reportagens levantaram a questão dos negócios sociais como uma opção para as organizações não-governamentais, representadas pelo Terceiro Setor. Neste período percebeu-se a falta de distinção com clareza entre os termos “empresa social” e “negócio social”.

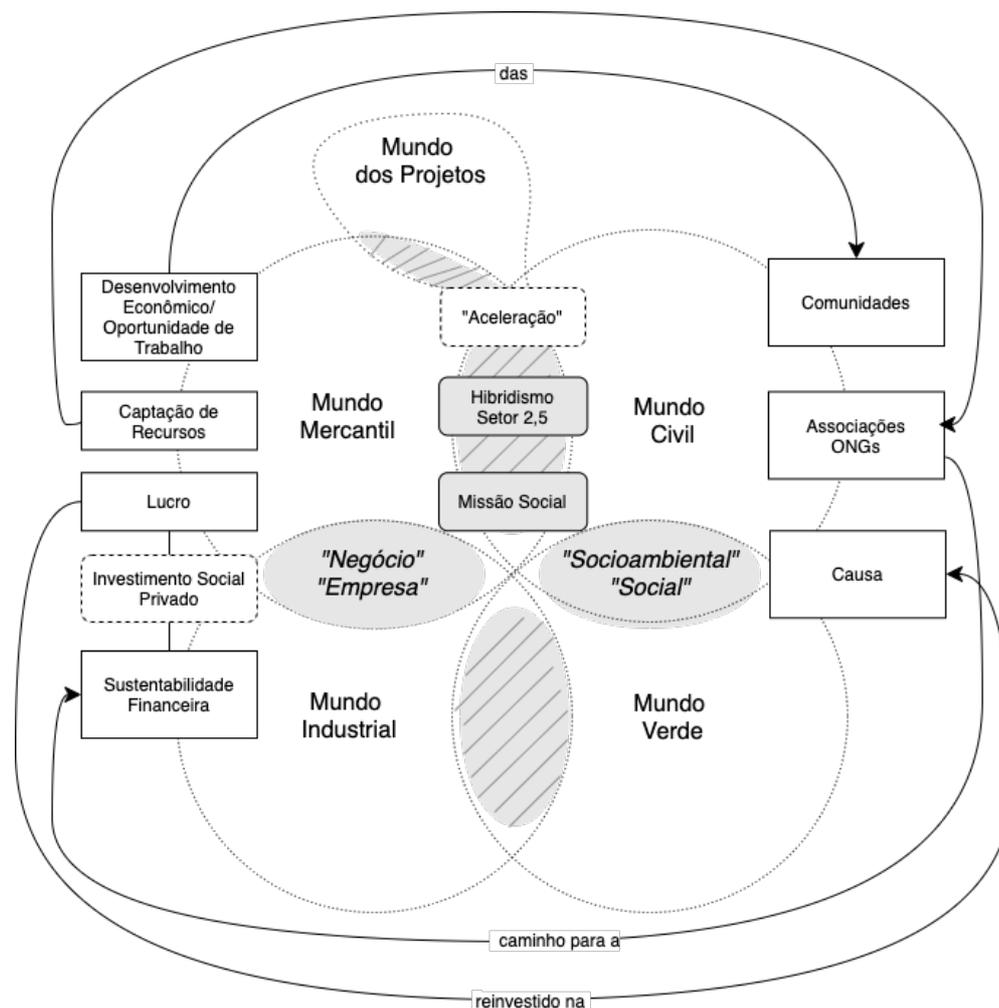
Em ambas as situações estas formas de empreendimento destacaram-se por suas formas “inovadoras” de ação, que utilizavam “mecanismos de mercado” para cumprir uma “missão social”. A primeira reportagem analisada neste estudo, a citar o termo “negócio social”, destacou que uma das principais necessidades dos negócios sociais “é uma excelente performance no planejamento, na produção, comercialização e desenvolvimento geral do negócio”¹²⁵.

Um dos argumentos utilizados para *engrandecer* os negócios sociais como uma opção relevante foi ancorada na *lógica mercantil e industrial* de que tais organizações teriam a capacidade de captar recursos de maneira mais eficiente que as organizações não-governamentais. Tal capacidade permitiria que estas organizações fossem mais hábeis em alcançarem e manterem a “sustentabilidade financeira” e serem “autosustentáveis”.

Outros argumentos, alimentados pela divulgação do termo “negócio social”, a partir da laureação do Yunus com o Nobel da Paz, foram utilizados para evidenciar *equivalências* possíveis entre as *lógicas civil, mercantil e industrial*, como pode ser observado na Figura 24.

¹²⁵ ORGANIZAÇÕES que já nascem sustentáveis. **Valor Econômico**, 24 de agosto de 2004.

Figura 23 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2004-2010



Fonte: Elaborado pela autora.

As expressões destacadas em caixas brancas representam *dispositivos* dos diferentes *mundos* agenciados na busca de *acordos de equivalência* entre suas diferentes *grandezas*. O argumento dos NIs contribuírem para o “desenvolvimento econômico” das “comunidades” de baixa renda, através, dentre outras formas, da geração de “oportunidades de trabalho”. Os debates da geração de “lucro”, neste período, também vêm ancorado na imposição do reinvestimento na “causa social”, buscando *estabilizar* a presença de um *dispositivo* puramente *mercantil* (o lucro) no *mundo civil* (causa social).

Os elementos destacados em caixas cinza, representam os *dispositivos* “*estabilizadores*” (*objetos de compromisso*) entre as diferentes *lógicas*, ou seja, o argumento central que permite com que *sujeitos e objetos* que representam *mundos opostos* encontrem-se em um mesmo *arranjo* sem o esclarecimento do *princípio do*

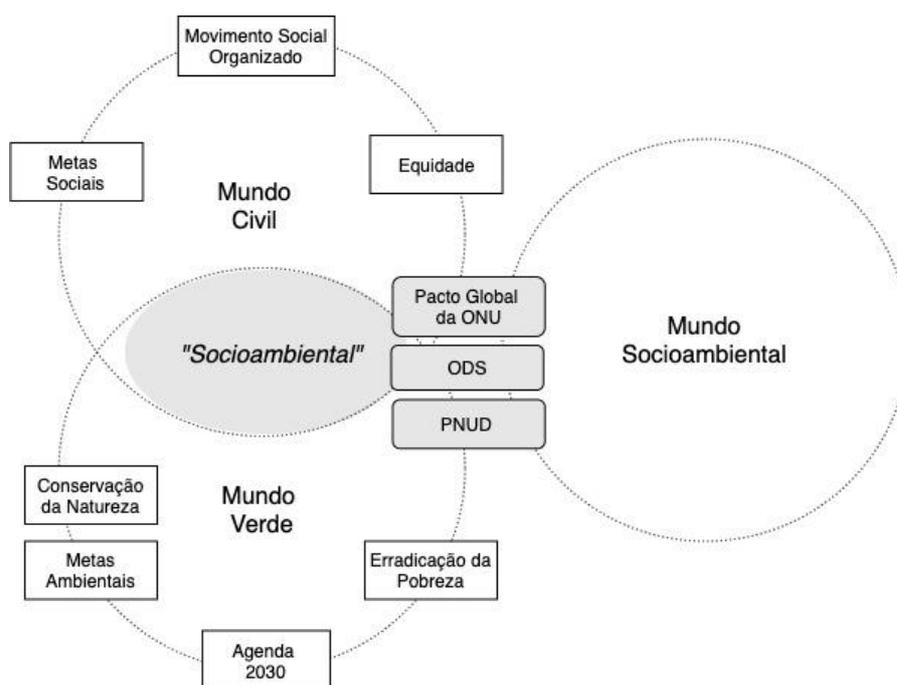
seu acordo. Ou seja, apesar de tudo que separa uma *ordem* na qual o que mais importa (*princípio comum*) é a preeminência dos coletivos (civil) de uma *ordem* na qual o que mais importa é a concorrência (mercantil), ambas, no campo em análise, parecem encontrar um *compromisso*. Este *compromisso*, no período analisado, é representado por argumentos como utilizar mecanismos de mercado para atingir uma “missão social”; e, o movimento que alia a *lógica de mercado e a social* para obter tanto retorno social como financeiro, representado por termos como “hibridismo” e “setor 2,5”. Tais argumentos são colocados em *equivalência* utilizados para *estabilizar a tensão* entre as *grandezas concorrentes* destes dois *mundos* (civil e mercantil).

Os termos em caixas pontilhadas, “aceleração” e “investimento social privado” representam *objetos* transportados dos seus *mundos* de origem para os *mundos concorrentes*. No caso, vê-se que os processos de aceleração, processo próprio de startups comerciais (mundo mercantil/industrial), ganham destaque como facilitadores do processo de constituir um NIs ou migrar de qualquer um dos dois campos - segundo ou terceiro setor - para o “setor 2,5”. Apesar da criação de redes para o estabelecimento de transações comerciais ser um *dispositivo* comum do *mundo mercantil*, Boltanski e Chiapello (2020, p. 166) identificam um conjunto de características do *mundo dos projetos* que podem “frear” o funcionamento harmonioso da concorrência própria da *lógica mercantil*. Por este motivo, considera-se que a *lógica dos projetos* se distingue do *mundo mercantil* exigindo *dispositivos de justificação* diferentes. O processo de aceleração é interpretado nesta tese como um elemento do *mundo dos projetos*. Boltanski e Chiapello (2020, p. 138) identificam a **atividade de mediação como a grandeza desta lógica**, representada pelo processo de “estabelecer relações”, “criar elos” e contribuir para “tecer redes”. No período analisado de 2004 a 2010, os atores Artemisia e ICE destacam-se neste papel.

Outro *dispositivo* próprio do terceiro setor até então, o “investimento social privado” ou “finanças sociais”, começa a aparecer na narrativa dos NIs juntamente com o crescimento do interesse de financiadores e fundos de investimentos por estes negócios. Boltanski e Thévenot (2006; 2020) esclarecem que uma situação de *compromisso* vai além da constatação de presença de *objetos díspares*. Para que o *arranjo* seja mantido e o *conflito* seja evitado, os seres que importam em diferentes *mundos* devem ser mantidos em presença sem disputa.

É importante destacar que o *compromisso* entre o *mundo civil e o mundo verde* é tão intenso no campo analisado que o termo “socioambiental” que o representa deixa de ser utilizado. O debate da sustentabilidade, **agenciado** pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) neste campo, **estabiliza** as diferenças entre “social” e “ambiental” de tal forma que o termo “social” acaba substituindo “socioambiental”. Sendo assim, com o objetivo de facilitar a representação dos *dispositivos e objetos*, identificou-se, a partir deste ponto, o *compromisso* entre o *mundo civil e verde* como “mundo socioambiental”. Adotou-se, assim, o termo “socioambiental” para representar a *grandeza* compartilhada entre estas *lógicas* de luta pelos objetivos coletivos da sociedade, incluindo as causas ambientais e sociais.

Figura 24 - Compromisso Mundo Civil e Mundo Verde



Fonte: Elaborado pela autora.

Já no período de 2011 a 2015 viu-se o fortalecimento dos termos “negócio inclusivo” e “negócio de impacto social”. A narrativa que sustenta o *compromisso* entre as *lógicas mercantil e socioambiental* (civil + verde) amplia-se do argumento do hibridismo para o papel de “agentes de transformação” de um Novo Capitalismo ou Capitalismo Social.

Em 2014¹²⁶, a organização sem fins lucrativos Artemisia lançou um curso online sobre Negócios de Impacto. O conteúdo programático do curso reforça a narrativa deste período que ancora os NIS ao papel de combate à pobreza e de agentes para a inclusão social. A abertura do curso define os negócios de impacto social como “uma nova geração de negócios que ofereçam soluções para problemas sociais da população de baixa renda e possam criar mais oportunidades para milhões de pessoas”.

Percebe-se que as organizações intermediárias ou aceleradoras, são elementos essenciais ao longo do tempo para a construção da narrativa dos NIs. Conhecidas inicialmente como “organizações intermediárias”, responsáveis principalmente pela “incubação” e “aceleração” dos NIs, em meados de 2015, foram descritas como “aquelas cuja atuação contribui diretamente para a conexão entre a oferta de capital e a demanda”, sendo denominadas como “organizações facilitadoras” (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015). Em julho de 2021, o ICE (Instituto de Cidadania Empresarial) divulgou um Boletim Especial dedicado a este tema chamado “Dinamizadores do Ecossistema de Impacto”. O conteúdo do boletim explora como estas organizações estão “na linha de frente ajudando a resolver desafios complexos” e que, mesmo assim, têm recebido menos atenção do que os negócios e os investidores. Para além da incubação e aceleração, estas organizações, atualmente chamadas de **dinamizadoras**, “criam ou transformam estruturas para que empreendedores e investidores possam cumprir o seu propósito de impacto”. A alteração da nomenclatura é justificada como “um avanço não apenas na compreensão da importância desses atores, mas em seus papéis e atuação” (ICE, 2021).

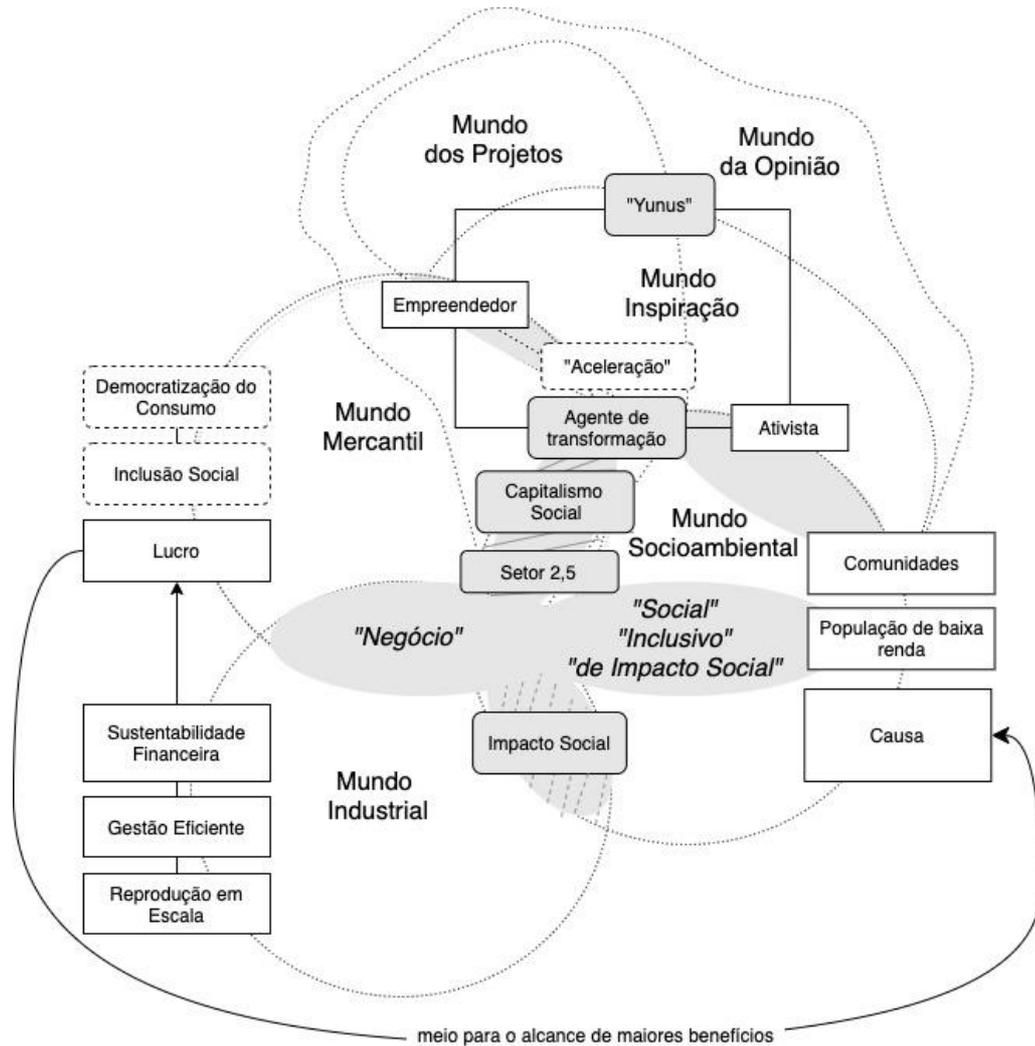
Boltanski e Thévenot (2020, p. 47) discorrem sobre a importância das instituições, ou seres sem corpos, como, “*dispositivos* destinados à tarefa de construir a realidade e a sustentar”, através da ação de “dizer o que é aquilo que é [...] a partir de um ponto de vista superior e totalizante”. Já tendo sido destacado o processo de aceleração como um ***dispositivo compartilhado*** entre o *mundo mercantil e de projetos*, transportado para o “setor 2,5”, seu papel de articulador dessa “rede” de elementos que compõem os NIs parece estabelecer um *compromisso estável* entre estas duas *lógicas*. No entanto, este *compromisso* é

¹²⁶ Apesar do curso ter sido lançado em 2014, a pesquisadora desta tese só teve acesso ao conteúdo do mesmo em abril de 2020.

mediado por elementos compartilhados do *mundo da inspiração* refletido na figura do “empreendedor” e do “ativista”, os “agentes de mudança ou de transformação” neste contexto.

A *figura* de tais agentes (empreendedores) estabiliza o *compromisso* e as passagens entre o *mundo da inspiração* e o *mundo socioambiental* (cívico), que se estabelecem no “ato de levantar dúvidas” no “questionamento”. Descrito por Boltanski e Thévenot (2020, p. 434-435) como o *compromisso cívico-inspirado* este questionamento assume a forma de uma revolta espontânea “canalizada em um movimento revolucionário organizado” aparelhado por “métodos eficazes” de “mobilização”. Esta mobilização é acompanhada pela ação de “expressão da causa”, o processo de revelar as injustiças combatidas, as *denúncias* . Por vezes, o canal escolhido para a divulgação dessas *denúncias* é a mídia, sendo em muitas situações este o único canal que os atores conseguem acessar para alcançar a “opinião pública”. Esta ação move o *compromisso cívico-inspirado* a entrar em *composição com o mundo da opinião* (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2020, p. 427).

Figura 25 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2011-2015



Fonte: Elaborado pela autora.

A figura de Muhammad Yunus é interpretada como um *dispositivo* que ancora o compromisso entre as lógicas socioambiental, da inspiração e de projetos nesta realidade. Tido como um indivíduo “visionário” (*inspiração*) que “colocou em causa” (*cívico-inspirado*) a realidade de seu país e demonstrou a possibilidade de uma alternativa inovadora e “singular” (*inspirado-por projetos*) à problemática social, sua imagem ganhou notoriedade (*opinião*) através da laureação do Nobel da Paz o tornando símbolo deste “novo modo” de empreender socialmente.

A imagem a seguir foi publicada pela Aupa - Jornalismo de Impacto, em uma reportagem com o título “Uma possível história dos negócios de impacto”, em 01 de dezembro de 2019. Pode-se observar que Yunus é a única pessoa incluída na ilustração, juntamente com outros elementos que representam o “setor 2,5” - no

edifício corporativo, a “população de baixa renda” - na casa de madeira com roupas na janela, o “lucro” - nas notas de um dólar, e os “direitos civis” - na Constituição, corroborando a análise realizada no período de 2011 a 2015.

Imagem 3 - Ilustração reportagem especial: Uma possível história dos negócios de impacto



Fonte: MENDES (2019).

Um importante *dispositivo* lançado neste período foi a Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil da Força Tarefa de Finanças Sociais - FTFS (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015). Curiosamente este documento identifica *compromissos* que norteiam os princípios dos NIs, em uma tentativa de esclarecer e solidificar os elementos pertencentes a *mundos* distintos neste, dotando-os com uma identidade própria, característica típica de *objetos compostos*.

Box 1 - Dispositivo institucional: Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil

Dispositivo institucional: Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil da Força Tarefa de Finanças Sociais - FTFS (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015).

Fonte: Dados secundários.

Segundo Boltanski e Thévenot (2020, p. 413), tais *objetos* tornam o *compromisso* mais resistente à crítica, uma vez que “fortalecem a possibilidade de

superar a oposição” entre *princípios* distintos, como por exemplo, missão social (*mundo socioambiental*) e lógica econômica (*mundo do mercado*). A Carta destaca que as organizações que se posicionam como NIs devem adotar os princípios de comprometimento com a missão social e ambiental, com o impacto social e ambiental monitorado, com a lógica econômica e a governança efetiva. O documento indica que o compromisso da missão e impacto social/ambiental seja explicitado através da “Teoria de Mudança” da organização. Sendo que o compromisso com o impacto demonstra que a entidade está investida também em monitorar e reportar seus resultados periodicamente de forma transparente.

O termo “impacto social” ganha destaque entre 2011 e 2015 e é incorporado pelo campo, sendo um *elemento estabilizador* entre a *lógica industrial e socioambiental*. Boltanski e Thévenot (2006; 2020) consideram que a *lógica civil e a industrial* estabelecem muitos *compromissos* na medida em que os *dispositivos industriais*, baseados em esforços organizacionais pautados na eficiência e resultado, garantem a estabilização de rotinas e de manifestações da vontade geral próprias de ações da *lógica civil*. Por outro lado, a *lógica industrial* é considerada oposta à *lógica verde* (THÉVENOT; MOODY; LAFAYE, 2000), por este motivo, na Figura 25, a intersecção que conecta o *mundo socioambiental ao mundo industrial* foi representada com um tracejado pontilhado. Este, ilustra que o acionamento de *seres e dispositivos* pertencentes à *lógica industrial* encontrarão *justificações* que levam ao *compromisso* ou à *denúncia*, dependendo de a *grandeza do argumento* evocado ser próprio da *lógica verde ou civil*.

Em um primeiro momento, pode-se interpretar o termo “impacto social” como próprio da *lógica socioambiental (civil/verde)*, por evidenciar o impacto de longo prazo que o NIs objetiva alcançar, ou seja, quase um sinônimo do termo “missão social”. No entanto, no contexto pesquisado, o termo “impacto social” relaciona-se às “métricas”, “monitoramento” e “reporte” dos resultados atingidos, além da evidenciação de sua relação com a capacidade de “multiplicação”, “ampliação” e “reprodução” “em escala” do benefício social ou ambiental em causa, representando a **eficiência, grandeza própria da lógica industrial.**

Segundo a Carta de Princípios da FTFS (2015), a Teoria da Mudança deve explicitar quais as transformações pretendidas pelo NIs e como estas serão atingidas. O objetivo é que este documento apresente as “hipóteses de transformação social e ambiental, possibilitando a empreendedores, aceleradoras

e investidores ter uma visão concreta e objetiva da lógica e da viabilidade de geração de impacto” do NIs (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015, p. 7). Percebe-se aqui que este conceito fortalece o entendimento do termo “impacto social” como um *objeto de compromisso* entre as *lógicas socioambiental e industrial*.

“*Social Business Canvas*”, “Teoria da Mudança”, “Tese de Impacto” entre outros, são ferramentas bastante consolidadas no ecossistema utilizadas para a modelagem e monitoramento dos empreendimentos de impacto. Por muitos anos, e ainda hoje, eventos, seminários e formações, divulgam estas metodologias para que os NIs desenvolvam seus modelos de negócio, alinhando, monitorando e mensurando objetivos econômicos e sociais. O “*Social Business Canvas*”¹²⁷ começou a ser divulgado pela Yunus Brasil, como uma ferramenta aplicada a descrição, desenho e criação de modelos de negócios sociais. A Ashoka também divulgou sua própria metodologia para impulsionar soluções de impacto social, a chamando de Grow2Impact¹²⁸.

¹²⁷ Citado na reportagem SEMINÁRIO Sustentabilidade do Agora abre inscrições. **Correio 24h**, 5 de julho de 2018.

¹²⁸ Citada na reportagem ASHOKA Brasil cria iniciativa para impulsionar negócios sociais. **Divulgador de Notícias**, 10 de fevereiro de 2017.

Imagem 4 - Publicação da Aupa Jornalismo de Impacto no LinkedIn



Fonte: Aupa Jornalismo de Impacto (2021).

A imagem escolhida para ilustrar a publicação “Legitimidade, Teoria de Mudança e projetos”¹²⁹, reflete a ideia de “metamorfose” provocada em organizações que utilizam a Teoria da Mudança para estruturarem seus projetos de impacto. Esta metodologia auxilia tanto no processo de planejamento como no monitoramento do impacto de um projeto ou empreendimento.

A ideia de “metamorfose” trazida pela publicação também é conveniente para ilustrar como estas ferramentas, com diferentes nomenclaturas e métodos, não foram desenvolvidas exclusivamente para os NIs. Tais metodologias já existiam e com o passar do tempo foram sendo adaptadas e “identificadas” de maneira que absorvessem características que respondessem a diferentes demandas do campo do impacto. Boltanski e Thévenot (2006; 2020) identificam estes dispositivos como *objetos compostos* por serem formados por um conjunto de elementos pertencentes a *lógicas distintas*. Tais objetos são “colocados à serviço” do campo que os formam,

¹²⁹ TRIVELLI, Andressa. Legitimidade, teoria de mudança e projetos. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 24 de setembro de 2021.

dotados de uma identidade própria, servindo como *estabilizadores* do compromisso firmado entre as *lógicas* que o compõem.

A Carta de Princípios da FTFS (2015) também destaca o compromisso dos NIs com a lógica econômica. Sendo que este seria garantido através da sustentabilidade financeira da organização relacionada ao modelo de operação comercial adotado, que ao longo do seu amadurecimento, deve garantir que a entidade não dependa de capital filantrópico para seu equilíbrio financeiro. Argumentos relacionados à necessidade de alcançar a “sustentabilidade financeira”, uma “gestão eficiente”, e a “reprodução em escala” podem ser interpretados como ***dispositivos próprios da lógica industrial***. Estes são evidenciados como elementos fundamentais para que através da “geração de renda” ou “lucro” os NIs cumpram sua missão social e possam alcançar maiores benefícios à causa em questão.

A este respeito, o documento (FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015, p. 9) evidencia três formatos de organizações denominadas “organizações de impacto”, sendo elas: as **organizações da sociedade civil com atividades que geram receita** mas não distribuem lucros; os **negócios sociais com formato jurídico de empresa** que visam o lucro e o reinvestem integralmente no negócio; e, os **negócios de impacto** que, apesar de distribuírem seus lucros com investidores, não tem o retorno sobre o capital investido considerado como um princípio para o negócio. Ou seja, sob esta perspectiva, apesar do NIs apropriar-se da *lógica mercantil* para sua sustentabilidade financeira, o argumento para tal ainda se fundamenta no cumprimento de sua missão social (*mun-do socioambiental*).

Junto à falta de um marco legal específico, a necessidade de os NIs desenvolverem um bom modelo de negócio é considerado um dos principais desafios dessas organizações¹³⁰. Isto porque, a escolha de um modelo de negócio apropriado é crucial para que consigam equilibrar missão social e demandas financeiras para que sobrevivam e continuem crescendo¹³¹.

Muitos empreendedores de NIs relatam que o processo de definição de um modelo de negócio é mais desafiador do que parece ser. A necessidade de conciliar

¹³⁰ EMPREENDEDORISMO social cresce no Brasil: tema será discutido no Fórum Agenda Bahia. **Correio 24h**, 16 de julho de 2018.

¹³¹ SÃO PAULO, como vai seu empreendedorismo social? **Diário do Comércio Empresa Jornalística**, 01 de abril de 2016.

a “criação de duplo valor” (ALTER, 2007) exige dos NIs esforços ancorados em *lógicas* distintas. Neste sentido, entende-se que a competência organizacional dos NIs em gerar retorno financeiro (*value capture*) - ancorada na *lógica industrial e mercantil*, é *tensionada* pela necessidade de criação de retorno social (*value creation*) com o cumprimento de sua missão social ancorada na *lógica socioambiental*. Estudos relativos a empreendimentos sociais e organizações híbridas destacam uma variedade de tensões geradas pela presença de *lógicas* divergentes em um mesmo contexto organizacional (SMITH; LEWIS, 2011; PACHE; SANTOS, 2013; SMITH; GONIN; BESHAROV, 2013; BATTILANA; LEE, 2014; IIZUKA; VARELA; LARROUDÉ, 2015; WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019) mas, em geral, essas *lógicas* tendem a se concentrar entre as esferas do econômico e do social. Neste trabalho, a partir da obra de Boltanski e Thévenot (2006; 2020) buscase ir além, mostrando que há muito mais *lógicas* que se entrelaçam no discurso dos “negócios de impacto” e termos afins.

4.3.2 Desafio do modelo de negócio: “nem mercenário nem missionário”¹³²

Outros estudos (SMITH; LEWIS, 2011; SMITH; GONIN; BESHAROV, 2013; WALCHHÜTTER; IIZUKA, 2019) identificaram as “tensões de desempenho” de empreendimentos híbridos como aquelas, fruto de demandas variadas, oriundas dos diferentes *stakeholders* envolvidos com a organização. Especificamente em relação aos NIs, Walchhütter e Iizuka (2019) entendem que esta tensão exige que os gestores optem ou pela maximização dos resultados financeiros ou pelos resultados sobre os benefícios sociais da organização. Considera-se que esta é a tensão primária dos NIs, envolvendo o cumprimento da missão social e alcance da sustentabilidade financeira por meio de mecanismos de mercado, conhecida também como *trade-off* entre a captura e criação de valor ou criação de valor duplo (ALTER, 2007; SANTOS, 2012).

Apesar das narrativas dos NIs evidenciarem a conciliação da lógica social e econômica como o grande trunfo desses empreendimentos, achados desta pesquisa demonstraram que o *compromisso* entre estas *lógicas* permanece frágil, uma vez que o *princípio* deste “não pode ser relacionado a uma forma de bem

¹³² Fala de Ronaldo Tenório em entrevista para esta pesquisa.

comum constitutiva de uma *cit *” (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2020, p. 412). De acordo com os autores, o *compromisso cívico-mercantil* precisa conciliar tanto a preeminência dos coletivos da *ordem civil* quanto o princípio comum da concorrência da *ordem mercantil*, para atingir a missão social ao mesmo tempo que obt m retorno financeiro para alcançar a sustentabilidade econômica. A manuten o do equilíbrio deste *compromisso* dependerá dos argumentos colocados em *equivalência* para *estabilizar a tensão* entre as *grandezas concorrentes* destes dois *mundos* (civil e mercantil), conforme pode se verificar nos relatos que seguem.

Ralf Toenjes, fundador da ONG Renovatio, iniciou os trabalhos da organiza o distribuindo óculos de grau para pessoas em situa o de vulnerabilidade econômica. No entanto, relata¹³³ que com a crise, provocada pela instabilidade política após o impeachment da presidente Dilma, os recursos diminuíram e, para conseguir manter a opera o, criou a Ver Bem, um negócio social. Com seu sócio, Pedro Ivo, o objetivo inicial da Ver Bem era democratizar o acesso a óculos no Brasil e ao mesmo tempo oferecer emprego, educa o e cultura aos funcionários envolvidos na cadeia de produ o, todos moradores de rua¹³⁴. No entanto, em certo momento, os empreendedores perceberam que solucionar o problema dos funcionários, buscando com a oferta de qualifica o e emprego os reinserir na sociedade e os afastar da situa o de rua e uso de drogas, estava prejudicando o objetivo principal de produzir e distribuir óculos de baixo custo e alta qualidade. O objetivo de “resolver a saúde visual do Brasil” entrava em choque com a vontade de “reintegrar socialmente pessoas em vulnerabilidade”. Os empreendedores perceberam que a **metodologia de duplo impacto** que inspirou o modelo de negócio adotado, apesar de revestida de “um discurso mega bonito [...] **no final do dia não funcionava na prática**”¹³⁵.

Como soluço, os empreendedores resolveram focar na etapa do processo que tinham “mais expertise”, terceirizando a produ o para um projeto similar na Bolívia, e mantendo a opera o no Brasil voltada para a comercializa o dos  culos. A venda de quaisquer óculos na Ver Bem   convertida na doa o de um

¹³³ ONDA de negócios do bem. **O Globo**, 23 de julho de 2017.

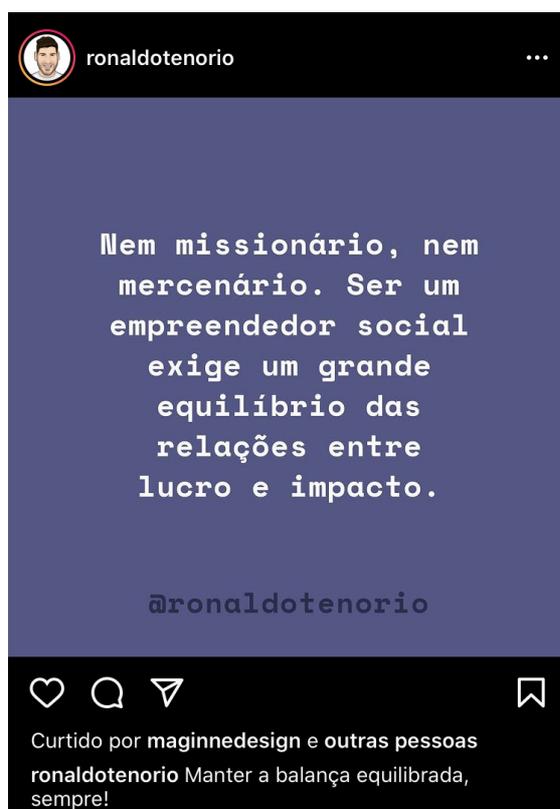
¹³⁴ Relatado no EU ERREI - Ralf Toenjes e Pedro Ivo (VerBem). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹³⁵ Relatado por Ralf Toenjes no EU ERREI - Ralf Toenjes e Pedro Ivo (VerBem). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

outro óculos para quem não tem condições de o adquirir. Para Pedro, **focar na “expertise” do negócio** permitiu aos empreendedores dedicarem “mais tempo para fazer o que a gente realmente sabe”¹³⁶. E assim, a Ver Bem conseguiu expandir e estabilizar sua operação a partir da definição mais clara de seu modelo de negócio.

Ronaldo, da Hand Talk, também descreve que no percurso da organização um dos maiores desafios foi a “tentativa de unir impacto à sustentabilidade financeira, foi o que sempre deixou a gente nessa, nesse **um passo do fracasso, um passo do sucesso**”. O empreendedor descreve que a organização “começou com muito impacto, mas não tinha sustentabilidade, não tinha retorno, e **equilibrar essa balança foi difícil**”. Ao mesmo tempo que estavam recebendo prêmios e muita atenção da mídia, não estavam tendo retorno financeiro. Foi quando o empreendedor percebeu “tem alguma coisa errada aí!”¹³⁷.

Imagem 5 - Postagem no perfil do Instagram de Ronaldo Tenório



Fonte: Ronaldo Tenório (2021).

¹³⁶ Fala de Pedro Ivo no EU ERREI - Ralf Toenjes e Pedro Ivo (VerBem). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹³⁷ Fala de Ronaldo no EU ERREI - Ronaldo Tenório (HandTalk). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

A frase destacada na postagem de Ronaldo, reforça aquilo que foi dito quando questionado sobre como a organização lida com a necessidade de manter a sustentabilidade financeira ao mesmo tempo que cumprir a missão social, o empreendedor respondeu:

eu falo muito entre ser **mercenário ou missionário**, né? Você tem que tomar cuidado para não ficar nos extremos, como sendo um empreendedor social, porque senão o negócio não vai para frente. E foi difícil, foi difícil, consegui provar que o modelo se sustentava, tendo impacto, tendo lucro, né? [...] **foi esse momento da virada, onde eu percebi que, cara, a gente precisava vender isso como uma oportunidade, não como uma ajuda aos surdos** ¹³⁸.

Por serem um negócio de impacto social as organizações com o qual o empreendedor fazia contato para oferecer os produtos da Hand Talk entendiam que como o objetivo da organização era social, como “tava fazendo o bem”, a solução também deveria ser de graça ou teria “que ser na parceria e não podia pagar por isso”. A solução foi “encontrar um modelo de negócio justo”, onde os clientes da Hand Talk cumprem a legislação sendo “acessíveis para mais pessoas”, e, ao mesmo tempo, “os surdos não pagam por isso”. O modelo de negócio adotado foi o Saas - *Software as a Service* - onde um plugin é disponibilizado no site das empresas contratantes e, por meio dele, o site se torna acessível aos surdos através da tradução de seu conteúdo para Língua Brasileira de Sinais (Libras). Além disso, a empresa também possui um aplicativo gratuito que traduz textos ou áudios para Libras, assim como também serve como um dicionário dessa linguagem.

Ronaldo acredita que um dos principais desafios que a Hand Talk enfrentou por ser um negócio social “foi mostrar que a acessibilidade não era filantropia e sim uma oportunidade para as organizações”. Para o CEO, no início do empreendimento **o foco dado na causa social**, na questão da acessibilidade para os surdos, **desequilibrava a balança**. Ronaldo relata que em diversas reuniões comerciais “os caras até saíam chorando das reuniões, me abraçavam, diziam que era excelente o negócio e tal, mas eles talvez não viam que aquilo era uma oportunidade porque a gente não dizia isso para eles”. Percebeu que a solução

¹³⁸ Fala de Ronaldo Tenório em entrevista realizada para esta pesquisa.

desenvolvida pela Hand Talk deveria ser comunicada como uma oportunidade para as empresas, como um produto e não apenas como uma causa.

A mesma problemática foi identificada no relato de outros empreendedores como Mórris Litvak da Maturi e Matheus Cardoso da Moradigna, como pode ser observado a seguir:

Olha, **no começo eu estava muito inserido nesse mundo de impacto social** e tal. Mais uma pegada, assim, muito voltada para o impacto, para resolver o problema e tal. Isso foi bom até um ponto, depois **eu vi que eu tive que me afastar um pouco** desse mundo de abraçar a árvore, né? Brincando. **Porque eu precisava ter um olhar mais de negócios, se eu quisesse que fosse uma coisa sustentável**, porque eu nunca quis que a Maturi fosse uma ONG, né?¹³⁹

A gente executava a reforma e fornecia o financiamento para as famílias terem acesso a esse serviço. E, até 2016 e 2017 a gente atuou nesse modelo, e percebeu que isso era um erro porque basicamente **não tem como assobiar e chupar cana ao mesmo tempo**. Então eram dois negócios muito complexos que a gente queria entregar em um único produto. Só quando a gente começou a executar 25 reformas por mês, que a gente viu que não vale a pena, que **a conta não fechava**. Acho que foi um momento muito crítico, de perceber que tinha errado, [...] de tentar **abraçar o mundo** numa solução para o nosso cliente. Foi nesse momento que a gente percebeu que **não era viável financeiramente o modelo de negócio**¹⁴⁰.

As *evidências* destacadas nos relatos dos empreendedores - “não tem como assobiar e chupar cana ao mesmo tempo”, “a conta não fechava”, “eu tive que me afastar um pouco”, “eu precisava ter um olhar mais de negócios”, “a gente precisava vender isso como uma oportunidade”, “no final do dia não funcionava na prática” - demonstram que o *compromisso* necessário entre o *mundo socioambiental* - representando o cumprimento da missão social - e dos *mundos industrial e mercantil* - ser uma organização eficiente e capaz de se sustentar e gerar lucro, não poderia ser alcançado se o modelo de negócio das organizações ficasse ancorado apenas em uma destas *lógicas*. Afinal, **“os negócios de impacto não deixam de ser negócios por serem de impacto”**¹⁴¹ e para isto precisam de modelos de negócio que funcionem.

¹³⁹ Fala de Mórris Litvak, fundador da Maturi em entrevista concedida para esta pesquisa.

¹⁴⁰ Fala de Matheus Cardoso, fundador da Moradigna em: EUERREI - Matheus Cardoso (Moradigna). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹⁴¹ Fala de Leonardo Letelier da Sitawi no painel “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto” apresentado no **Fórum Impacta Mais** em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

A expressão “nem missionário, nem mercenário” de Ronaldo Tenório, evidencia que um *acordo* entre estas *lógicas*, no caso da Hand Talk, foi necessário para que a organização conseguisse ter seu “momento de virada” ao perceber que precisavam “vender isso como uma oportunidade”. Ou seja, a *lógica mercantil* teve que ser acionada para que a organização pudesse cumprir com seu objetivo social ao mesmo tempo que ter sucesso empresarial. O mesmo pode ser visto na fala de Mórris Litvak, que relata ter tido que se afastar um pouco da *lógica socioambiental* para poder ter um “olhar mais de negócios”. Boltanski e Thévenot (2020, p. 412) explicam que para que uma *controvérsia* - causada pela *tensão entre lógicas divergentes* - não tenha que ser sustentada em apenas um *mundo*, os envolvidos entram em um acordo que promova uma composição entre estas. Apesar da situação ainda permanecer “composta” e gerar certo desconforto, o conflito é evitado enquanto as partes envolvidas mantiverem “uma disposição intencional orientada para o bem comum”. Ou seja, apesar dos empreendedores terem que acionar separadamente as *lógicas mercantil e socioambiental* para que a organização possa operar de maneira a alcançar a sustentabilidade financeira, sendo lucrativa, o *bem comum* que justifica esta ação permanece ancorado na *lógica socioambiental* mantendo o *compromisso* estabelecido sem disputa.

No entanto, esse *compromisso* “permanece frágil”, entre outros motivos, por não permitir a ordenação das pessoas de acordo com uma *grandeza* própria. Assim os seres contidos neste *compromisso* mantêm o seu pertencimento nos *mundos* originais. Uma forma de diminuir a fragilidade desse *compromisso* é pavimentar no campo entendimentos próprios, ou seja, formular *termos* desse *acordo* que possam ser aceitos por todos (BOLTANSKI, THÉVENOT, 2020, p. 412). Um exemplo, são os *termos do acordo* das características necessárias para ser um empreendedor social de sucesso.

Desde o período de 2016 a 2017 a história pessoal dos empreendedores é mobilizada como **argumento que justifica o engajamento** destes às causas sociais que motivam seus negócios. A disseminação dos negócios de impacto no Brasil, a partir dos processos de aceleração oferecidos pelas organizações intermediárias, se apoiou em grande medida na narrativa pessoal dos empreendedores de NIs de “sucesso”, ou os “cases de sucesso”, como se pode observar na postagem apresentada a seguir.

Imagem 6 - Publicação da Artemisia na rede social LinkedIn



Fonte: Artemisia (2021).

A imagem anterior apresenta uma postagem da organização Artemisia, divulgando um livro em comemoração aos seus 15 anos de atuação, que apresenta uma coletânea de histórias de empreendedores sociais “que ousaram questionar o *status-quo*”, descritos como “pessoas que estão transformando realidades e criando futuros para o país”. Algumas das organizações desta coletânea - Gastromotiva, Geekie, Hand Talk, Vivenda, Banco Pérola, Diáspora.Black e outros - também tiveram a história de seus fundadores relatada nas notícias analisadas neste estudo.

Falas como de Alceu Medeiros da Brotei; Ralf Toenjes da Ver Bem; Luís Coelho da Empreender aí; Ronaldo Tenório da Hand Talk; e Mórris Litvak da Maturi, apresentadas a seguir, são alguns exemplos de como as vivências pessoais dos empreendedores são acionadas para *justificar* a abertura dos seus negócios.

Eu, bom, eu trabalho, estudo, assim, acabei entrando na **área de tecnologia** que é, enfim, **a minha escola, é o meu ganha pão**. Mas **a minha turma sempre foi das questões mais ambientais e coisas que pudessem ser feitas para trazer algum tipo de melhoria contínua na nossa sociedade**. E eu sempre vi, na verdade, o empreendedorismo,

não como um uma coisa, assim, muito dinheirista. Sempre foi pra mim **uma forma de desenvolver solução para problemas**¹⁴².

Eu não tinha condição na época de poder estudar, eu fiz Direito na USP, Economia e Administração com bolsa da Fundação Estudar, do próprio Insper. Então, **eu queria retribuir e causar impacto social de alguma maneira**¹⁴³.

Eu fui bolsista pelo Prouni, a Jennifer também foi. Acho que lá eu tive essa primeira noção de como é diferente a vida de alguém com mais grana e com menos grana. [...] **Eu tive a oportunidade de conhecer isso, eu quero levar essa oportunidade para os meus também**¹⁴⁴.

Eu fazia Ciência da Computação na universidade, estava indo para Comunicação Social, e, eis que na primeira aula de Comunicação Social teve um desafio de criatividade para inventar um produto. **Foi ali que surgiu a idéia de unir essas duas paixões [Computação e Comunicação Social] para poder ajudar as pessoas de alguma forma.** O que me motivou foi sempre, assim, ter independência, empreender, **tá na minha veia, tá na veia da minha família**¹⁴⁵.

Eu **queria algo com mais propósito, né?** Que desse mais sentido para mim, porque depois da venda da empresa, eu percebi que não era o dinheiro que me movia. E aí, **alguns pontos foram se ligando, primeiro um trabalho voluntário** que eu fiz numa casa de repouso, [...] e em 2013, **faleceu, minha avó, mãe do meu pai, que foi minha grande inspiração**¹⁴⁶.

Boltanski e Thévenot (2006; 2020) esclarecem que a legitimidade da “ação revolucionária” ou “mobilização” (*compromisso cívico-inspirado*) se apoia na “experiência vivida” dos atores em sua “tomada de consciência” do fato gerador da revolta. Nos relatos apresentados, experiências pessoais, tais como a oportunidade de ter estudado com bolsa de estudos; ter conhecido outra realidade através dos estudos; utilizar seus conhecimentos para ajudar outras pessoas, e empreender levando adiante uma tradição familiar; empreender inspirado pelos exemplo de um membro familiar ou com base em uma vivência passada, são *experiências particulares* acionadas pelos empreendedores para *justificar* a vontade de empreender seus negócios em prol de objetivos coletivos específicos. Estando então, na “tomada de consciência”, a partir da “experiência vivida” (*lógica inspirada*), a motivação para empreender como forma de “reivindicação” de um *bem comum*

¹⁴² Fala de Alceu Medeiros, fundador da Brotei em entrevista concedida para esta pesquisa.

¹⁴³ Fala de Ralf Toenjes, fundador da Ver Bem, em: EU ERREI - Ralf Toenjes e Pedro Ivo (VerBem). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹⁴⁴ Fala de Luís Coelho, fundador da Empreende Aí, em: EU ERREI - Luís Coelho e Jennifer Rodrigues. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹⁴⁵ Fala de Ronaldo Tenório, co-fundador da HandTalk em entrevista concedida para esta pesquisa.

¹⁴⁶ Fala de Mórris Litvak, fundador da Maturi em entrevista concedida para esta pesquisa.

coletivo (lógica civil) a estabilização do compromisso firmado entre estes dois mundos. Por este motivo, a figura do empreendedor social é considerada tão relevante na narrativa dos NIs, por estabelecer um dos termos do acordo fundamentais para o compromisso cívico-mercantil.

4.3.3 Desafio do Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional: “ah demorei tanto, demorei tanto né? Que a empresa engoliu a vida pessoal”¹⁴⁷

Na *lógica dos projetos*, a grandeza que se destaca é o “empenho”, o “saber engajar-se”, “envolver-se plenamente” em um projeto (*estado de grande*) (BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2020, p. 143). Neste sentido, a palavra “engajamento”, na Figura 26, foi posicionada entre os *mundos do projeto, da inspiração e da opinião* por representar um **dispositivo** fundamental na *lógica de projetos, transportado* e agenciado na narrativa dos NIs nestas outras duas *lógicas*. Boltanski e Chiapello (2020, p. 468) esclarecem que as práticas empresariais no *mundo dos projetos* contestam “a divisão entre as atividades e as qualidades que são da ordem do pessoal e as que são da ordem profissional”. Este argumento pode explicar o agenciamento das histórias pessoais dos empreendedores no *mundo da opinião* pela mídia e pelas aceleradoras como fonte de *inspiração* a ser validada e partilhada por todos, assim como pode explicar a denúncia de muitos empreendedores quanto à necessidade de sacrificarem elementos de estabilidade pessoal para que seus empreendimentos possam prosperar.

Ronaldo, CEO e fundador da Hand Talk, ao narrar um pouco da história que o levou até a fundação da organização¹⁴⁸, relata que quando recebeu o primeiro investimento no projeto, após um processo de aceleração, trabalhava em outro empreendimento próprio, uma agência de comunicação. Mas, resolveu vender a agência após o investimento pois “acreditava muito no potencial de impacto que ele [o projeto Hand Talk] tinha”. O empreendedor também enfatiza que “mesmo **recebendo muito menos, mesmo com muito risco**” decidiu investir no projeto por ver que nesta missão “os pontos se uniram no momento em que eu consegui unir tecnologia e comunicação para ajudar as pessoas”. Pode-se perceber nessa narrativa o acionamento do *estado de decadência (a queda) da lógica mercantil* -

¹⁴⁷ Fala de Otavio Pinheiro, fundador da Redação Online, em: EU ERREI - Otavio Pinheiro (Redação Online). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

¹⁴⁸ Relato dado em entrevista para esta pesquisa.

“mesmo recebendo muito menos”, assim como da *lógica industrial* - “mesmo com muito risco”, unidos como elementos de sacrifício para que a *grandeza do compromisso cívico-inspirado* - “nessa **missão** [...] consegui unir tecnologia e comunicação **para ajudar as pessoas**”, fosse acionada. Ou seja, a *forma de investimento da lógica civil*, através da renúncia do interesse particular imediato e a luta por uma causa coletiva, quando em *compromisso com a lógica da inspiração*, é manifestada pela capacidade do indivíduo criar algo como forma de expressão da sua causa, neste caso, um projeto ou empreendimento (BOLTANSKI, THÉVENOT, 2020).

Esta *forma de investimento da lógica civil* também é relatada por outros empreendedores de NIs. Mórris Litvak, da Maturi, manifesta os sacrifícios pessoais que fez em prol da organização na fala a seguir:

Eu fui muito, muito persistente, né? Uma coisa que eu acho que eu aprendi com o meu pai da outra empresa, que também começou do zero. **Só que eu não planejei muito bem, achei que logo já ia tá ganhando dinheiro, então acabei tendo que vender carro, alugar apartamento, e um monte de coisa, né?** Dividir casa, para poder dar conta disso¹⁴⁹.

Da mesma forma, Otavio Pinheiro, da Redação Online, compartilha que, sem perceber, sua vida pessoal foi profundamente afetada pelas atividades da organização, como se pode observar no relato a seguir:

O momento que eu percebi que realmente a gente tinha errado muito, e foi um momento muito forte, foi quando a minha esposa falou assim, “puxa vida cara, vamos ter filho? ”, e eu “**não, não, eu tenho muita coisa para fazer, eu tenho que carregar a empresa nas costas**, tenho que fazer isso, aquilo, lá lá”, e enrolando bastante. Cara e foi assim, muito impactante quando ela engravidou de gêmeos e perdeu. Falei “ah demorei tanto, demorei tanto” né? Que **a empresa engoliu a vida pessoal**¹⁵⁰.

Boltanski e Chiapello (2020, p. 156) explicam que no *mundo dos projetos* “o acesso ao *estado de grande* pressupõe o sacrifício de tudo que possa entrar a disponibilidade, ou seja, a capacidade de engajar-se”. Achados do estudo de Barbalho e Uchoa (2019) corroboram esta análise e evidenciam o papel das organizações intermediárias na divulgação destes sacrifícios como próprios da

¹⁴⁹ Fala de Mórris Litvak, fundador da Maturi em entrevista concedida para esta pesquisa.

¹⁵⁰ Fala de Otavio Pinheiro, fundador da Redação Online, em: EU ERREI - Otavio Pinheiro (Redação Online). **Aupa Jornalismo de Impacto**, 21 de fevereiro de 2020.

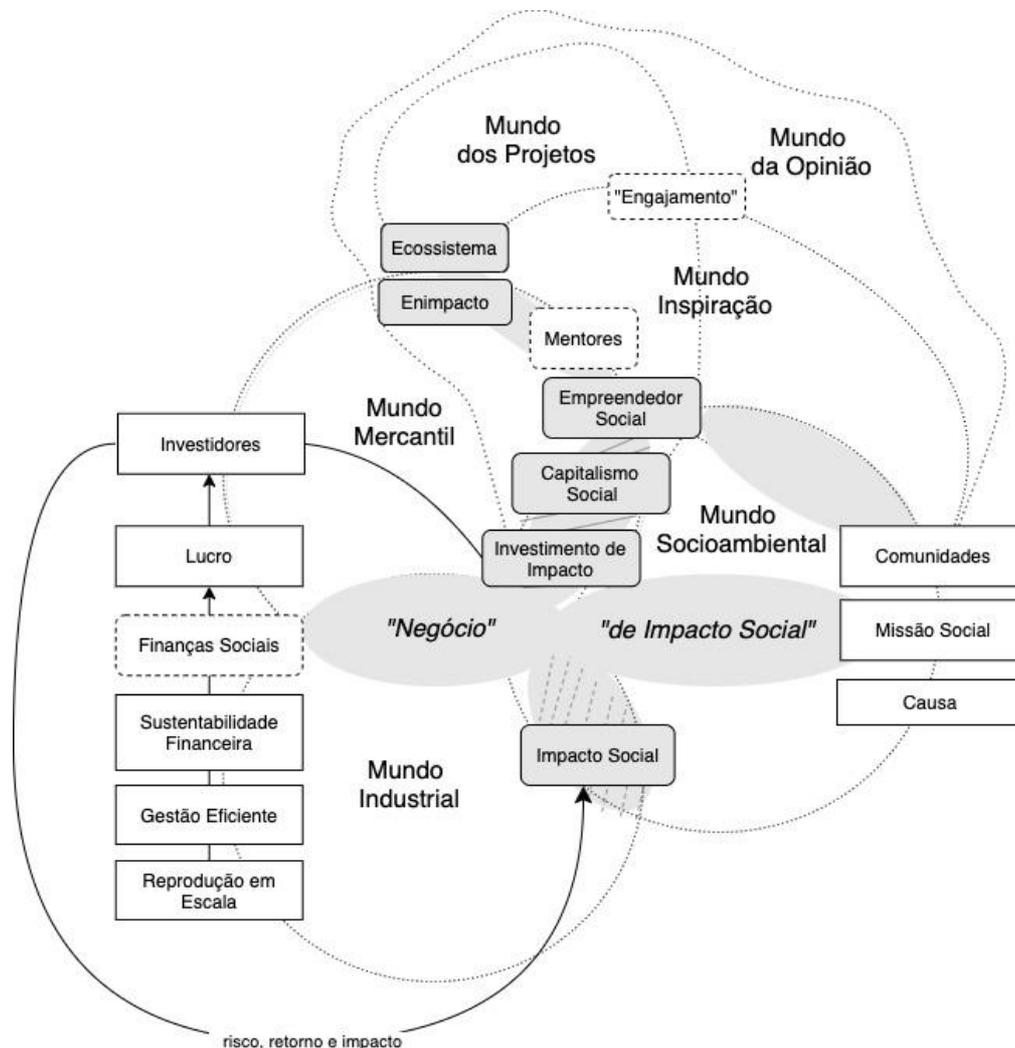
figura dos empreendedores sociais. Os autores evidenciam um texto publicado pela Artemisia¹⁵¹, que buscava dar dicas aos empreendedores sociais de como deveriam agir para construírem uma **carreira com significado**. A primeira dica da publicação enfatizava: “**não separe o profissional do pessoal**” - *lógica dos projetos* - edificando a *figura* do empreendedor social como “aquele que une o **comprometimento com uma causa [lógica civil]** com **habilidades técnicas** e profissionais [*lógica industrial*]”; a segunda dica destacava: “**não tenha medo do futuro [lógica dos projetos]**”, desvalorizando a necessidade de estabilidade em prol da capacidade destes em assumir riscos. A análise dos autores vai além, e destaca ainda que o texto enfatiza que as capacidades descritas anteriormente tornavam o empreendedor uma pessoa “extraordinária”, diferente dos demais, ancorando tantos sacrifícios na necessidade “de seguir suas vocações, **suas paixões, seus sonhos**, explorar suas habilidades” [*lógica da inspiração*] (BARBALHO; UCHOA, 2019, p. 166).

Neste sentido, justifica-se o posicionamento do termo “engajamento” na Figura 26 - deslocado da sua posição original no *mundo civil*, para a interseção entre os *mundos da inspiração, opinião e de projetos* - representando a importância de seu agenciamento por atores intermediários - como as aceleradoras e a mídia - para a divulgação e legitimação da *figura* dos empreendedores sociais como indivíduos singulares. Entende-se que caracterizados desta maneira, a *figura* dos empreendedores de NIs de sucesso, foi agenciada como propagadora deste novo modelo de negócio, revelando que o “engajamento” destes com suas causas e organizações é uma *grandeza* que os diferencia dos demais empreendedores.

No entanto, é pertinente destacar que, diferentemente dos *seres do mundo da inspiração* que encontram sua criatividade e singularidade em um processo individual recolhido em sua interioridade, a criatividade e o processo de inovação dos *seres do mundo dos projetos* relaciona-se ao número e qualidade dos elos, ou seja, é repartida com a participação de diferentes atores da rede a que pertencem. Isto porque neste *mundo* “o grande não é somente aquele que sabe engajar-se, mas também aquele que é capaz de engajar os outros [...] porque inspira confiança, é carismático, sua visão produz entusiasmo” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020, p. 147).

¹⁵¹ Publicado em 05 de janeiro de 2015.

Figura 26 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2016-2017



Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo Boltanski e Thévenot (2020, p. 416) a construção de entendimentos sobre termos, de maneira que estes sejam aceitos por todos os envolvidos em uma situação específica, é necessária para pavimentar um *compromisso* estabelecido entre as partes. Utilizando como exemplo a Inglaterra, Teasdale (2012) demonstrou este processo em seu estudo, descrevendo como diferentes atores do país expandiram o significado do termo "*social enterprise*" buscando competir por atenção política e recursos. A definição ampla do termo, neste caso, foi utilizada como uma ferramenta política para a inclusão de diferentes formas organizacionais que afirmavam ser uma "*social enterprise*".

Percebe-se que no Brasil, após a criação da Enimpecto - Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto, em 2017, o termo "negócio de impacto" é

adotado pelo Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto buscando unificar o entendimento do termo neste campo e em todo território brasileiro. Neste sentido, na Figura 26, a Enimpecto é evidenciada como um *objeto de compromisso* devido ao seu papel na busca de *estabilização das tensões* em relação ao reconhecimento legal dos NIS no Brasil.

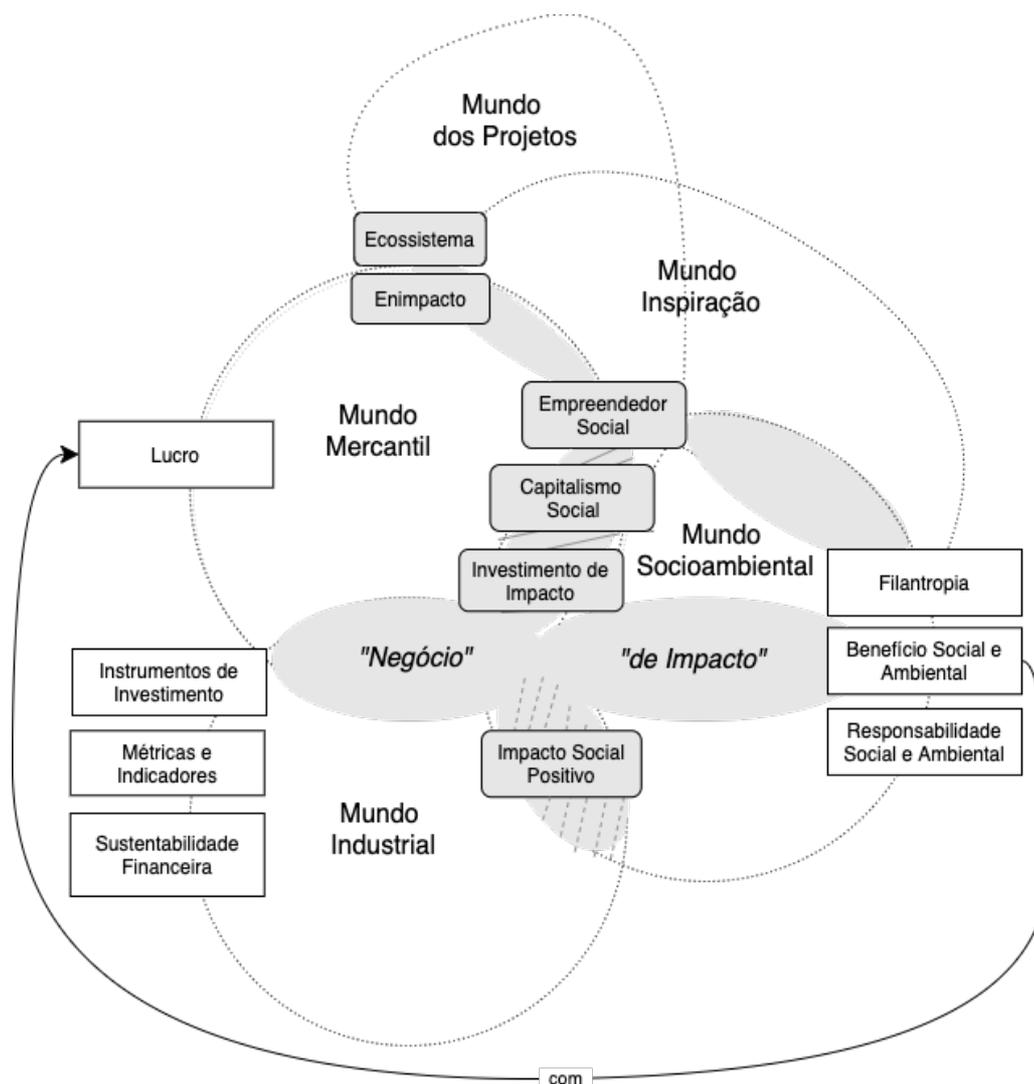
Box 2 - Dispositivo jurídico: Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017

Dispositivo jurídico: Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017 - Institui a Enimpecto e cria o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto.

Fonte: Dados secundários.

O Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017, criou o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto e oficialmente instituiu a Enimpecto. No Decreto os **negócios de impacto** foram definidos como “empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável”; os **investimentos de impacto** como “mobilização de capital público ou privado para negócios de impacto”; e, as **organizações intermediárias** como “instituições que facilitam, conectam e apoiam a conexão entre a oferta e a demanda de capital” (BRASIL, 2017).

Figura 27 - Transporte e Compromissos entre grandezas NIs 2018-2019



Fonte: Elaborado pela autora.

Com muitos compromissos já estabelecidos ao longo do tempo, percebe-se que a Figura 27 apresenta menos elementos que as representadas nos períodos anteriores. No entanto, esta “falta” de elementos parece revelar a estabilização das tensões e o ajustamento destes em dispositivos e objetos próprios do campo em observação.

Não se pode deixar de observar que, com a instituição da Enimpecto, o termo “finanças sociais”, comumente utilizado pelo campo após a criação da Força Tarefa de Finanças Sociais (FTFS) pelo ICE, em maio de 2014, foi substituído pelo termo “investimento de impacto”. As publicações analisadas até 2019 não chegam a debater sobre as diferenças entre os termos, mas, se pode observar uma busca de alinhamento do campo em relação a estes como, por exemplo, a alteração do nome

da Força Tarefa de Finanças Sociais para Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto. Por este motivo, o termo “investimento de impacto” é apresentado na Figura 27 como um *objeto de compromisso* entre a *lógica socioambiental e mercantil*, sendo que o termo “finanças sociais”, antes transportado da *lógica civil (socioambiental)*, foi excluído da Figura que representa as publicações da época, na medida em que deixa de ser utilizado amplamente pelo campo.

Ao mesmo tempo que se vê a substituição da utilização do termo “finanças sociais” por “investimento de impacto”, o termo “filantropia” volta a ser acionado em diversas reportagens¹⁵² devido aos resultados de uma pesquisa realizada pelo Sebrae que identificou que o termo “impacto social” era fonte de dúvida para a distinção entre NIs, filantropia e responsabilidade social. Como também já mencionado anteriormente, em diversas publicações os NIs são diferenciados da filantropia e das ONGs¹⁵³ por “não se sustentarem de doações”¹⁵⁴, por se tratar de organizações que representam a “evolução do capitalismo”¹⁵⁵ e não a “evolução da filantropia”¹⁵⁶.

No entanto, nota-se que o termo “filantropia” também é mencionado junto ao debate dos “investimentos de impacto”, inicialmente através do termo “investimento filantrópico”¹⁵⁷. Tal termo foi utilizado por Rogério Oliveira, fundador da Yunus Negócios Sociais Brasil, para descrever o modelo de fundo de investimento adotado pela entidade. Uma reportagem da Aupa¹⁵⁸ denuncia a tensão entre os NIs e a “efetividade da filantropia”, destacando que a relação entre estes dois elementos é mútua. A reportagem também cita a provocação feita pelo escritor Anand Giridharadas, em seu livro *Winners take all: the elite charade of changing the world*, sobre a existência de fato de “uma transformação partindo do topo da pirâmide social” ou apenas “uma falsa filantropia moderna”, impulsionada nas pautas do

¹⁵² NEGÓCIO de impacto social é pouco conhecido no Brasil. **Folha de São Paulo**, 7 de maio de 2018.

¹⁵³ CONCEITO é diferente de filantropia. **O Estado de São Paulo**, 11 de março de 2019.

¹⁵⁴ SÉRGIO Moro participará de evento em Salvador. **Correio 24h**, 9 de agosto de 2018.

¹⁵⁵ EDITAL seleciona 20 iniciativas de impacto em cultura para aceleração. **Folha de São Paulo**, 15 de junho de 2018.

¹⁵⁶ RODRIGUES, Robson. Todas as pessoas possuem potencial para empreender. **Folha de São Paulo**, 27 de abril de 2015.

¹⁵⁷ O EMPREENDEDOR que convenceu a Ambev a abrir mão do lucro. **Exame Online**, 12 de dezembro de 2017.

¹⁵⁸ PATROCÍNIO, Fernanda. Uma possível história dos negócios de impacto. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 01 de dezembro de 2019.

ecossistema de impacto em prol da “manutenção do *status quo* da elite econômica” (PATROCÍNIO, 2019).

A advogada do Sistema B, Raquel Karam, no Seminário Internacional de Impacto¹⁵⁹ evidencia que

A cada nova iniciativa [*relacionada aos NIs*] vem um novo nome também, de impacto socioambiental, de impacto positivo, de impacto social, quer dizer a mesma coisa? Sim, a intenção é dizer a mesma coisa. Mas **à medida que a gente vai mudando e inovando na nomenclatura a gente vai também esvaziando esse conceito**. E como a gente precisa construí-lo, solidificá-lo, isso não é recomendado.

Na sua opinião, por se tratar de um “novo segmento econômico” é preciso que a nomenclatura e terminologia relacionada ao campo seja definida e mantida por “todos no ecossistema”. Este **acordo**, em encontrar uma “designação aceitável” é descrito por Boltanski e Thévenot (2020, p. 416) como “**o esforço para superar a tensão entre os termos do compromisso**” estabelecido entre diferentes *lógicas*. Ou seja, pode-se perceber pelas *denúncias* mencionadas anteriormente que, apesar de *dispositivos* como o “Capitalismo social” e “investimentos de impacto” serem acionados para sedimentar o *compromisso* dos NIs com a *lógica socioambiental e do mercado*, quando outros termos como “filantropia” e “finanças sociais” são agenciados como *instrumentos* de uma *lógica* a qual não pertencem - neste caso a *lógica mercantil* - a *tensão* entre os *mundos* volta a emergir e ser denunciada por atores do ecossistema.

4.3.4 Desafio do Reconhecimento Legal: “Enquanto o ecossistema cresce, os conceitos vão se aprimorando e os termos se moldando. Vale ressaltar, porém, que o debate sobre os formatos jurídicos permanece”¹⁶⁰

Esta declaração feita por Luciano Gurgel, gestor da área de investimentos da Yunus Negócios Sociais Brasil, reforça que a “falta de um marco legal específico”¹⁶¹¹⁶² continua a ser apontada como um desafio dos NIs. Um estudo da

¹⁵⁹ Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do Seminário Internacional de Impacto ocorrido em 1 de dezembro de 2020.

¹⁶⁰ PATROCÍNIO, Fernanda. Uma possível história dos negócios de impacto. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 01 de dezembro de 2019.

¹⁶¹ NEGÓCIOS de impacto social precisam de legislação específica, dizem debatedores. **Agência Senado**, 03 de outubro de 2019.

¹⁶² EMPREENDEDORISMO social cresce no Brasil. **Correio 24h**, 16 de julho de 2018.

Endeavor Global¹⁶³ sobre o ecossistema empreendedor para negócios sociais aponta o reconhecimento legal como “imprescindível para o bom funcionamento do ecossistema”, auxiliando aos NIs na definição de suas atuações, na garantia de seus direitos e no processo de networking dos empreendedores.

Além do Decreto 9.244, pode-se destacar outros *dispositivos* jurídicos relevantes para a busca de legitimidade dos NIs como:

- Lei Estadual nº 10.483, de 04 de fevereiro de 2019: institui a Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social (Rio Grande do Norte);
- Decreto nº 9.977, de 19 de agosto de 2019: dispõe sobre a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto e o comitê de Investimentos e Negócios de Impacto;
- Lei Estadual nº 8.571, de 16 de outubro de 2019: institui a Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social (Rio de Janeiro);
- Projeto de Lei Estadual nº 1.409 de 12 de dezembro de 2019: institui a Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social (Paraíba);
- Portaria ME nº 1.704, de 21 de janeiro de 2020: designa os membros do Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto;
- Lei Estadual nº 23.672 de 03 de julho de 2020: estabelece princípios para a Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Social e dispõe sobre as ações do Estado voltadas para o fomento dos negócios de impacto, bem como dos empreendimentos afetados pela pandemia de Covid-19 (Minas Gerais);
- Lei Distrital nº 6.832, de 26 de abril de 2021: dispõe sobre a Estratégia Distrital de Investimentos e Negócios de Impacto (Distrito Federal);
- Lei Estadual nº 17.271, de 21 de maio de 2021: estabelece princípios e diretrizes para realização de Investimentos e Negócios de Impacto, bem como dos empreendimentos afetados pela pandemia de Covid-19 (Pernambuco);

¹⁶³ Estudo da Endeavor Global citado na publicação: SÃO PAULO, como vai seu empreendedorismo social? **Diário do Comércio Empresa Jornalística**, 01 de abril de 2016.

- Lei Estadual nº8.471, de 26 de julho de 2021: institui a Política Estadual de Investimentos e Negócios de Impacto Socioambiental (Alagoas)

O que fica evidente é que a criação da Enimpecto, assim como a instituição de Políticas Estaduais de Investimentos e Negócios de Impacto, foi um grande avanço para a legitimidade dos NIs no país. No entanto, o campo ainda denuncia outras medidas que precisam ser tomadas em relação ao seu ambiente normativo e institucional.

4.3.5 Desafio da Articulação: Ativar o ecossistema fortalecendo a participação governamental

[...] tem sido um desafio enorme ativar esse ecossistema, que é um ecossistema nascente, né? Mas, sobretudo com o poder público, articulando órgãos públicos para se envolverem nessa agenda¹⁶⁴

O desafio da articulação governamental é denunciado pelo Coordenador da Enimpecto, Lucas Ramalho Maciel, na citação anterior. Segundo ele, o Estado pode atuar no fomento a agenda de impacto de três formas, cumprindo seu **papel de regulador** (1), aprovando e publicando normas e políticas; **fomentando** (2), aprovando recursos e incluindo o debate na agenda pública; e, atuando como **comprador** (3), incluindo os negócios de impacto nas concorrências de compras públicas.

Para melhor discutir as *críticas* ao desafio da articulação, uma ação precisa ser destacada, a proposta de elaboração de um marco legal dos NIs, em forma de Projeto de Lei (PL) pelo senador Rodrigo Cunha. Uma consulta pública, em seu website¹⁶⁵, ficou aberta de abril a maio de 2021 à participação e envio de contribuições em relação aos onze artigos do PL em construção. No que se refere à *denúncia* de “falta de articulação”, buscou-se analisar os argumentos relacionados a tal *denúncia* feitas pelo campo, junto à análise dos artigos propostos pela PL do Senador Rodrigo Cunha em relação aos comentários que, de alguma forma,

¹⁶⁴ Fala de Lucas Ramalho Maciel, coordenador da Enimpecto, no Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do **Seminário Internacional de Impacto** ocorrido em 1 de dezembro de 2020.

¹⁶⁵ A primeira etapa da consulta pública ficou aberta do dia 27 de abril de 2021 até o dia 11 de maio de 2021, no site: www.rodrigocunha.org/negocios-de-impacto/

expressaram uma *crítica* ou discordância com o texto proposto, manifestando um *desacordo ou questionamento crítico* sobre aspectos dos NIs.

Box 3 - Artigo 1º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre as **atividades econômicas de relevante impacto social**.

Parágrafo único. Esta Lei se aplica às esferas federal, estadual, distrital e municipal, exceto em relação aos aspectos tributários, que devem ser objeto de regulamentação de cada ente federativo.

Fonte: Dados secundários.

As sugestões de ajuste do artigo primeiro da PL, que propuseram uma nova redação para este, sugeriram a substituição do termo “atividades econômicas de relevante impacto social” para “negócios de impacto social e/ou ambiental”, ou “investimentos e negócios de impacto”. Reitera-se nesta expressão a ação instintiva ou deliberada de utilização de **termos já acomodados entre as lógicas mercantil e socioambiental**, como forma de sedimentar o *acordo* instituído pelo campo.

O comentador, Ecosistema NISA Alagoas, por exemplo, reforça este *acordo* destacando que a proposição do termo “atividades econômicas de relevante impacto social” afasta-se “dos princípios de Negócios de Impacto Socioambiental **confundindo o conceito** NIs/NISA com Responsabilidade Socioambiental”. Da mesma forma, Rachel Karam, sugere “**ajustes de nomenclatura** para usar os termos já definidos em Decreto Federal 9977/2019 e Leis que instituíram Políticas Estaduais de Negócios e Investimentos de Impacto (RN, RJ, MG)”, assim como, a necessidade “[do marco legal] se **alinhar com a Enimpecto** na criação de uma **proposta normativa que origine um Sistema Nacional**, temporariamente designado Simpecto”.

Além disso, a necessidade de “**inclusão de entidades** como ICE e a Aliança pelo Impacto, Sebrae, Sistema B e outras entidades da sociedade civil interessadas na avaliação para discussão geral do tema e do projeto de lei”¹⁶⁶, e a apresentação do “debate sobre **qualificação das Sociedades de Benefício**”¹⁶⁷ foram manifestadas pelos participantes. Tais reivindicações indicam o **mundo de objetos, sujeitos e dispositivos estáveis, já submetidos à avaliação** do ecossistema

¹⁶⁶ Comentário do consultor externo, Matheus Atanam.

¹⁶⁷ Comentário de Lucas Ramalho Maciel do Ministério da Economia.

sobre os quais se apoiam esforços de convergência que minimizam pontos de *tensão* latentes entre diferentes *lógicas*, que se não ajustados, podem desestabilizar os *acordos* previamente estabelecidos.

Destaca-se nos comentários, a **distribuição de grandeza** manifestando as desigualdades entre os *estados dos sujeitos* envolvidos no campo. Rachel Sampaio, consultora independente do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), manifesta que diversos pontos do artigo devem ser debatidos “com **organizações que já vêm tratando do tema**, tanto na esfera política (especialmente a Enimpecto) como técnica (como, por exemplo, o LAB de Inovação Financeira, dentre outros)”. Representando a Mattos Filho Advogados, Juliana Furini, em seu comentário evidencia a **atuação da entidade no campo “há 10 anos”**, tendo, neste período, visto “**o tema atrair novos atores**, tal como o I. Senador”. Apesar do comentário ser finalizado com a parabenização da iniciativa do Senador, em propor tal PL, se observa a oportunidade da ocasião para manifestar o *estado de grandeza* daqueles que estão inseridos nos debates deste campo há mais tempo, manifestando o *estado superior* dos *seres do mundo doméstico*, a superioridade “hierárquica”, neste caso, temporal.

Os **dispositivos mobilizados**, na realização de *comprovações* dos *argumentos de justificação* dos desacordos sobre o artigo primeiro, foram: os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU; a Enimpecto; o Simpecto - Sistema Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto; a qualificação das Sociedades de Benefícios; o Decreto Federal 9.977/2019; e, as Políticas Estaduais de Negócios e Investimentos de Impacto (RN, PB, RJ, MG), além de entidades e sujeitos como: o LAB de Inovação Financeira; o ICE - Instituto da Cidadania Empresarial; a Aliança pelo Impacto; o Sebrae; e, o Sistema B.

Box 4 - Artigo 2º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs

Art. 2º Consideram-se como **relevante impacto social**:

- I – a geração de atividade profissional ou econômica em áreas de população predominantemente de baixa renda e o fortalecimento do empreendedorismo, inclusive mediante a prestação de serviços financeiros;
- II – a promoção de atividades relevantes à conservação ou à restauração do meio-ambiente;
- III – a criação de produtos ou serviços úteis a facilitar a acessibilidade das pessoas com deficiência;
- IV – a melhora da educação e a difusão cultural;
- V – a melhora de indicadores de saúde e de saneamento básico;
- VI – o aperfeiçoamento do sistema de segurança pública, em caráter preventivo ou repressivo;
- VII – o combate à pobreza e à marginalização;
- VIII – a melhora da qualidade de vida da população, especialmente dos mais necessitados;
- IX – outros critérios congêneres definidos em regulamento.

Parágrafo único. Os negócios de impacto social que prestem serviços financeiros sujeitam-se às normas do Sistema Financeiro Nacional.

Fonte: Dados secundários.

O segundo artigo buscou delimitar as **áreas de “relevante impacto social”**, resultando em 27 comentários e sugestões que destacaram aspectos negligenciados pelo artigo proposto.

Alguns comentários sugeriram a inclusão dos “serviços financeiros” nos termos da Lei nº 13.636/2018; “agricultura sustentável”; “geração de energia limpa”; “atividades de Economia Circular e Criativa”; “afroempreendedorismo”; “igualdade de gênero”; “facilitadores para implementação de NIs”; “promoção de direitos humanos”; “melhoria da qualidade de vida da população, especialmente dos mais vulneráveis”; “promoção de desenvolvimento local”; “criação de produtos ou serviços úteis a facilitar a acessibilidade das pessoas com deficiência”; “melhora da educação e difusão cultural”; entre outros aspectos, muitos destes relacionados aos respectivos ODSs que os representam.

Entre as sugestões, Gilberto Ribeiro de Oliveira Filho argumenta que o acionamento da Lei nº 13.636/2018, que dispõe sobre o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), sugerida como orientadora para definir os serviços financeiros de impacto, não seria suficiente para abarcar “todos os desafios de inclusão financeira no Brasil”, sendo que os NIs “podem trabalhar pagamentos, transações, seguros e outras formas de crédito” não contemplados no PNMPO.

Assim, como no artigo anterior, o segundo artigo foi **denunciado por não apresentar o conceito de NIs de forma clara ou de acordo com outros dispositivos já existentes**. Em relação a esta conceituação, a definição da Aliança pelo Impacto; a publicada na Lei nº 8.571, de 16 de outubro de 2019, do Rio de Janeiro; da Enimpecto; e, a apresentada pelas demais Estratégias Subnacionais, são apresentadas como contribuições relevantes “para desambiguações”¹⁶⁸ e alinhamento com “os conceitos já existentes nas demais legislações sobre o tema”¹⁶⁹, incluindo a definição das estruturas jurídicas possíveis para este formato de negócio.

A tarefa de listar aquilo que poderia ser considerado de impacto social foi descrita como uma “**tarefa infinita**”¹⁷⁰, indo **na contramão da tendência internacional** de “não definir ‘impacto’ em lei ou estabelecer lista ‘exaustiva ou exemplificativa’ [...] por se tratar de um conceito juridicamente indeterminado, amplo e universal”¹⁷¹.

O artigo quarto, da PL do marco legal dos NIs, aberto para consulta pública pelo Senador Rodrigo Cunha, determina que

o Poder Público deve estimular sociedades, empresários individuais ou profissionais liberais que desempenhem atividades econômicas de relevante impacto social, **inclusive mediante concessão de incentivos fiscais**.

O texto proposto foi considerado “bastante genérico”¹⁷² por não apresentar quais benefícios fiscais seriam contemplados ou as “alterações [*necessárias*] nas leis tributárias federais e demais entes federativos”¹⁷³ para sua instituição.

Alguns participantes da consulta pública sugeriram a “possibilidade de **redução de juros em empréstimos** para empresas que se mostrem de responsabilidade ambiental reconhecidas pela sociedade civil organizada”¹⁷⁴; a “**isenção de impostos** nos primeiros três anos” de atividades do NIs¹⁷⁵, o **incentivo** para que “grandes empresas possam contratar negócios de impacto e que o

¹⁶⁸ Comentário de Inessa Laura Salomão do ITESS/CEFET-RJ.

¹⁶⁹ Comentário de Lucas Ramalho Maciel do Ministério da Economia.

¹⁷⁰ Comentário de Leonardo Letelier da SITAWI.

¹⁷¹ Comentário de Rachel Karm do Grupo Jurídico B.

¹⁷² Comentário de Fábio Deboni da CIAT/Biodiversity Alliance.

¹⁷³ Comentário de Matheus Atanam, consultor externo.

¹⁷⁴ Comentário de Jorge Sutareli da OPEAL.

¹⁷⁵ Comentário de Maira.

impacto gerado nesta **contratação** seja incorporado aos indicadores da empresa contratante¹⁷⁶; o “apoio através de **tarifa especial** nos impostos¹⁷⁷; o reconhecimento dos NIs “através do **CNAE**”¹⁷⁸ - Classificação Nacional de Atividades Econômicas; e, “a participação dos NIs nas **compras governamentais**”¹⁷⁹. Liliane Linhares do Ciclo Reverso destaca que “para dar conta do trabalho que fazemos temos que nos valer de cinco CNAES e mesmo assim naquelas modalidades não especificadas anteriormente”, demonstrando como a falta de uma regulamentação específica aos NIs é um dificultador para o funcionamento de sua organização.

A manifestação dos atores do campo é contra-argumentada por dois representantes especializados na ordem técnica legislativa. O comentário de Juliana Furini, do Mattos Filho Advogados, concorda com o papel do “poder público” para o estímulo do **ecossistema de impacto**, salientando **o imperativo** deste no “**desenvolvimento de uma sociedade justa e menos desigual**”. No entanto, em sua opinião, a instituição de “incentivos fiscais, quando aplicável, deve se dar de forma específica, a partir de estudos e levantamentos que indiquem a real necessidade e benefício das instituições de referidos incentivos”. Para Rachel Karam, “o ideal seria **primeiramente regulamentar os negócios de impacto**, aguardar eles se consolidarem [*para então*] avaliar a real necessidade de benefícios fiscais”.

A ideia de que os NIs “são acusados de tentar **substituir o papel do Estado**” foi apresentada, no Fórum Impacta Mais, em junho de 2021, em um painel denominado “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto”¹⁸⁰. Este painel foi organizado no formato de “*mock trial*”, uma sessão de julgamento judicial simulada, com a presença de todos os elementos necessários, tais como, juiz, promotor, advogado de defesa e de acusação, testemunhas, e, neste caso, os NIs como réu.

Entre outros elementos, a “advogada de acusação”¹⁸¹, ao apresentar o caso contra os NIs, levanta a questão

¹⁷⁶ Comentário de Liliane Linhares do Ciclo Reverso.

¹⁷⁷ Comentário de Liliane Linhares do Ciclo Reverso.

¹⁷⁸ Comentário de Liliane Linhares do Ciclo Reverso.

¹⁷⁹ Comentário do Ecossistema Nisa Alagoas.

¹⁸⁰ Painel apresentado no **Fórum Impacta Mais**, em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

¹⁸¹ Representada por Tatiana Assali da Sitawi.

Se o objetivo não é substituir, mas sim, complementar o papel do Estado, de que forma negócios e investimentos de impacto têm inspirado os governos e as políticas públicas a endereçar e priorizar esse tão falado Impacto socioambiental positivo?

Sobre este assunto, uma reportagem da Aupa¹⁸² também propõe reflexões sobre o papel do Estado no oferecimento de acesso a serviços que garantem direitos aos cidadãos, destacando que “por mais escalável que seja o negócio de impacto, **difícilmente um serviço ofertado por uma empresa com fins lucrativos poderá atender às pessoas sem restrições**”.

Sobre o tema, Ilana Trombka¹⁸³, membro da Enimpecto e Diretora-geral do Senado Federal, destacou que a formulação de políticas públicas é “atínente ao Governo e ao Estado”. No entanto, a implementação seria “um papel difuso”, que dado as características do Brasil, deve ser compartilhada com outros entes. Neste sentido, para Ilana, “não há substituição, nem tampouco concorrência [*entre os NIs e o Estado*], há cooperação”. Seu argumento fundamenta a **atuação cooperativa** em linha com os conceitos da política nacional e dos ODS.

Considera-se que, a grande *tensão* dos NIs é *estabelecer a equivalência* entre as *ordens de grandeza mercantil e socioambiental (civil)*, que legitimam seu modo e objetivo próprio de fazer negócios. Apesar da narrativa que vêm sendo construída em relação à efetividade dos NIs, o papel do Estado e a articulação dos NIs com este ainda não está *estabilizada*. Tal *tensão* pode ser observada na reportagem da Aupa¹⁸⁴, referida anteriormente, no ponto em que declara entender que qualquer ação que objetive solucionar problemas socioambientais, “sem uma visão crítica sobre o papel do Estado [...] se torna, no mínimo, **ingênua**”.

Viu-se na discussão, em relação ao papel da articulação do Estado para o fortalecimento e legitimidade dos NIs, que a **ação cooperativa**, própria da *ordem civil*, é mobilizada como fundamental em comparação à **concorrência** (*ordem*

¹⁸² LIMA, Paula Pompeu Fiuza. Negócios e investimentos de impacto e a ingenuidade de não se falar em direitos, **Aupa Jornalismo de Impacto**, 14 de julho de 2021. Disponível em: <https://aupa.com.br/negocios-e-investimentos-de-impacto-e-a-ingenuidade-de-nao-se-falar-em-direitos/>

¹⁸³ Fala proferida no Painel: Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto, no **Fórum Impacta Mais**, 24 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

¹⁸⁴ LIMA, Paula Pompeu Fiuza. Negócios e investimentos de impacto e a ingenuidade de não se falar em direitos, **Aupa Jornalismo de Impacto**, 14 de julho de 2021. Disponível em: <https://aupa.com.br/negocios-e-investimentos-de-impacto-e-a-ingenuidade-de-nao-se-falar-em-direitos/>

mercantil). No entanto, apesar da constante *tensão* entre *social e mercantil*, o argumento da **efetividade** dos NIs, em comparação com a capacidade do Estado em responder às demandas públicas, ancora-se na “agilidade” e “capacidade” de detectar necessidades e criar “possibilidades inovadoras”, capazes de “qualificar e complementar as ofertas públicas”¹⁸⁵, *grandezas* próprias da *ordem industrial*. No entanto, questiona-se o quanto apenas os componentes de *comprovação* de “eficiência” (*ordem industrial*) serão suficientes para a *estabilização do acordo* entre *ordens* com *grandezas* tão distintas como a *mercantil e a civil*.

Ainda no âmbito da regulação, três iniciativas são destacadas como positivas para o fortalecimento dos NIs¹⁸⁶: o Contrato de Impacto Social (CIS); as Sociedades de Benefício; e, a regulação dos Fundos Patrimoniais.

Box 5 - Dispositivo técnico/legal: Projeto de Lei do Senado nº388/2018

Dispositivo técnico/legal: Projeto de Lei do Senado (PLS) nº388/2018 - dispõe sobre o Contrato de Impacto Social (CIS)

Fonte: Dados secundários.

A primeira das iniciativas, a criação do Contrato de Impacto Social (CIS), ou *Social Impact Bonds*, como são conhecidos internacionalmente, foi apresentada pelo Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018. Neste, o CIS foi definido como

o acordo de vontades por meio do qual uma entidade pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, se compromete a atingir determinadas **metas de interesse social**, mediante pagamento de contraprestação do poder público, **condicionada à verificação**, por agente independente, do **atingimento dos objetivos** (BRASIL, 2018).

Como pode ser observado na definição trazida pela PL 338/2018, o pagamento dos CIS está diretamente relacionado com a **comprovação de atingimento das metas** estabelecidas pela entidade. Na justificativa do projeto, o tema é apresentado por Vera Monteiro e André Rosilho salientando que

¹⁸⁵ PRADO, Maurício. Empreendedorismo Social. **DCI - Diário Comércio, Indústria & Serviços**, 19 de outubro de 2017.

¹⁸⁶ Destaque feito por Lucas Ramalho Maciel, coordenador da Enimpecto, no Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do Seminário Internacional de Impacto ocorrido em 1 de dezembro de 2020.

O CIS quer **ampliar as possibilidades de engajamento da iniciativa privada em projetos sociais para além dos limites da benemerência**. Quer atrair para projetos sociais de interesse público atores privados que não têm interesse em fazer filantropia. A ideia é que esses **sujeitos (que visam primordialmente ao lucro)** passem a enxergar em projetos sociais verdadeiras **oportunidades de negócio**, incorporando-os a seus portfólios. O objetivo do CIS é viabilizar, no Brasil, investimentos de impacto social. É **atrair capital privado que busca retorno financeiro** via projeto público com potencial para gerar impacto social efetivo (BRASIL, 2018, p. 6).

As premissas deste instrumento de investimento são: o impacto social positivo; o retorno financeiro ao investidor privado; e, a economia ao Poder Público (BRASIL, 2018, p.7). Apesar do CIS ser abordado no artigo quinto, da PL do marco legal dos NIs, aberto para consulta pública pelo Senador Rodrigo Cunha, os comentários dos participantes da consulta convergem para a extinção do artigo e o tratamento dos CIS em legislação específica.

A segunda iniciativa considerada positiva para a melhoria do macroambiente normativo dos NIs, seria a qualificação das Empresas de Benefício, ou *Benefit Corporations*, como são conhecidas internacionalmente. Este debate está relacionado à já mencionada necessidade de o **ordenamento jurídico brasileiro reconhecer o “impacto positivo”** para além de apenas o “impacto neutro”, ou seja, o não causar danos.

Tal iniciativa, promovida pelo Sistema B e o Grupo Jurídico B, como uma ação da Enimpecto, propõe a possibilidade dos **tipos jurídicos** existentes no ordenamento brasileiro **se qualificarem como Empresas de Benefícios**, ao comprovarem três elementos obrigatórios em seus documentos constitutivos: expressarem o impacto social e ambiental positivo que pretendem alcançar em seu objeto social; vincularem à governança de suas entidades à realização do impacto; e a prestação de contas anual em formato de relatório de impacto (ENIMPACTO, 2019).

O artigo sexto da PL, aberto para consulta pública pelo Senador Rodrigo Cunha, propôs que ao invés de uma qualificação, os NIs fossem **certificados** como “Sociedades de Benefícios Sociais”, como pode ser observado no texto apresentado na Box 6.

Box 6 - Artigo 6° - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs

Art. 6° As sociedades, **independentemente do tipo societário**, podem ser certificadas como “Sociedades de Benefícios Sociais” pelo Poder Público, **desde que sua atividade principal, além da econômica, objetive gerar relevante impacto social**.

§ 1° Expedido o certificado, deve ser acrescentado ao final do nome empresarial da sociedade a expressão “BS”.

§ 2° Desde que haja autorização no estatuto ou no contrato social, todas as sociedades, inclusive as anônimas, podem destinar parte de seu faturamento para o desempenho de atividades de relevante impacto social, independentemente da obtenção futura de lucros.

§ 3° As Sociedades de Benefícios Sociais devem publicar em sítio na internet relatório anual do impacto social real ou presumido de suas atividades, sem prejuízo de outras obrigações societárias estabelecidas em Lei.

Fonte: Dados secundários.

O artigo foi considerado “um dos mais controversos”¹⁸⁷ do PL, uma vez que o **processo de certificação estatal** seria “caro, ineficiente e burocrático”¹⁸⁸. Como solução, o **caminho da qualificação foi sugerido** e aprovado no âmbito do Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto.

Nota-se que, para além da falta de consenso entre as modalidades de certificação e qualificação, o artigo ao introduzir a possibilidade de certificação “às sociedades, **independentemente do tipo societário**, [...] desde que sua **atividade principal, além da econômica, objetive gerar relevante impacto social**”, evidencia a *tensão* permanente de não reconhecimento claro de que os NIs, apesar de desenvolverem atividades econômicas, objetivem primariamente o impacto positivo. Tal fato representa o argumento fundamental para a legitimidade deste modelo de negócio. Dois comentários evidenciam esta *tensão*, o primeiro é o de Rachel Karam, ao entender que o “instrumento [*apresentado é*] **incompatível** com o **propósito de preservação da autonomia econômica e social**, [*além da*] inclusão do **impacto social e ambiental positivo** como **inerentes à atividade empresarial**”¹⁸⁹. O segundo, de Liliane Linhares, ao destacar a *tensão*, já bastante debatida, de que os termos do artigo “colocam os Negócios de Impacto como ONG”, não auxiliando para dirimir “uma das maiores dificuldades dos NIs”, a necessidade de continuamente precisarem explicar que “**não é ONG que é negócio**”.

¹⁸⁷ Comentário de Lucas Ramalho Maciel, do Ministério da Economia.

¹⁸⁸ Comentário de Lucas Ramalho Maciel, do Ministério da Economia.

¹⁸⁹ Comentário de Rachel Karam do Grupo Jurídico B.

Esta mesma *tensão* se manifesta nos artigos seguintes, sétimo, oitavo e nono, que propõem ajustes em outros *dispositivos* legais para acomodarem as especificidades das Sociedade de Benefícios Sociais.

Box 7 - Artigos 7º/8º/9º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs

Art. 7º O Poder Público deve formular políticas públicas de incentivos às Sociedades de Benefícios Sociais.

Art. 8º O art. 109 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, passa a vigorar com a seguintes redação:

“Art. 109.

I – participar dos lucros sociais, ressalvado o § 4º;

§ 4º As Sociedades de Benefícios Sociais, regidas por lei específica, podem **optar por não distribuírem lucros**, com a finalidade de maximizar o impacto social de suas atividades.” (NR)

Art. 9º Os arts. 1.008 e 1.822 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1.008. É nula a **estipulação contratual que exclua qualquer sócio de participar dos lucros e das perdas**, exceto nos casos de Sociedades de Benefícios sociais, regidas por lei específica.” (NR)

Art. 1.822.....

§ 1º

§ 2º Se os bens incorporados ao domínio público forem dinheiro, devem ser preferencialmente utilizados nos programas de estímulo às atividades de impacto social.” (NR)

Fonte: Dados secundários.

A “falta de maturidade jurídica”¹⁹⁰ sobre a Sociedade de Benefícios no Brasil e o conteúdo “vago”¹⁹¹ dos artigos representam maiores “entraves regulatórios”¹⁹², mais que esclarecimentos sobre a atuação dos NIs, demonstrando inadequação da forma como os artigos foram concebidos.

Já a terceira iniciativa, destacada como fundamental para o fortalecimento dos NIs, trata da regulação dos Fundos Patrimoniais, ou *endowments*. Estes são

conjuntos de ativos de natureza privada instituídos, geridos e administrados pela organização gestora com o intuito de constituir fonte de recursos de longo prazo, a partir da preservação do principal e da aplicação de seus rendimentos (BRASIL, 2019).

¹⁹⁰ Comentário de Gilberto Ribeiro de Oliveira Filho da Vox capital

¹⁹¹ Comentário de Pedro Caetano Marinho Araújo.

¹⁹² Comentário de Rachel Karam do Grupo Jurídico B.

A Lei nº 13.800, de 04 de janeiro de 2019, autorizou a administração pública a firmar instrumentos de parceria com organizações gestoras de fundos patrimoniais. Nesse sentido, as organizações apoiadas devem estar relacionadas à educação, ciência, tecnologia, pesquisa e inovação, cultura, saúde, meio ambiente, assistência social, desporto, segurança pública, direitos humanos e **demais finalidades de interesse público** (BRASIL, 2019).

Uma das vantagens desta iniciativa legislativa é a garantia de maior segurança jurídica aos atores que atuam no setor, uma vez que, a partir desta, os Fundos Patrimoniais ganham uma figura jurídica. Para Lucas Maciel¹⁹³, a iniciativa permitirá que os NIs se beneficiem destes recursos - privados e filantrópicos, assim como institutos e fundações poderão investir nos NIs sem que ambos percam imunidade tributária oferecendo **maior segurança jurídica para os investimentos de impacto**.

O assunto, no entanto, apesar de estar inserido na narrativa dos NIs como um todo, não se aplica como uma oportunidade aos NIs com fins lucrativos. Aline Viotto, coordenadora de *advocacy* do GIFE, declara que, na opinião da entidade, o modelo regulamentado pelos Fundos Patrimoniais será “mais útil para as instituições públicas do que para as privadas”, sendo que “quando falamos de negócios de impacto, tratamos de organizações privadas, por isso tende a atingi-los um pouco menos¹⁹⁴”.

Fabiani et al. (2019) esclarecem que a legislação dos Fundos Patrimoniais limita a destinação dos rendimentos para instituições públicas ou privadas *sem fins lucrativos*. No entanto, segundo os autores, “dentro o *pool* de investimentos do Fundo Patrimonial pode haver uma parcela voltada para os investimentos de impacto”, motivo pelo qual a Enimpecto acompanhou a edição da Lei nº 13.800 e apoia o processo de regulamentação da tributação dos Fundos pela Receita Federal (FABIANI et al., 2019, p. 34).

Sem especificar o tipo de organização que se beneficiará com o instrumento, a diretora- presidente do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

¹⁹³ Destacado por Lucas Ramalho Maciel, coordenador da Enimpecto, no Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do **Seminário Internacional de Impacto**, 1 de dezembro de 2020.

¹⁹⁴ ROMAN, Victoria. Quem ganha com a regulamentação dos fundos patrimoniais? **Aupa Jornalismo de Impacto**, 26 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://aupa.com.br/fundos-patrimoniais/>.

(IDIS)¹⁹⁵ manifesta que este trará também “impacto positivo no mercado de capitais, [uma vez que] os *endowments* são investidores que trazem capital permanente, ‘paciente’ e com maior apetite para inovação”.

Considerando a análise específica das reivindicações e fundamentações dos atores, em seus comentários na consulta pública proposta pelo Senador Rodrigo Cunha e demais dados apresentados neste tópico, foi possível identificar interesses revelados em suas argumentações através dos *dispositivos* e *sujeitos mobilizados* nas *justificações*.

Críticas manifestadas em forma de sugestões apontam anseios dos atores em relação à utilização de termos já estabelecidos pelo campo em outros *dispositivos*. Há, nesse sentido, uma preocupação em relação à confusão ainda aparente entre o conceito de NIs e outras forma de manifestações de organizações preocupadas com o impacto positivo, como, por exemplo, as “Empresas B”¹⁹⁶ e “ONGs”. A “distribuição de lucros” como regra¹⁹⁷ para a identificação dos NIs, dada como elemento essencial para sedimentar a distinção destes das OSC’s, e a necessidade de ampliação das áreas consideradas de impacto relevante, foram apontados como elementos sensíveis no processo de legitimidade dos NIs.

Percebe-se que **o conceito de NIs apresentado pela Aliança pelo Impacto**, ao ser continuamente acionado como exemplo de conceito estável a ser seguido, pode ser **identificado como um *dispositivo estável***, convocado a atuar no processo de **teste ou comprovação** das *justificações* já estabilizadas. Da mesma forma está a reivindicação de inclusão de entidades inseridas no campo há mais tempo, no processo de construção do marco legal, manifestando a **superioridade “hierárquica”**, do *mundo doméstico*, como um *estado superior* das **entidades “precursoras”** do debate sobre os NIs no país.

O debate quanto à regulação dos Contratos de Impacto Social e dos Fundos Patrimoniais, em especial, abre caminho para o próximo desafio ecossistêmico observado no campo, a criação de mecanismos financeiros de aceleração para os NIs.

¹⁹⁵ Opinião manifestada por Paula Fabiani, na publicação de ROMAN, Victoria. Quem ganha com a regulamentação dos fundos patrimoniais? **Aupa Jornalismo de Impacto**, 26 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://aupa.com.br/fundos-patrimoniais/>.

¹⁹⁶ Comentário de Gilberto Ribeiro de Oliveira Filho da Vox Capital.

¹⁹⁷ Comentário de Liliane Linhares do Ciclo Reverso.

4.3.6 Desafio dos Mecanismos Financeiros de Fomento: Será que de fato têm sobrado recursos?

A gente ouve algumas pérolas do tipo ‘ah sobra recurso, tem capital disponível e faltam bons projetos’. ‘Ah não tem pipeline qualificado’, ‘não tem bons negócios prontos para receber investimento’. Será que não? Será que de fato têm sobrado recursos?’¹⁹⁸

A capacidade dos NIs se sustentarem financeiramente, e ainda cumprirem com as suas missões sociais e ambientais, é o argumento central em defesa da efetividade deste formato de organização em comparação às organizações de cunho puramente social. A narrativa dos investimentos de impacto há muito se fundamenta no crescimento e quantidade de recursos disponíveis aos NIs¹⁹⁹ em todo o mundo. No entanto, estudos (SEBRAE, 2013; GONÇALVES, 2017; SEBRAE, 2017; MATHIAS; SANTOS, 2019; CECCHINI, 2020) e atores do campo apontam que no contexto nacional o acesso a recursos financeiros “ainda é o principal entrave” do segmento²⁰⁰.

Achados do estudo de Gonçalves (2017) corroboram o fato de que o acesso e volume de capital, o contexto brasileiro e o amadurecimento dos negócios e dos investimentos de impacto são denunciados pelos atores do campo como os **principais desafios em relação ao ecossistema** nacional de NIs e investimentos de impacto. Os prejuízos deste desafio são sentidos tanto pelos NIs, principalmente em suas fases iniciais, como pelas aceleradoras, como observado no comentário de Célia Cruz, diretoria executiva do ICE

Embora, no Brasil, haja avanços nos investimentos em negócios de impacto, **o contexto não é tão animador como se imagina**. “O setor está crescendo. A infraestrutura está sendo construída tão rapidamente quanto necessária? Não. **Os bancos ainda não têm produtos suficientes**, para isso a oferta de negócios precisa aumentar. **E por causa disso, as aceleradoras morrem na praia [...]** (MENDES, 2018)

Quatro anos após os achados de Gonçalves (2017), a questão continua latente. A **falta de instrumentos financeiros de financiamento específicos** aos

¹⁹⁸ DEBONI, Fábio. Impacto na Encruzilhada. Episódio 4: Incômodos de Impacto. **Podcast**, 8 de abril de 2020.

¹⁹⁹ PALHANO, André. Novos empreendedores aliam atuação social e busca pelo lucro. **Folha de São Paulo**, 5 de outubro de 2010.

²⁰⁰ MAIS de um terço dos negócios precisa atrair até R\$200 mil. **CE Notícias Financeiras**. 23 de julho de 2017.

NIs, como “*blended finance* e co-financiamento do poder público com a iniciativa privada”, é denunciada por Lucas Ramalho Maciel²⁰¹, da Enimpecto, como um aspecto do ecossistema que precisa ser melhorado. Junto a esta crítica, a **necessidade de uma política de editais mais ampla e agilidade para a constituição de fundos de impacto** compõem as demandas de oferecimento de recursos para o fomento do setor.

A falta de acesso a recursos também foi denunciada no “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto”²⁰², apresentado no Fórum Impacta Mais em 2021. A denunciante, da falta de efetividade dos NIs, Tatiana Assali da Sitawi, interpretando a “promotora” do caso, argumentou que não existem provas de que os “empreendedores que estão começando hoje [2021] com investimentos de impacto, têm acesso a mais recursos financeiros”. Levanta, assim, o questionamento sobre se “bons negócios com rentabilidade e escala vão conseguir recursos simplesmente por serem negócios de impacto? ”. Em defesa aos NIs, seu “advogado”, representado por Diogo Quitério, da Aliança pelo Impacto, apresentou como testemunha Filipe Borsato, representante do BNDES. Este, destacou o **“potencial de crescimento” de produtos financeiros** destinados aos NIs, mas afirmou que comparativamente ao cenário internacional, **o volume de recursos nacionais para este fim continua a ser pequeno.**

O público que estava assistindo ao “julgamento” levantou uma questão à “testemunha”, que foi inquirida pela “juíza do caso”. O questionamento *denuncia* que “o BNDES, infelizmente, ainda tem **enormes barreiras para o acesso ao fluxo de capital para as startups**”. Nesta situação, percebe-se que o ator BNDES é questionado, quanto à sua legitimidade ou *status de grandeza*, em relação à questão do acesso ao crédito aos NIs.

Em defesa da entidade, Filipe, invocou o histórico do BNDES em “linhas de apoio em torno de grandes projetos” relacionados a questões ambientais e culturais; à capitalização em fundos gestores privados que investem em *startups*; e, ao **programa de aceleração** BNDES Garagem, em sua segunda edição, destinado a negócios de impacto. No entanto, um participante do público reage e declara: "o

²⁰¹ Destacado por Lucas Ramalho Maciel, coordenador da Enimpecto, no Painel 1: Ambiente normativo e institucional dos negócios de impacto: como estamos? do **Seminário Internacional de Impacto**, ocorrido em 1 de dezembro de 2020.

²⁰² Painel apresentado no **Fórum Impacta Mais**, em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

problema é a necessidade de passar por outro processo de aceleração. Passamos por 1 da SHELL e 1 da Prefeitura de BH e Biominas²⁰³. Pode-se perceber que a reação do participante *denuncia* que **a oferta de processos de aceleração não supre ou é considerada uma *figura* que solucione a problemática do acesso a recursos financeiros.**

Desde 2004, os **programas de aceleração** ganharam destaque em todo o território nacional e foram fonte de grande disseminação dos NIs. Tais programas foram analisados como elementos do *mundo dos projetos*, por seu papel de **mediação** na oportunização do **estabelecimento de redes e elos** entre empreendedores, mídia e atores das entidades de suporte. No entanto, apesar desta *figura* ser transportada para o *mundo mercantil* sem resistência, a *lógica dos projetos* e a *lógica mercantil* exigem *dispositivos de justificação* diferentes, uma vez que “a ação dos que têm sucesso num mundo em rede está relativamente livre das provas mercantis” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020, p.166). Ou seja, os processos de aceleração não têm o objetivo de acionar um processo concorrencial entre os participantes, mas sim munir estes de conexões que possam auxiliá-los a desenvolverem e fortalecerem seus empreendimentos. Sendo assim, o acionamento do BNDES Garagem, no *argumento de justificação* da entidade, em resposta à denúncia de falta de recursos destinados aos NIs, origina uma **reivindicação ou momento crítico**. Na medida em que **o estado de valor** das pessoas (BNDES) e *dispositivos* (BNDES Garagem), envolvidos na situação, são considerados injustos, o *teste de realidade* é invocado pelo denunciante, na tentativa de revelar o *valor do dispositivo* acionado na *justificação* como impróprio por pertencer a um *mundo* diferente daquele que é o ‘balizador’ da situação.

A narrativa de **mobilização de capital para os investimentos de impacto** também foi acionada para o debate do acesso à captação de recursos no evento mencionado. O advogado de defesa dos NIs convocou Leonardo Letelier, da Sitawi, como testemunha das evidências de “facilidade ou dificuldade” dos investidores mobilizarem capital para o campo de impacto. Em resposta ao questionamento, a testemunha mobiliza a *grandeza* de dois grupos distintos de investidores. Aqueles que “querem primeiro o impacto” (**seres grandes**), **pessoas mais “conectadas**

²⁰³ Comentário de André Tozello, em resposta ao comentário de Daniela Arantes que manifestou: “A segunda edição do BNDES Garagem será todo voltado para startups de impacto”.

com o termo [*impacto*]; e aqueles que querem “tudo igualzinho, só que com impacto” (*seres pequenos*), pessoas **sujeitas ao “verniz de impacto”**.

Em defesa ao “pequeno volume” de capital disponível aos NIs, o empréstimo coletivo é acionado como exemplo de *instrumento* de sucesso, no processo de *justificação*. Sua *grandeza* foi apoiada na “agilidade”, cada vez maior, com que as rodadas de investimentos têm levado para serem concluídas, como pode-se observar na fala a seguir:

A gente fez quatro rodadas de empréstimo coletivo, com tamanhos variados, mas todos por volta de um até dois milhões. A primeira [*rodada*] demorou 52 ou 54 dias para fechar; a segunda demorou um dia, 24 horas; a terceira, demorou duas horas; a quarta, demorou 90 minutos²⁰⁴.

Dois participantes do público reagiram aos argumentos da testemunha, um deles, Célia Cruz, declarou: “Leo (Sitawi arrasando!!!): Adorei este dado: 1a rodada 52 dias, 2a rodada: 1 dias, 3a rodada: 2 horas, e 4a rodada: 90 min!!!!”. E Silvia Zanotti Magalhães levantou a questão: “Sim, está mais difícil investir nas rodadas do que conseguir um investidor anjo?!?!”.

Nesta cena específica, percebe-se que o debate de acesso a recursos dos NIs baseado nas “**rodadas de investimentos**”, **não manifestou nenhum desacordo ou reivindicação**. Ambas as *grandezas dos seres* acionados - *grandes e pequenos* - ancoravam-se no *mundo dos projetos*, enquanto o *dispositivo* “**empréstimo coletivo**”, apesar de ser um instrumento que permite a movimentação de recursos econômicos entre as partes envolvidas, relaciona-se a uma troca “coletiva”, onde um conjunto de pessoas dispõem-se para oferecer recursos a um objetivo comum, representando para Boltanski e Thévenot (2006; 2020) uma *forma de investimento da lógica civil*. Por último, o público aciona os “**investidores anjos**”, atores que nesta situação podem ser dotados da *grandeza que já havia sido exposta* por Leonardo. Desta forma, o *conjunto de pessoas e objetos* apresentado estavam conectados entre si, e apesar de *mundos* distintos estarem envolvidos a operação **de princípio de equivalência** esclarecida pela

²⁰⁴ Leonardo Letelier, da SITAWI, no Painel “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto” apresentado no **Fórum Impacta Mais** em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

testemunha **convergiu para uma forma de generalidade** aparentemente aceita pelo público.

A **qualidade da testemunha - sua legitimidade e *status de grandeza*** - não pode ser excluída da análise. Leonardo um representante de uma organização social (OSCIP) voltada para o desenvolvimento de soluções financeiras para impacto social e ambiental, ao manifestar sua opinião, com base na experiência vivida em sua prática organizacional, também pode ter auxiliado no *estabelecimento de equivalência* com a problemática levantada de acesso a recursos.

Como se pode observar, o desafio de criação de mecanismos financeiros de aceleração é a fonte geradora do **desafio organizacional de acesso a recursos**. Curiosamente, dados divulgados no 2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental identificaram diferenças na escolha de mecanismos de acesso a recursos, dependendo da presença majoritária masculina ou feminina nos quadros societários dos NIs. **Organizações com maior presença masculina no quadro societário, tendem a acessar recursos por mecanismos de *equity* e dívida-conversível via incubadoras/aceleradoras, empresas privadas, fundos de *venture capital*, *private equity* e institutos/fundações (PIPE SOCIAL, 2019). Em sua maioria, dispositivos sedimentados pela *lógica mercantil*. Já aquelas com maior presença feminina, acessam recursos por meio de empréstimos ou doações, através de fontes como crowdfunding, FFF (amigos, familiares ou fãs), instituições públicas/governo e bancos de fomento ou comerciais (PIPE SOCIAL, 2019), dispositivos mais próximos das *lógicas civil, conexionista e doméstica*.**

Outra *cena* relacionada à captação de recursos, através de rodadas de investimentos, pode ser observada em uma *live* organizada pela Vox Capital²⁰⁵ com a participação de Ubiraci Mercês, fundador e CEO da Sanar²⁰⁶. Na ocasião do evento, a Sanar já havia passado por três rodadas de investimentos, e foram convidados a compartilhar quais os “desafios, dores e delícias”²⁰⁷ do processo de captação de recursos.

A resposta de Ubiraci aciona elementos distintos, um deles o “**aprendizado**” oportunizado pelos feedbacks recebidos durante a participação nas diferentes

²⁰⁵ Conversas de Impacto: Como empreender em tempos rápidos e de transição. **Vox Capital**, 08 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oOUxCiBOJNc&t=2s>

²⁰⁶ Negócio de impacto que atua na área de educação para profissionais de saúde.

²⁰⁷ Questionamento feito por Daniel Izzo da Vox Capital.

rodadas de investimento; outro o “**alinhamento dos astros**”, representando o conjunto de fatores que precisam estar ajustados para que a captação do recurso ocorra. Como exemplo de esforço feito pelo empreendedor, com o intuito de “juntar os vários astros e rolar os dados a seu favor”, evidencia a importância de “conversar com o máximo de pessoas possíveis” buscando garantir que as “probabilidades comecem a ficar um pouco mais favoráveis”.

Para o CEO, a captação apesar de ser um “processo doloroso [...] faz parte da função do empreendedor [...] garantir que a empresa tenha caixa para poder crescer ou tocar a operação”. Desta forma, “**a vida dele tem que ser a captação**” uma vez que este processo consome muito tempo e exige sua atenção. Percebe-se que os elementos acionados pertencem à *lógica em rede*, a evidenciação da *grandeza* de “estabelecer relações” e “inserir-se em redes” para “romper o isolamento e ter chances de encontrar pessoas ou relacionar-se com coisas cuja proximidade é capaz de gerar projetos”, neste caso êxito na rodada de investimento. Da mesma forma, está a capacidade de engajar-se em um processo onde as suas qualidades como pessoa e as propriedades da sua força de trabalho se misturam, e, neste percurso, a separação entre a vida privada e profissional se dissipa, como evidenciado na fala “a vida dele tem que ser a captação” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020, p. 142).

O 2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental ainda destaca, como recursos disponíveis para a jornada empreendedora dos NIs, os **recursos financeiros**, tecnológicos e de formação. Entre eles, o primeiro “**continua a ser o maior pedido de ajuda dos empreendedores**”. Em resposta à problemática, ações do setor em busca da diversificação da oferta de recursos financeiros são destacadas. Os quatro exemplos de ações incluem: o primeiro caso de “*exit*” de investimento da empresa TEM (I) ; a primeira debênture de impacto emitida pelo Grupo Gaia em suporte ao Programa Vivenda (II) ; os investimentos provenientes de *family offices* como a FORImpact desenvolvida pelo ICE e IMPACTIX (III); e, investimentos provenientes de Fundações e Institutos como as pertencentes ao Grupo FIIMP - Fundações e Institutos de Impacto (IV) (PIPE SOCIAL, 2019). Ao analisar os argumentos utilizados pelo estudo para justificar a *grandeza* destes exemplos especificamente, pode-se perceber que a narrativa está fortemente ancorada na *lógica industrial* de Boltanski e Thévenot (2020). Existindo a necessidade dos NIs alcançarem a sustentabilidade financeira, os argumentos

acionados incluem dados como **percentual de retorno** financeiro e **média de economia** no custo do serviço (I); **total de recursos** captados, **expectativa de número** beneficiados (II); e, total de recursos arrecadados (IV).

O artigo terceiro, da PL do marco legal dos NIs, aberto para consulta pública pelo Senador Rodrigo Cunha, aborda as modalidades de financiamento possíveis aos NIs.

Box 8 - Artigos 3º - Consulta pública Projeto de Lei - Marco Legal NIs

Art. 3º Os negócios de impacto social podem ser financiados por meio de:
 I – investimento privado, remunerado na forma títulos de impacto social, objeto de legislação específica;
 II – doações de particulares, inclusive mediante mecanismos de financiamento coletivo (crowdfounding);
 III – aporte de capital pelos sócios;
 IV – qualquer outra forma de captação de recursos que a lei não proibir, inclusive venda de ações ou emissão de debêntures, respeitada a legislação específica.

§ 1º O poder público deve instituir linhas de crédito específicas para o financiamento de negócios de impacto social.

§ 2º O investimento na forma de títulos de impacto social pode ser:

I – isento de tributos, na forma de lei específica de cada ente federativo;

II – realizado por:

a) fundações ou associações, que devem usar o resultado apurado em suas finalidades institucionais;

b) empresas privadas ou estatais, ou por pessoas físicas, nos termos da regulação aplicável ao sistema financeiro.

Fonte: Dados secundários.

O texto inclui o investimento privado na forma de “títulos de impacto”; doações particulares; e, aporte de capital societário. Alguns comentários²⁰⁸ ao texto proposto destacam que, considerando os **NIs “pessoas jurídicas de direito privado, sujeitos ao princípio da legalidade”**²⁰⁹, não é necessário que a legislação determine as fontes de recursos aplicáveis a estes.

Como já relatado, os formatos jurídicos possíveis aos NIs ainda são fonte de muita *controvérsia*. Quando este assunto se encontra em uma narrativa junto a outro, também sensível, como o acesso a recursos, algumas *denúncias* são expressadas, como pode se observar na imagem a seguir.

²⁰⁸ Comentários de Juliana Furini, do Mattos Filho Advogados; e, de Rachel Karam, do Grupo Jurídico B.

²⁰⁹ Comentário de Rachel Karam, do Grupo Jurídico B.

Imagem 7 - Ilustração publicação: Contradições do impacto



Fonte: Deboni (2019).

A Imagem 8 ilustra a publicação de Fabio Deboni, intitulado “Contradições do Impacto”²¹⁰, e claramente faz alusão a possíveis privilégios - *Fast track* - que os NIs com “CNPJ com fins lucrativos” possuem em comparação as “ONGs e cooperativas”. O texto, apresentado a seguir, expõem diversas *tensões* existentes no campo, envolvendo também o acesso de diferentes atores a recursos financeiros.

Para alguns, negócios de impacto se resumem a empresas (CNPJ c/ fins lucrativos) com potencial de escala (e, claro, ‘impacto’).

Para outros, OSCs e cooperativas também deveriam estar neste rol desde que consigam parar de pé \$ (minimizar doações recebidas).

Num passe de mágica esses 2 blocos são acelerados e acessam o maravilhoso mundo dos investidores.

Que lindo!

As narrativas se esquecem de incluir na história o trabalho ‘sujo’ dos intermediários em sua grande maioria OSCs que não param de pé \$.

No mundo desenvolvido essa turma conta com suporte de governos, org. multilaterais e fundações (via fundos patrimoniais polpudos).

Por aqui as próprias fundações **disputam \$** com OSCs, **lutam** por seus orçamentos anuais, executam seus próprios projetos e sonham ser investidoras.

Na hora do **convescote de ‘impacto’** as fundações são vistas como ‘a velha filantropia que não resolveu os problemas sociais’.

Na hora que o bicho pega elas são vistas como quem ajuda a pagar a conta (que o mercado não quer pagar) enquanto isso OSCs **seguem mal das pernas** e sendo **detonadas** pela atual caça às ONGs que **‘só atrapalham’**.

²¹⁰ Disponível em: <https://fabiodeboni.com.br/contradicoes-do-impacto/>

Talvez isso explique o anseio de muitas delas em ‘resolver’ sua vida tornando-se um negócio de impacto.

Dúvida cruel identitária.

A *denúncia* revela que as narrativas do campo, e aparentemente, em destaque, a do “maravilhoso mundo dos investidores”, desconsideram “o trabalho ‘sujo’ dos intermediários” neste processo. A crítica está relacionada à **falta de suporte e acesso a recursos disponíveis às organizações intermediárias ou dinamizadoras**, “em sua grande maioria OSCs”. Em comparação com países desenvolvidos, Deboni afirma que, na realidade brasileira, as fundações - que em outros países oferecem suporte ao campo, “disputam \$ [recursos] com as OSCs”. Neste contexto, são estas as maiores prejudicadas, levando a que muitas delas anseiem “resolver sua vida tornando-se um negócio de impacto”.

Esta *tensão* pode estar relacionada à amplitude do termo “investimentos de impacto”, que desde 2017 começa a ser utilizado também como sinônimo de “finanças sociais”. Sobre isto, Deboni, em um episódio de *podcast*²¹¹, levanta as questões: “o que é investimento de impacto mesmo? Já parou para pensar no conceito? Já parou para perceber que houve uma mudança de termo?”. Para este, o termo “finanças sociais [...] demarcava uma agenda mais pró-justiça social, pró-transformação social” que trazia “um certo **pé no chão do impacto raiz**”. Enquanto o termo “impacto” “torna a coisa **meio genérica e abrangente demais**”. A agenda do investimento de impacto, neste aspecto, é denunciada por deixar de enxergar os “fazedores de impacto que estão lá na ponta”.

Viu-se que entre 2004 e 2010 os termos “investimento social privado” e “finanças sociais” foram amplamente utilizados nas narrativas de investimentos de impacto. A Figura 24 ilustra o transporte destes *dispositivos* do *mundo civil para o do mercado*, como *estabilizadores da tensão* existente entre estas duas *lógicas*. Foi a partir da instituição da Enimpacto que os termos deixaram de ser utilizados por muitos atores, sendo substituído por “**investimento de impacto**”. No entanto, percebe-se que anos depois da popularização do termo, este ainda é fonte de *tensão* no campo.

²¹¹ [Impacto na Segundona]. Finanças Sociais ou Investimentos de Impacto?. **Podcast**, 10 de maio de 2021.

Deboni expõem esta *tensão* afirmando que o termo “ainda está **em construção**, está **em disputa**, está **sendo apropriado pelos diferentes setores**”, sugerindo a existência de um “nós” e um “eles” nesta *disputa*, convocando que seus ouvintes a se juntarem a ele, de alguma forma, coloquem o “nosso sabor, o nosso tempero” nesta discussão, com o intuito de ampliar o debate. A fala é encerrada afirmando que

se a gente ficar só olhando e observando, a gente já imagina em qual direção ele [o *campo dos investimentos e negócios de impacto*] vai caminhar. E isso, **não nos parece muito abrangente ou incluyente**, nessa diversidade de fazedores de impacto.

A crítica exposta no *podcast* demonstra que o termo “**investimento de impacto**” permanece mantendo a *tensão* entre a *lógica civil e mercantil*, na medida em que *seres e objetos* dos diferentes *mundos* não são mantidos em presença de forma equilibrada. Em situações de *compromisso* estes devem ser mantidos em presença sem disputa para que o *arranjo* seja mantido e o *conflito* seja evitado (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020).

Apesar de muitos atores terem aderido ao termo, incluindo neste as “finanças sociais” e toda a sua agenda pró-social, o campo ainda não entrou em *acordo* quanto às *grandezas* e os *termos de compromisso* contidos neste *dispositivo*. A *denúncia* de Deboni, aos investimentos de impacto, expõem a “tentativa [*do campo*] de maquiar a verdade para torná-la apresentável” (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2020, p. 416), demonstrando que esta designação **ainda não é completamente aceita ou considerada justa por todos os envolvidos**.

4.3.7 Desafio da Equidade: O “nós” e o “eles” evidenciado

4.3.7.1 Oportunismo no impacto: “papas da espuma”, “caroneiros”, “*impactowashing*” & “*verniz de impacto*”

Alguns termos utilizados pelos atores do campo, em cenas observadas durante a coleta de dados, expressam *tensões* literais. Falas como a de Leonardo Letelier²¹², evidenciando como *seres de menor grandeza* suscetíveis ao “**verniz de**

²¹² No painel “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto” apresentado no **Fórum Impacta Mais** em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

impacto” por não estarem completamente dispostos a comprometer seus rendimentos em detrimento de um investimento em uma causa de impacto, demonstram a existência no campo de *seres e objetos* que se aproveitam do termo “impacto” em benefício próprio.

Fabio Deboni²¹³ nomeia estas pessoas como “**caroneiros**” do impacto, aqueles que “surgem do além” para “pegar carona nessa onda”. Muitos destes, aproveitam a oportunidade de “sair na foto” em eventos do campo - cheios de pessoas “engajadas e felizes” - enquanto ao aparecerem “na capa da revista”, na verdade, “não tem ninguém lá atrás na cozinha tocando o negócio”. A *denúncia* de Deboni, refere-se tanto às pessoas que aproveitam o movimento do impacto para se autopromover, como àqueles que surgem como especialistas, mas “nem sabem o que é impacto”, os “**papas da espuma**”. Boltanski e Chiapello (2020, p. 364) avaliaram que os novos *dispositivos* do *mundo em rede* “favorecem o surgimento de uma forma original de oportunismo”, os autores denominaram de “redeiros” estes *personagens*, que em posse das qualidades essenciais deste *mundo em rede*, utilizam-se destas de “maneira puramente egoísta”. No entanto, estes não podem ser confundidos com os “integradores de redes”, uma vez que estes últimos, ao alcançarem *estados superiores*, beneficiam toda a *cité* com o *bem comum*. Enquanto isso, o sucesso dos “redeiros” é proveitoso apenas para eles mesmos.

A “**banalização do impacto**”²¹⁴ ou “**impactowashing**”²¹⁵, também foi denunciada por Tatiana Assali, no Julgamento dos NIs. Esta revela que grandes empresas e instituições financeiras têm dado “nome à produtos, à serviços” e têm oferecido a seus clientes “um monte de coisa chamada de impacto”. Estas, ao “divulgarem e assumirem compromissos” com seus clientes, proliferam um entendimento de impacto “baseado em suas próprias interpretações do tema”. Retomando a análise de Boltanski e Chiapello (2006; 2020), quanto a proliferação de comportamentos e *dispositivos* oportunistas em um *mundo conexcionista*, constata-se que estas ações prejudicam os demais membros daquela coletividade,

²¹³ [Impacto na Segundona]. Impacto Social de peito aberto. **Podcast**, 16 de julho de 2019.

²¹⁴ Termo utilizado por Tatiana Assali no no Painel “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto” apresentado no **Fórum Impacta Mais** em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

²¹⁵ Termo utilizado por Tatiana Assali no no Painel “Julgamento dos Investimentos e Negócios de Impacto” apresentado no **Fórum Impacta Mais** em junho de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=foltaD50jbs>

uma vez que, muitas vezes, os "caroneiros" se utilizam de recursos do campo pelos quais não contribuíram ou pagaram necessariamente.

4.3.7.2 Termos em inglês ou terminologia difícil: “explica para a vó”

Termos comumente utilizados por atores do campo como “**scale-up**”, “**pitch**”, “**Canvas**” e “**mensuração de impacto**”, foram denunciados por Fabio Deboni²¹⁶ como elementos que impedem que o tema “impacto” seja popularizado²¹⁷. Percebe-se que, segundo teorizado por Boltanski e Thévenot (2006; 2020), os termos acionados por Deboni representam *dispositivos* próprios da *lógica industrial* que identificam ferramentas e recursos utilizados durante os processos de desenvolvimento, aceleração e mensuração de resultados dos NIs.

De forma espirituosa, este “pacotão de termos em inglês” foi colocado em perspectiva por Deboni, ao propor traduzi-los de maneira que a sua avó pudesse entender. “*Scale-up*” seria explicado como “fazer o bolo crescer”; o “*pitch*” como “venda o seu peixe”; o “*Canvas*” seria explicado pedindo “vó, desenha para mim o que você faz”; enquanto a mensuração de impacto poderia ser esclarecida pela expressão “mate a cobra e mostre o pau”. Tais *críticas* direcionadas ao *compromisso cívico-industrial*, estabelecido na forma de ferramentas e recursos organizacionais expressos em termos em inglês pelo campo dos NIs, se manifestam na medida em que *dispositivos da lógica industrial* são denunciados por afastarem estas organizações de seu objetivo principal - “gerar transformações reais e estruturantes”²¹⁸. Partindo de Boltanski e Thévenot (2006; 2020), entende-se que o *apaziguamento da crítica*, que gerou a instabilidade do *compromisso cívico-industrial* na cena observada, ocorreu a partir da *invocação* da “avó”, representando a superioridade hierárquica valorizada na *lógica doméstica*. A figura da “avó”, neste sentido, foi mobilizada na tentativa de denunciar o *desajustamento* entre os *termos de compromisso* entre as *grandezas de dispositivos da lógica civil e industrial*.

²¹⁶ [Impacto na Segundona]. Impacto Social de peito aberto. **Podcast**, 16 de julho de 2019.

²¹⁷ [Impacto na Segundona]. Impacto Social é pop?. **Podcast**, 5 de abril de 2021.

²¹⁸ [Impacto na Segundona]. Impacto Social de peito aberto. **Podcast**, 16 de julho de 2019.

4.3.7.3 A “branquitude” do ecossistema: falta equidade e diversidade

A crítica, relacionada à popularização da agenda de impacto, questiona, de forma provocativa, a acessibilidade que o campo oferece à participação de pessoas de fora do perfil “*faria limer*”²¹⁹, pessoas “nos rincões do Brasil”²²⁰. Deboni também evidencia que o campo ainda utiliza, em suas conversas, “uma abordagem muito acadêmica, muitas vezes, muito teórica”, mantendo o impacto um “papo de nicho”²²¹ provocando o afastamento de muitas pessoas da temática.

Neste sentido, a apresentação de dados sobre as características de fundadores e lideranças de NIs no país, evidenciados no 3º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental (PIPE SOCIAL, 2021), expôs a predominância de pessoas da raça branca e com grau escolar de nível superior (maioria com pós-graduação *lato e stricto-sensu*). Tais dados foram utilizados na reportagem de Laíza Lopes, publicada pela Aupa Jornalismo de Impacto²²², destacando que a falta de equidade de gênero não é exclusiva aos NIs, mas sim ao “empreendedorismo como um todo”²²³. Alguns meses após esta publicação, outra aborda a temática de maneira mais reivindicatória²²⁴. Intitulada “A branquitude e o cenário de impacto”, a reportagem denuncia a falta de diversidade - principalmente em relação à gênero e raça - ainda predominante no ecossistema de impacto. A crítica, estendida para além deste ecossistema, evidencia que “a maneira [*limitada*] a qual a branquitude vê o mundo” não pode ser ignorada pelas organizações do campo. A *reivindicação* aciona dispositivos que utilizem a “abordagem de avaliação culturalmente responsiva”, pautados na “justiça social” e “equidade”, assim como o fomento de iniciativas promovidas por “organizações negras ou lideradas por pessoas negras”, como pontapé inicial de um longo caminho de transformação.

²¹⁹ Expressão utilizada por Livia Hollerbach, da Pipe.Social, para denominar o perfil dos empreendedores que têm acesso a recursos, fazendo uma alusão a Avenida Brigadeiro Faria Lima em São Paulo, importante centro comercial e financeiro da cidade. LOPES, Laíza. De ONGs às fundações: quem são os trabalhadores de impacto social. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 25 de junho de 2021.

²²⁰ Expressão utilizada por Fabio Deboni. [Impacto na Segundona]. Impacto Social é pop?. **Podcast**, 5 de abril de 2021.

²²¹ [Impacto na Segundona]. Impacto Social é pop?. **Podcast**, 5 de abril de 2021.

²²² LOPES, Laíza. De ONGs às fundações: quem são os trabalhadores de impacto social. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 25 de junho de 2021.

²²³ Opinião de Livia Hollerbach, co-fundadora da Pipe.Social, apresentada em: LOPES, Laíza. De ONGs às fundações: quem são os trabalhadores de impacto social. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 25 de junho de 2021.

²²⁴ MORAES, Juliana; CRESPO, Tânia. A branquitude e o cenário de impacto. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 04 de agosto de 2021.

As três últimas denúncias foram aqui apresentadas pois considera-se que demonstram aspectos das concepções de mundo e valores mobilizados pelos atores que as denunciam, para justificarem seu descontentamento com o campo e com as práticas que ainda o envolvem. Denunciar o excessivo uso de termos em inglês, o oportunismo de alguns atores e a necessidade de mais equidade, apresentam valores morais que estes atores consideram os destacar dos demais. Ao diferenciar o “nós” e o “eles”, os “faria limer”, os “papas da espuma” dos demais, os atores demonstram quais características e condutas consideram *justas* para os *personagens de maior e menor grandeza* neste campo.

Os dados analisados revelaram outros desafios que não serão aprofundados nesta pesquisa, como, por exemplo, o desafio da equipe inspirada e a problemática da formalização do vínculo de trabalho destes; o desafio do processo de internacionalização, revelando o conflito entre ganho de escala e cumprimento missão social; o desafio dos processos de aceleração e do papel da exposição internacional e das premiações como dispositivos de imagem valorizados pelo campo; entre outros.

A seguir, apresenta-se a complexidade da “gramática” do impacto no Brasil construída a partir das observações previamente apresentadas.

4.4 A “GRAMÁTICA” DO IMPACTO: a figura complexa dos NIs no Brasil

Diferentes níveis de tensões - ecossistêmicas, organizacionais e individuais - foram reveladas ao se analisar os desafios manifestados por atores do campo dos NIs no Brasil. Tais desafios foram analisados a partir de “cenas” e “narrativas” em que os atores questionavam ou criticavam princípios sob os quais uma ação, nos diferentes níveis, é conduzida. A partir dessas críticas, interpretadas neste estudo como desafios, os arranjos escolhidos para justificar esta opinião foram analisados. Em relação a estes, *compromissos, denúncias, dispositivos e figuras de compromisso* foram identificados na busca de se compreender as diferentes *ordens de valor* presentes nestas críticas. Para cumprir este objetivo, propôs-se observar os desafios e *compromissos* identificados a partir da Teoria das Justificações de Boltanski e Thévenot (2006; 2020) na qual, a partir do conceito de “mundos” e “lógicas”, identificam *princípios superiores comuns* que refletem o grau de legitimidade de regras e valores que determinam condutas sociais consideradas

apropriadas. Cada um destes mundos é formado por um conjunto de ferramentas, tanto cognitivas como materiais, utilizadas pelos atores nos *momentos de justificação*. Este kit de elementos é chamado pelos autores de “*gramática moral*”.

A chamada “gramática” do impacto foi compilada por esta pesquisa em um esforço tanto empírico como conceitual na busca de se compreender melhor os mecanismos pelos quais acordos ou *compromissos* entre diferentes *lógicas* são alcançados ou rompidos, evidenciando-se a *figura complexa* dos NIs nesta realidade, contribuindo para o entendimento desse tipo de organização “inovadora”. No entanto, é importante lembrar que a gramática aqui identificada está circunscrita aos dados e elementos observados neste estudo.

A capacidade dos indivíduos de chegarem a um *acordo legítimo* por meio de *justificativas*, que repousa no reconhecimento de uma “*humanidade comum*”, é um fundamento basilar para a Teoria da Justificação. Neste sentido, o primeiro desafio descoberto por este estudo foi denominado de **desafio do reconhecimento**, por envolver não só a busca pela legitimidade dos termos utilizados para definir os NIs, como também as características que os identificam. Este, se desdobra no **desafio do reconhecimento legal** de atividades econômicas de “impacto positivo”, assim como, dos formatos jurídicos possíveis para estes empreendimentos.

Nestes desafios, identificou-se o **compromisso socioambiental (civil + verde)** pactuado pela estabilidade do próprio termo - “socioambiental” - como sinônimo de “social”. Apesar do *compromisso* entre as *lógicas civil e verde* também ter sido identificado por outros autores (LAFAYE; THÉVENOT, 1993; LAMOST; THÉVENOT, 2000; THÉVENOT et al. 2000), nesta pesquisa, este aparece sedimentado por *dispositivos* específicos como o Pacto Global da ONU, os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e as atividades do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Com estas evidências, entende-se que as sedimentações institucionais e culturais, advindas do *arranjo de seres e objetos da lógica verde*, podem ser consideradas a fonte de um discurso social responsável por gerar “micro-mudanças socioculturais” resultando em novas ordens de valor coletivas (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017).

Assim como observado por pesquisadores dos movimentos sociais (MAGUIRE; HARD; LAWRENCE, 2004; ROJAS, 2009; LEVY; SCULLY, 2007; SPICER; BOHM, 2007; KING; PEARCE, 2010; HELM; OLIVER; WEBB, 2012), os NIs e os empreendedores sociais são revelados nos dados desta pesquisa como

“rebeldes” do mercado, rotulados como os “agentes de transformação” que desafiam a legitimidade dos arranjos capitalistas existentes. E assim, como os “ativistas”, clamam mobilizar “novas práticas” consideradas aceitáveis e ancoradas em ordens morais alternativas às forças hegemônicas do sistema socioeconômico vigente. No caso dos NIs, a oferta de “soluções inovadoras” aos problemas sociais e ambientais, se manifesta na forma de diferentes “arranjos” organizacionais, que apesar de sedimentados na luta por causas que representam “novos valores” sociais, mobilizam *lógicas* potencialmente conflitantes.

Apesar da *estabilidade do compromisso* entre a *lógica mercantil e industrial* ter sido evidenciada por Boltanski e Thévenot (2006; 2020) e também identificada neste estudo, *denúncias* em relação aos mecanismos de mercado como a fonte “inovativa” dos NIs demonstram que, apesar dos ganhos de sustentabilidade financeira, gestão eficiente e reprodução em escala, que firmam esse *compromisso*, ainda encontram resistência para serem legitimados por não satisfazerem a necessidade de acesso a recursos desses empreendimentos. Expressões como: "a gente ouve pérolas do tipo 'ah sobra recurso, tem capital disponível e faltam bons projetos"; "o contexto [*dos investimentos*] não é tão animador como se imagina"; "os bancos ainda não têm produtos suficientes"; "o volume de recursos nacionais para este fim continua a ser pequeno", foram utilizadas pelos atores para demonstrar a *instabilidade do acordo* entre as *lógicas* do compromisso socioambiental com as *lógicas mercantil e industrial*, denominado **compromisso dos mecanismos de mercado (mercantil + industrial)**.

Viu-se que diferentes estudiosos (DEES, 1996, 1998; ALTER, 2007; MASSETTI, 2008; YOUNG; LONGHOFER, 2016; FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS, 2015; DEFOURNY; NYSSSENS, 2016; FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020) têm buscado analisar as organizações híbridas, incluindo nestas os NIs, evidenciando o movimento das organizações puramente sem fins lucrativos em direção a modelos influenciados por ‘um novo espírito pró-negócios’ (*pro-business zeitgeist*) (DEES, 1998) ou pelos ‘espíritos do capitalismo’ (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020). Os diferentes *espectros* de tipos organizacionais possíveis aos híbridos têm em comum a criação de “duplo valor” ou “duplo impacto” (ALTER, 2007), envolvendo tanto a geração de impacto social quanto a geração de renda. Este *compromisso*, ainda bastante instável, foi revelado por este estudo como o **compromisso do impacto**, unindo as *grandezas* dos compromissos

socioambiental (**civil + verde**) e dos mecanismos de mercado (**mercantil + industrial**).

A presença de organizações híbridas orientadas ao mercado, como os NIs, tem sido analisada para além da sua busca em alcançar e dimensionar o impacto social, mas também como fonte de transformação do próprio mercado e da sociedade (MAIR; BATTILANA; CARDENAS, 2012; YORK; HARDGRAVE; PACHECO, 2016; MONGELLI et al., 2019). Os achados desta tese abrem um debate distinto que, apesar de não negar que a presença dos NIs, denota uma transformação na forma de engajamento do capitalismo, questiona se seriam estas organizações **a fonte ou o fruto da ressignificação desse sistema?** Para isto, bebe da ideia de Boltanski e Chiapello (2020, p.39) de que “a ideologia que justifica o engajamento no capitalismo”, o espírito do capitalismo, de tempos em tempos, passa por crises que ameaçam suas *justificações*, o obrigando a formar um novo conjunto ideológico de crenças que legitime novos modos de ação que favoreçam a sua continuidade. No entanto, para que os argumentos dessas *justificações* sejam aceitos de forma pacífica, por uma grande quantidade de pessoas, estes precisam ser “suficientemente robustos” para conter as críticas anticapitalistas.

Para Chiapello (2013, p. 60) “a história do capitalismo não pode ser separada da história de suas críticas”, uma vez que a transformação do próprio sistema econômico ocorre pela recuperação de ideias críticas em tempos de crise. As respostas coletivas oferecidas às críticas, normalmente levantadas durante ou anteriormente a momentos de crises - sociais, ecológicas, morais, econômicas, financeiras, sanitárias etc., são construídas e assimiladas coletivamente, embarcando o capitalismo em um “novo ciclo de recuperação”. Esta dinâmica é denominada de “processo de apropriação” (CHIAPELLO, 2013), demonstrando o papel impulsionador de mudança do espírito do capitalismo cumprido pela crítica, na medida em que esta produz as ideias que se tornam essenciais para as visões de reforma absorvidas pelos espíritos do capitalismo.

Os autores (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2006; CHIAPELLO, 2013) identificaram quatro críticas principais ao capitalismo - social (i), conservadora (ii), artística/estética (iii) e ecológica (iv). A primeira (i) enraizada na questão do trabalho no mundo capitalista, denuncia a exploração; pobreza; desigualdades; insegurança; e o domínio do capital através da dominação de classe, como os elementos principais de sua indignação. Esta assume que o trabalho é a fonte de valor das

coisas, sendo uma atividade essencialmente criativa, a capacidade inventiva, os conhecimentos e habilidades acumulados pelos homens se tornam os recursos submetidos à exploração do capital. Sendo esta crítica também a fonte do primeiro espírito do capitalismo, tem foco na libertação ocasionada pelo trabalho assalariado e a crença no progresso impulsionado pelas atividades industriais.

Muito similar à crítica social, a conservadora (ii) questiona a destruição da solidariedade através da desordem moral do povo. A questão social denunciada por esta crítica está relacionada diretamente ao declínio moral da sociedade, propondo soluções bastante distintas da crítica social. O desenvolvimento de conexões pessoais e afeto entre funcionários e proprietários, o zelo com as condições de vida e segurança dos colaboradores são algumas medidas de obrigação atribuídas aos detentores do capital, apelando para movimentos vistos ainda hoje como o “Capitalismo Responsável” ou “Capitalismo Consciente” (CHIAPELLO, 2013). O segundo espírito do capitalismo responde a esta crítica com um compromisso entre a lógica industrial e cívica, enfatizando o papel das grandes corporações e do capitalismo globalizado, baseado em economias de escala, para o alcance da justiça social. Já a crítica estética (iii) desenvolve exigências de libertação, autonomia e autenticidade que contribuiriam para a queda de convenções ligadas ao mundo doméstico e industrial - como a sociedade de massa e de consumo, preocupando-se com a transformação do estilo de vida na sociedade capitalista. Neste contexto, entre a década de 60 e 90, um terceiro espírito do capitalismo é identificado em resposta às três críticas anteriores - conservadora (i), social (ii) e estética (iii), e a insurgente crítica ecológica (iv) nos anos 90. Esta última (iv) “desafia a capacidade do sistema capitalista de garantir o futuro da humanidade” (CHIAPELLO, 2013, p. 73).

A crítica ecológica, por não ser direcionada a nenhum modelo político específico, é extremamente adaptável a diferentes regimes e tipos de gestão laboral. Uma via de resposta a esta crítica pode ser associada às soluções relacionadas ao progresso tecnológico, similar à crítica social. Apesar deste modelo ser considerado “mais compatível com o capitalismo”, também carrega o peso de não provocar nenhuma mudança nas regras básicas do sistema econômico. Outra via de resposta, apontada por Chiapello (2013), aproxima-se da crítica conservadora, estética, e de vertentes libertárias da crítica social, propondo um retorno aos modelos organizacionais das sociedades tradicionais atualizadas a

formas híbridas de autogestão. Esta vertente, popular entre apoiadores da economia solidária, retoma “velhas formas organizacionais” como cooperativas e sociedades mutualistas (CHIAPELLO, 2013, p. 77).

No caso dos NIs, percebe-se que as *justificações* que os envolvem foram configurando-se, na realidade pesquisada, unindo as duas vias possíveis de resposta identificadas por Chiapello (2013). O interesse renovado em ‘velhas formas organizacionais’, fundamentou a narrativa dos atores deste campo no período de 2004 a 2010 (debate apresentado no Tópico 4.2.1), onde seu conceito - ainda muito relacionado ao termo negócio social cunhado por Yunus, era constantemente utilizado como sinônimo de empresa social. Até 2012, argumentos fundamentados em soluções às críticas conservadora, estética, e de vertentes libertárias da crítica social, associavam estes empreendimentos a um “Novo Capitalismo” como resposta à incapacidade das formas capitalistas tradicionais de organização atenderem as novas ordens de valor coletivas em alternativas que não fossem controladas pelo Estado. No entanto, à medida que a possibilidade de distribuição de lucros foi disseminada entre os “arranjos” organizacionais possíveis a estes empreendimentos, a via de resposta do progresso tecnológico ganhou força, abrindo espaço para que diferentemente da crítica social libertária apoiada na autogestão, os poderes de tomada de decisão dos NIs fossem confiados “aos melhores” em resposta à crítica conservadora. Os “*grandes*” na gramática dos NIs identificam os empreendedores sociais de *cases* de sucesso; as organizações intermediárias pioneiras; e os investidores livres do “verniz de impacto”, seres fiadores que servem como pontos de referência e contribuem na coordenação das ações dos demais elementos que compartilham de uma mesma *grandeza*.

O espírito do capitalismo que anima as transformações absorvidas pelo “mundo do impacto” naturalmente acaba respondendo a todas as críticas identificadas por Boltanski e Chiapello (2006; 2020) e Chiapello (2013), incorporando a dimensão moral destas críticas. *Figuras de compromisso* como: setor 2,5; missão social; impacto social; Novo Capitalismo; Capitalismo Social; criação de duplo valor; empreendedor social; evolução da filantropia; negócios e investimentos de impacto; CIS - Contrato de Impacto Social; Empresas de Benefícios; Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil (FTFS, 2015), são alguns exemplos de *dispositivos*, alguns criados outros apropriados pelo ecossistema de impacto brasileiro em busca de “reconciliação” (FRANÇA FILHO;

RIGO; SOUZA, 2020) entre as lógicas concorrentes contidas nas diferentes críticas ao capitalismo.

A centralidade do **compromisso do impacto** para a “gramática” dos NIs no Brasil é evidente. No entanto, as exigências de *autojustificação* da dicotomia entre valor econômico e social parecem não responder às denúncias de todas as críticas anticapitalistas. Para Santos (2012) “a dicotomia entre valor econômico e social é problemática para o desenvolvimento de uma teoria sobre o domínio do empreendedorismo social”, uma vez que a avaliação daquilo que é “social” intrinsecamente envolve o conjunto de valores morais daquele que “avalia”, ou seja, a definição daquilo que é ou envolve “criação de valor social” é inerente a um julgamento normativo do “observador” (SANTOS, 2012, p. 337). Este complicador pode explicar a necessidade do ecossistema de NIs ressignificar o conceito de “missão social” para “impacto social”, trazendo da *lógica industrial* a objetividade analítica e quantitativa que vai autojustificar a conjugação do “duplo impacto” nestes empreendimentos como resposta à crítica social. Através dessa operação diminui-se a subjetividade daquilo que é ganho social para a evidenciação da mensuração desse ganho através da “criação de valor econômico”, estratégia essencial para a sedimentação do conceito e características dos NIs entre as diversas “espécies” possíveis no “zoológico” dos empreendimentos sociais (YOUNG; SEARING; BREWER, 2016).

Viu-se nos dados observados que a tensão permanente entre a necessidade de criação de “duplo valor” também se manifesta no **desafio do modelo de negócios**. Este é influenciado pelos **desafios dos mecanismos financeiros de aceleração**, revelando as dificuldades encontradas pelos NIs em acessarem recursos, principalmente nas fases iniciais de desenvolvimento do negócio, e **da articulação governamental** expressado pela emergência de ações e dispositivos jurídicos auxiliares ao fortalecimento dos NIs no país. Este último desafio é essencial para respaldar as pretensões de legitimidade dos NIs, uma vez que, para além de *instrumentos de autojustificação* às críticas que assimilam, os aparatos normativos expressam o apoio do Estado aos princípios de justiça que regem a configuração destes empreendimentos.

Diversas *denúncias* à estabilidade do **compromisso do impacto** - (civil + verde) x (mercantil + industrial) - foram manifestadas pelos atores observados. Falas como: “os negócios de impacto não deixam de ser negócios por serem de

impacto"; "nem mercenário, nem missionário"; "não é ONG é negócio"; "não tem como assobiar e chupar cana ao mesmo tempo"; "a conta não fechava"; "eu tive que me afastar um pouco"; "eu precisava ter um olhar mais de negócios" e "a gente precisava vender isso como uma oportunidade", sugerem que os empreendedores de NIs regularmente precisam lidar com a oscilação entre as *lógicas socioambiental* e *mercantil*, privilegiando uma ou outra dependendo da situação. Diferentemente da afirmação de Mongelli et al. (2019, p. 302) de que os elementos econômicos e sociais, fundidos nas organizações híbridas, "podem atingir cada um seus objetivos individualmente, sem serem prejudicados pela presença do outro", viu-se nos relatos dos empreendedores que, em muitas situações para que a *lógica mercantil* pudesse ser utilizada para a captura de valor econômico, a *lógica socioambiental* (civil + verde) teve que ser colocada de lado, não ser acionada. Dessa forma, apesar destas duas *lógicas* coexistirem nos processos organizacionais dos NIs, a sua presença ainda não é mantida em harmonia plena.

As concessões, ou *trade-offs* entre criação de valor (*value creation*) e captura de valor (*value capture*), são exploradas em alguns estudos tanto dentro de uma perspectiva organizacional (SANTOS, 2012) quanto individual (IKEMOTO; MATSUI, 2015). Ambas as perspectivas propõem um entendimento dos empreendimentos sociais a partir de um debate teórico "positivo", delineando as potencialidades ou "externalidades positivas" destes empreendimentos na sociedade. No entanto, corroborando a reflexão proposta por Santos (2012), questiona-se: a capacidade inovativa de responder a uma problemática social utilizando mecanismos de mercado é exclusiva dos NIs? Ou tipos organizacionais, com diferentes arranjos de governança, também não fazem uso dos mesmos mecanismos para gerar soluções inovativas de interesse coletivo? Se o objetivo principal é auxiliar áreas negligenciadas pelo sistema socioeconômico atual, utilizar mecanismos de mercado é a melhor opção? Se sim, o que diferencia os NIs de um empreendimento comercial *as usual*?

Não é objetivo desta tese responder a estas perguntas, no entanto, a melhor maneira de avaliar as evidências encontradas exige um olhar atento à possibilidade de ressignificação da noção de econômico, evidenciando um capitalismo 'reconciliado' (FRANÇA FILHO; RIGO; SOUZA, 2020). Neste 'filantropocapitalismo' (MCGOEY, 2014), o capital privado voltado para o lucro é ressignificado deixando de ser o problema e se tornando a solução para o bem-estar social (CHIAPELLO;

KNOLL, 2020). A passagem entre um “bem abstrato”, indicado na ideia de impacto social, para um “bem concreto”, como a resolução de um problema específico (SALES DIAS, 2019), continua a ser um desafio aos diferentes modelos de negócios possíveis aos NIs, e elemento central para a legitimidade e o desenvolvimento da identidade organizacional desses empreendimentos.

O esforço de reconciliação de *tensões* e de expectativas contraditórias também foi observado no **desafio do equilíbrio entre vida pessoal e profissional**, mediado pela imagem do empreendedor social “engajado e motivado” veiculada e compartilhada pelos atores da rede, em conflito com os sacrifícios pessoais necessários para a manutenção desta *figura*. As organizações intermediárias, especialmente as dinamizadoras, assim como a mídia entre estas, foram fundamentais na disseminação e fortalecimento do arquétipo do empreendedor social de sucesso, na medida em que utilizavam desta imagem para divulgar os “cases de sucesso” dos NIs. No *arranjo* presente nas *justificações* deste desafio foi possível identificar o *compromisso* que se chamou de “**compromisso da rede inspirada**”. Este é formado pela composição das *lógicas mercantil e de projetos*, necessária para a ideia de “ecossistema” e “rede” de impacto, manifestada principalmente em *figuras* como Artemisia, ICE, Impact Hub, Aliança pelo Impacto e o próprio Enimpacto. A isto soma-se o **compromisso cívico-inspirado (civil + inspiração)**, evidenciado anteriormente por Boltanski e Thévenot (2006; 2020), refletido nas *figuras* do “empreendedor” e do “ativista”, como os “agentes de mudança ou de transformação” neste contexto. Nesta pesquisa, seu principal representante é Yunus, junto com o arquétipo dos empreendedores engajados, compartilhado pelo ecossistema de impacto. *Evidências* da estabilidade deste *compromisso* foram encontradas no estudo de Barbalho e Uchoa (2019), que utilizando o modelo de análise desenvolvido por Chiapello e Fairclough (2002), observaram os tipos de representações feitas pela Endeavor Brasil, Artemisia e Ashoka Brasil nas práticas relacionadas aos NIs no Brasil. O estudo buscou identificar os *princípios de equivalência* e de *oposição* utilizados pelos atores para diferenciar os “grandes” e os “pequenos”, a partir das formações discursivas analisadas nos conteúdos disponíveis nos sites e manuais das respectivas organizações. A análise conclui que os discursos são carregados de “valores que podem ser explicitados, mas, na maior parte das vezes, permanecem implícitos e se baseiam na suposição de que são compartilhados pelos leitores”. Enquadrando

os NIs como representantes de uma “nova ideologia empresarial”, os textos, entre outros elementos, utilizam metáforas relacionadas às artes e aos espetáculos (*lógica da inspiração*) para descrever o empreendedorismo como uma “arte” e o empreendedor uma pessoa “extraordinária” que deve seguir “suas vocações, suas paixões, seus sonhos e explorar suas habilidades” (BARBALHO; UCHOA, 2019, p. 159).

No entanto, *denúncias* como: "mesmo recebendo muito menos, mesmo com muito risco"; "eu fui muito, muito resistente"; "acabei tendo que vender carro, alugar apartamento, e um monte de coisas"; "a empresa engoliu a vida pessoal", observadas nos dados analisados, mostram que a imagem do empreendedor "herói", estabilizada pelo *arranjo* visto no **compromisso da rede inspirada**, entra em queda quando a *forma de investimento* da *lógica civil* - a renúncia do interesse particular, é levada ao limite pela *grandeza da lógica por projetos* - o engajamento. Este sacrifício, no entanto, é compensado pelo reconhecimento do *estado de grandeza* atribuído pelo campo - ou ao menos pela mídia e atores de fomento do ecossistema - aos atores que se submetem a este em prol do bem comum.

E por último, o chamado **desafio da equidade** revela que por mais que os NIs se fundamentem em valores próprios da *lógica civil e verde*, que manifestam a busca de objetivos do desenvolvimento como a redução das desigualdades e a igualdade de gênero, *denúncias* de diferentes atores ainda apontam para elementos conflitantes que colocam à prova a capacidade de inclusão e diversidade do ecossistema. O excessivo uso de termos em inglês e o oportunismo de alguns atores em busca de ganhos individuais, são exemplos de condutas que expõem as contradições da “multiplexidade moral” (REINECKE; VAN BOMMEL; SPICER, 2017) dos compromissos que estabilizam as *tensões* deste campo.

Conclui-se que os NIs são um exemplo de “novas formas organizacionais”, fruto de um “novo espírito do capitalismo” que incorpora a pluralidade de ordens e valores que animam suas práticas. À primeira vista, os NIs se apresentam como uma crítica direcionada aos mundos mercantil e industrial a partir do mundo socioambiental (*civil+verde*): o negócio lucrativo - evidência própria do *mundo mercantil*, é criticado por não entregar valor social de interesse coletivo a partir de suas atividades, sendo considerado uma ameaça para o alcance dos objetivos de sustentabilidade do planeta e da melhoria das condições de vida dos menos privilegiados. No entanto, as *denúncias* apresentadas demonstram que essa crítica

é inconsistente, pois se o lucro não tem valor no *mundo civil* e se uma das qualidades dos NIs é precisamente a utilização de mecanismos de mercado pautados na concorrência para o alcance de grandezas coletivas, apenas o *compromisso* entre estas duas *lógicas* não seria o suficiente para eliminar a *tensão* existente entre *grandezas* tão distintas. Desta forma, entende-se que os NIs são um exemplo de *figura complexa*, uma vez que as críticas a este se sustentam em um *compromisso* firmado entre mais de dois *mundos*, sendo esta “estabelecida por referência a uma fórmula, ela própria resultante da composição entre duas naturezas estranhas uma à outra” (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020). Apesar do **compromisso do impacto** tratar as *grandezas* dos *mundos verde, civil, industrial e do mercado* como equivalentes, a crítica aos NIs não pode ser completamente esclarecida, uma vez que “não é possível se chegar a um *princípio superior comum*” no *arranjo* formado entre estas *lógicas* (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2020, p. 417). Viu-se que os demais *compromissos* estabelecidos entre os atores do campo, nomeadamente o **compromisso da rede inspirada e do impacto na mídia**, acionam *grandezas* das *lógicas por projetos, inspirada e da opinião*, essenciais à legitimidade compartilhada entre os diferentes grupos e partes interessadas nesse debate. A gramática do impacto aqui apresentada evidencia o pluralismo organizacional que envolve os NIs, como manifestações complexas de diferentes regimes de engajamento do capitalismo, expressado na *figura* do “híbrido moral” que clama “transcender” às críticas anticapitalistas através de *dispositivos de compromisso* que mantêm unidos seres que encontram sua forma de generalidade em mundos distintos.

O quadro a seguir apresenta os principais *compromissos* identificados na gramática de impacto dos NIs, assim como os *dispositivos de compromisso* e *denúncias* que os compõem.

Quadro 22 - Gramática do Impacto

Compromissos	Dispositivos/Objetos de Compromisso	Denúncias
(civil + verde)= compromisso socioambiental	Pacto Global da ONU; Objetivos do Desenvolvimento Sustentável; PNUD; "socioambiental"; Benefício Social e Ambiental; Responsabilidade Social e Ambiental; Causa. População de Baixa Renda; Comunidades	Não identificado

<p>(mercantil + industrial) = compromisso mecanismos de mercado</p>	<p>Sustentabilidade financeira; gestão eficiente. reprodução em escala; lucro; investimentos de impacto; agilidade; "capacidade de detectar necessidades e criar possibilidades inovadoras"; "qualificar e complementar as ofertas públicas"; "comprovação de atingimento das metas"; rodadas de investimentos; investidores</p>	<p>"a gente ouve uma pérolas do tipo 'ah sobra recurso, tem capital disponível e faltam bons projetos"; "o contexto [dos investimentos] não é tão animador como se imagina"; "os bancos ainda não têm produtos suficientes"; "o volume de recursos nacionais para este fim continua a ser pequeno"</p>
<p>(civil + verde) x (mercantil + industrial) = compromisso do impacto</p>	<p>Setor 2,5; missão social; impacto social; Novo Capitalismo; Capitalismo Social; criação de duplo valor; empreendedor social; evolução da filantropia; "negócios e investimentos de impacto"; CIS - Contrato de Impacto Social; Empresas de Benefícios; empréstimo coletivo; Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil (FTFS, 2015); Teoria de Mudança; <i>Social Business Canvas</i>; Tese de Impacto</p>	<p>"os negócios de impacto não deixam de ser negócios por serem de impacto"; "nem mercenário, nem missionário"; "não é ONG é negócio"; "temos que nos valer de cinco CNAES"; "substituir o papel do Estado"; "difícilmente um serviço ofertado por uma empresa com fins lucrativos poderá atender às pessoas sem restrições"; "o ordenamento jurídico brasileiro precisa reconhecer o "impacto positivo"; "falta de maturidade jurídica"; "não tem como assobiar e chupar cana ao mesmo tempo"; "a conta não fechava"; "eu tive que me afastar um pouco"; "eu precisava ter um olhar mais de negócios"; "a gente precisava vender isso como uma oportunidade", "no final do dia não funcionava na prática"</p>
<p>(mercantil + projetos) + (civil + inspiração) = compromisso da rede inspirada</p>	<p>Aceleração; empreendedor + ativista = agentes de mudança; engajamento; "cases de sucesso"; motivação pessoal do empreendedor; comprometimento; "entidades precursoras"</p>	<p>"mesmo recebendo muito menos, mesmo com muito risco"; "eu fui muito, muito resistente". "acabei tendo que vender carro, alugar apartamento, e um monte de coisas"; "a empresa engoliu a vida pessoal"; "falta de articulação"</p>
<p>(civil + inspiração + projetos) + opinião = compromisso impacto na mídia</p>	<p>Yunus; programas de aceleração; intermediárias; "cases de sucesso"</p>	<p>"verniz de impacto"; "as narrativas se esquecem de incluir na história o trabalho 'sujo' dos intermediários"; "impactwashing"; "caroneiros do impacto"; "papas da espuma"; "banalização do impacto"</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

O próximo tópico encerra este estudo apresentando as principais conclusões e sugestões para pesquisas futuras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese teve como objetivo geral compreender as *lógicas de justificação* que caracterizam as *tensões* que se manifestam nos negócios de impacto (NIs) brasileiros. Para isso, a pesquisa foi dividida em três grandes etapas. A primeira, de cunho teórico, permitiu identificar tipologias e definições dadas aos empreendimentos sociais, entre estes os NIs, permeando as discussões sobre os principais paradoxos, desafios e tensões que envolvem esses empreendimentos. Além disso, buscou apresentar o arcabouço teórico que fundamentou a análise desta realidade - Teoria da Justificação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; 2020), destacando as contribuições deste aos estudos organizacionais, tanto em relação à aplicabilidade em realidades complexas, como a das organizações híbridas, quanto em pesquisas aplicadas à observação da sociomaterialidade em diferentes realidades.

Na segunda etapa, verificou-se empiricamente a análise de um corpus de publicações midiáticas incluindo os termos “negócio social”, “negócio de impacto social” e “negócio de impacto”, com o intuito de compreender a evolução destes termos na realidade brasileira, bem como, os principais desafios manifestados nas narrativas analisadas no período de 2004 a 2019. Desta análise pode-se identificar quatro cortes temporais determinados por características semelhantes reconhecidas em cada período. No primeiro período, de 2004 a 2010, características dos “negócios sociais” e sua diferenciação do conceito de Responsabilidade Social Corporativa foram destacadas. Neste intervalo de tempo, o termo “empresa social” era constantemente utilizado como sinônimo de “negócio social”, assim como, o enquadramento destas organizações em um setor da economia que não corresponde nem ao segundo ou terceiro, e sim àquele que foi chamado de setor 2,5. A figura de Yunus e argumentos dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável também são destaques deste período.

Já no segundo período, entre 2011 e 2015, a ideia destes empreendimentos como representantes de um “Novo Capitalismo” é fundamentada na sua capacidade de responder às necessidades de inclusão social e democratização do consumo limitadas pela dinâmica do sistema econômico vigente. Esta narrativa introduz os “negócios inclusivos” ao debate como aqueles voltados a responder à população na base da pirâmide social. Características como uma gestão eficiente, a capacidade

de se beneficiar da geração de renda para a manutenção da sustentabilidade financeira e a reprodução em escala da solução proposta pelo negócio, são algumas das características deste período. Neste sentido, a aproximação destas organizações à *lógica mercantil* é evidenciada como o diferenciador principal destas organizações sem fins lucrativos. O termo “impacto social” passa a ser adotado em substituição ao termo “missão social”, enfatizando a capacidade de reprodução em escala das soluções propostas por estes empreendimentos. Esta narrativa vem à tona juntamente com os investimentos de impacto, levando as publicações a utilizarem também o termo “negócio de impacto social” para identificar estas organizações, ampliando a estas a possibilidade de distribuição de dividendos entre sócios e investidores, diferentemente dos “negócios sociais” idealizados por Yunus, que deveriam reinvestir o lucro na própria organização ou causa.

O terceiro período, de 2016 a 2017, é evidenciado pelo amadurecimento dos atores interessados no campo e o fortalecimento da ideia de um ecossistema para negócios de impacto. Muito influenciada por atividades de diferentes atores de fomento, como as então chamadas “aceleradoras”, a narrativa das publicações destacou as trajetórias dos empreendedores sociais e suas motivações, atreladas aos benefícios de se empreender um negócio de impacto social. Os “cases de sucesso” foram utilizados em publicações que divulgavam programas de aceleração, atividades de capacitação, metodologias, premiações e rodadas de investimentos. A criação da Enimpecto, como grupo de trabalho articulado entre diferentes atores, consolida a necessidade de articulação governamental na pauta de discussão do campo. A ideia de falta de acesso a recursos e a necessidade de ações articuladas em rede foram os principais desafios destacados neste período. Entre 2018 e 2019, o quarto período, já com a criação e atuação da Enimpecto em evidência, o termo “negócio de impacto” ganha destaque junto aos “investimentos de impacto”. Relaciona-se esta questão à necessidade de conformidade entre a nomenclatura adotada pelo grupo - Estratégia Nacional de Investimento e Negócio de Impacto, à terminologia utilizada para designar os empreendimentos que representa. Como solução para a falta de acesso a recursos, a criação da primeira debênture de impacto social brasileira é evidenciada. No entanto, a insegurança jurídica gerada pela falta de aparatos normativos específicos aos NIs ainda é citada como um desafio a ser superado. Neste contexto, Políticas

Estaduais de Investimentos e Negócios de Impacto começam a ser instituídas em resposta às articulações e pautas reivindicatórias impulsionadas pelo ecossistema.

Tendo como partida os achados das narrativas observadas nas publicações entre 2004 e 2019, juntamente aos demais dados, fruto da observação de cenas do campo acompanhadas pela pesquisadora durante o processo coleta de dados, analisou-se as tensões ecossistêmicas, organizacionais e individuais refletidas nos desafios expostos pelo campo, analisados a partir da Teoria da Justificação de Boltanski e Thévenot (2006; 2020). Sete desafios principais foram evidenciados: desafio do reconhecimento; desafio do modelo de negócio; desafio do equilíbrio entre vida pessoal e profissional; desafio do reconhecimento legal; desafio da articulação; desafio dos mecanismos financeiros de fomento; e, o desafio da equidade. Nestes, as tensões ocasionadas pelo acionamento de *lógicas* pertencentes a *mundos de justificação* concorrentes foram analisadas, assim como, a aparição de *dispositivos, seres e objetos de compromisso* destinados a atenuar as *denúncias* destacadas.

Na terceira e última etapa, tendo como ponto de partida os achados previamente descritos e, a partir de um debate teórico-empírico, apresentou-se a “Gramática” do Impacto dos NIs no Brasil. Esta revelou, nos diferentes níveis de tensões observados, os *arranjos de compromissos* que compõem a “gramática moral” do ecossistema que envolve estes negócios. O intrincado conjunto de ferramentas, tanto cognitivas como materiais, utilizado pelos atores em seus *processos de justificação*, revelou a *figura complexa* dos NIs no Brasil. Das tensões identificadas, pode-se observar a sedimentação de cinco *compromissos* principais para sua estabilização. O compromisso socioambiental, formado pela conciliação entre as *lógicas civil e verde*; o compromisso dos mecanismos de mercado, entre as *lógicas mercantil e industrial*; o compromisso do impacto, tentando conciliar os *compromissos* anteriormente identificados; o compromisso da rede inspirada, unindo *grandezas dos mundos mercantil, de projetos, civil e inspirado*; e, o compromisso do impacto na mídia, destacando a *lógica da opinião* em composição com os *mundos civil, inspirado e de projetos*.

Os dados analisados expuseram as contradições da “multiplexidade moral” contida na “pluralidade de lógicas” que envolvem os NIs. O hibridismo destes empreendimentos foi analisado como uma manifestação complexa dos diferentes regimes de engajamento do capitalismo a que busca responder. A composição dos

compromissos firmados no campo, destacada nas narrativas construídas ao longo do tempo, evidenciam as respostas às críticas anticapitalistas social, conservadora, estética e ecológica, incorporadas nesta “nova forma organizacional” projetada nos NIs no Brasil. Pode-se atestar, mediando o percurso percorrido e descrito até aqui, que os objetivos definidos inicialmente a esta pesquisa foram atingidos. Com base nesses achados, sugere-se que estudos futuros possam ampliar a pesquisa realizada incluindo a análise das tensões reveladas nos desafios: da equipe inspirada e a problemática da formalização do vínculo de trabalho destes; do processo de internacionalização, revelando o conflito entre ganho de escala e cumprimento missão social; dos processos de aceleração e do papel da exposição internacional e das premiações como dispositivos de imagem valorizados pelo campo; entre outros. Estes desafios foram identificados nas narrativas e cenas observadas neste estudo, no entanto, não foram explorados nesta pesquisa. Sugere-se também, acrescentar a análise gramatical de textos e publicações canônicas sobre os negócios de impacto, sendo fiel ao método original de identificação de *mundos de justiça* proposto por Boltanski e Thévenot (2006; 2020).

Ao abraçar a Teoria da Justificação como arcabouço teórico de análise, estudos relacionados ao hibridismo organizacional e empreendimentos sociais podem se beneficiar da estrutura proposta por Boltanski e Thévenot (2006; 2020) na descoberta de elementos originadores das contradições normativas que fundamentam a vida institucional destas organizações. Uma pesquisa de cunho etnográfico, investigando como os atores individuais se envolvem com uma pluralidade de ordens morais destes empreendimentos, poderia desvelar um arranjo específico de compromissos relacionados aos desafios individuais dos empreendedores e colaboradores deste formato de negócio. Esta abordagem poderia enriquecer a gama de estudos do campo que adotam a análise microsociológica das práticas empreendedoras. A análise também poderia ser estendida às organizações-chave do setor, incluindo a Enimpecto, entidades de suporte, forças-tarefas, e grupos de trabalho para a constituição das Políticas Estaduais de fomento aos NIs. Ao observar os argumentos mobilizados e a composição das lógicas acionadas nos processos de debate desses grupos, poder-se-ia compreender melhor os argumentos que fundamentam a criação de códigos, normas, costumes, qualificações, critérios e definições que servem como referências comuns a todo o campo. Neste sentido, pesquisas dedicadas à

observação específica de dispositivos jurídicos, institucionais e materiais, poderiam enriquecer o debate teórico deste campo no aprofundamento do quadro de evidências da “gramática” do impacto em realidade brasileira, abrindo espaço para estudos comparados entre países de maior robustez empírica e teórica.

Com os achados desta pesquisa, pode-se refletir sobre a complexidade dos empreendimentos híbridos, entre estes os NIs, evidenciando-se a maneira com que os envolvidos com estes lidam com as diferentes *ordens de valor* que animam suas práticas organizacionais. A utilização da Teoria da Justificação como arcabouço teórico principal demonstrou todo o seu potencial para os estudos organizacionais, permitindo o desvelamento das *lógicas* contraditórias manifestadas nos *compromissos* firmados como resposta ao pluralismo organizacional destes empreendimentos. Além disso, permitiu a esta pesquisa um olhar para indivíduos, organizações e manifestações ecossistêmicas a partir dos fundamentos retóricos da crítica, examinando as *lógicas de valor* que envolvem os desafios e tensões nestes diferentes níveis de análise.

A inovação deste estudo supera a identificação de desafios, *dispositivos, lógicas e tensões* manifestadas na narrativa do campo dos NIs a partir de dimensões estáticas para observar estes abraçando as múltiplas ordens de valor em permanente movimento, acionadas como forma de legitimação destes negócios. Para tanto, foi necessário situar o arranjo de elementos que compõem os *compromissos* do campo no espaço e no tempo, motivo pelo qual considera-se que o processo descritivo das narrativas e cenas se torna fundamental neste tipo de pesquisa. Acredita-se que o grande desafio de uma pesquisa fundamentada na Sociologia da Crítica é transcender o processo descritivo das situações, rumo ao processo analítico das críticas. Esta tese buscou equilibrar essas duas etapas em um texto contínuo de apresentação multinível, mas, sem dúvida, mais tempo e experiência com esta forma de análise seriam necessários para superar este desafio completamente. Entende-se que esta tese também contribui com a discussão feita no campo da sociomaterialidade nos estudos organizacionais, ao incluir os não-humanos como mediadores dos *processos de justificação* dos atores que revelam o *estado de valor* que estes se apoiam em *momentos de disputa ou conflito*. Esta perspectiva demonstra a relevância das abordagens pragmáticas na análise da materialidade de artefatos, dispositivos, ferramentas, objetos e espaços, contribuindo para o debate da ‘virada material’ nos estudos organizacionais.

Encerra-se esta tese reforçando a ideia de que o surgimento de “novos modelos híbridos” que abarcam o mundo dos “negócios”, manifestado neste estudo na figura dos NIs, emergem do “processo de apropriação” das respostas coletivas oferecidas às críticas do capitalismo. No entanto, esse novo “senso de justiça” não se manifesta isolado dos demais formatos organizacionais que atuam na interface entre as *lógicas econômica e social*. As manifestações evidenciadas, não somente na análise das narrativas dos atores do campo, mas na mobilização de “coisas”, “não-humanos”, “objetos” e “dispositivos”, sedimentam-se nos modelos de negócio dos NIs e outros formatos de empreendimentos sociais direcionados à criação de duplo valor, à proposta de transformação do capitalismo e à sociedade como um todo. Estas “novas formas” também revelam “novos valores” que se consolidam no deslocamento do lucro para novos setores de atividades após períodos de crises - sociais, ecológicas, morais, econômicas, financeiras, sanitárias entre outras, validando novos “*regimes de justiça*” que animam os “modos de vida e de trabalho” coletivos. Sendo assim, sugere-se que os futuros pesquisadores da temática possam olhar para este fenômeno para além das tipificações que muitos *modelos* na literatura acabam por limitar. Isso ressalta a importância desta tese ao revelar a possibilidade de se analisar as práticas organizacionais a partir de uma lente que privilegie as diversas configurações possíveis em resposta aos desafios locais e regionais, situados em problemas específicos da realidade que os animam.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F.; SANTOS, F. Portugal Inovação Social: na encruzilhada dos tempos. **Cooperativismo e Economía Social**, n. 39, 2017.

ALMEIDA, J. A problemática do desenvolvimento sustentável. In: BECKER, D. F. (Org.). **Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, p. 21 - 29, 2002.

ALPERSTEDT, G. D.; ANDION, C. Por uma pesquisa que faça sentido. **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 6, p. 626-631, 2017.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B. ; SERAFIM, M. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, p. 221-234, 2014.

ALTER, S. K. **Social enterprise: A typology of the field contextualized in Latin America.** Inter-American Development Bank, 2003.

_____. **Social enterprise typology.** Virtue ventures LLC, v. 12, p. 1-124, 2007.

AMBLARD, H.; BERNOUX, P.; HERREROS, G.; LIVIAN, Y. F. **Les nouvelles approches sociologiques des organisations.** Paris: Éditions du Seuil, 1996.

AMBLARD, M. (ed.). **Conventions & Management.** Brussels: de Boeck, 2003.

ANDION, C. Gestão em organizações da economia solidária. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 1, p. 7-25, 1998.

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.

BARAD, K. Meeting the universe halfway: Realism and social constructivism without contradiction. In: HANKINSON, L.; NELSON, J. (Eds.), **Feminism, science, and the philosophy of science**, p. 161–194. Dordrecht, Holland: Kluwer Press, 1996.

_____. Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter. **Signs**, v. 28, n. 3, p. 801–831, 2003.

_____. **Meeting the universe halfway: Quantum physics and the entanglement of matter and meaning.** Durham: Duke University Press, 2007.

BARBALHO, A.; UCHOA, C. do V. As linguagens do novo capitalismo: os casos exemplares da Endeavor Brasil, Artemisia e Ashoka Brasil. **Política & Trabalho**, n. 50, p. 156, 2019.

BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo?. **GV Executivo**, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015.

_____. O papel da academia no campo do empreendedorismo social. **Revista GV Novos Negócios**, v. 9, n. 9, 2019.

BARKI, E.; RODRIGUES, J.; COMINI, G. M. Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 4, p. 477-501, 2020.

BATTILANA, J.; BESHAROV, M.; MITZINNECK, B. **On hybrids and hybrid organizing**: A review and roadmap for future research. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, v. 2, p. 133-169, 2017.

BATTILANA, J.; DORADO, S. Building sustainable hybrid organizations: The case of commercial microfinance organizations. **Academy of Management Journal**, v. 53, n. 6, p. 1419-1440, 2010.

BATTILANA, J.; LEE, M. Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. **The Academy of Management Annals**, v. 8, n. 1, p. 397-441, 2014.

BERGER, R.; TOZZINI, S. A finalidade das associações no novo Código Civil. *Conjur*, 19 de maio de 2003. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2003-mai-19/finalidade_associacoes_codigo_civil.

BÉRUBÉ, J.; DEMERS, C. Management of Creative Organizations: Four Ways to Reconcile Creation and Business. In: *Academy of Management Proceedings*. Briarcliff Manor, NY 10510: **Academy of Management**, 2015. p. 12488.

BESHAROV, M. L.; SMITH, W. K. Multiple institutional logics in organizations: Explaining their varied nature and implications. **Academy of Management Review**, v. 39, n. 3, p. 364-381, 2014.

BLACKBURN, R.; RAM, M. Fix or fixation? The contributions and limitations of entrepreneurship and small firms to combating social exclusion. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 18, n. 1, p. 73-89, 2006.

BOLTANSKI, L. A Moral da Rede? Críticas e Justificações nas recentes evoluções do capitalismo. **Fórum Sociológico**, p. 13-35, 2001.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. The New Spirit of Capitalism. **International Journal of Politics, Culture, and Society**, v. 18, n. 3-4, p. 161-188, 2005.

_____. **The New Spirit of Capitalism**. W. Ross MacDonald School Resource Services Library, 2009.

_____. O novo Espírito do Capitalismo. 2. ed, São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2020.

BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. **Les économies de la grandeur**. Paris: C.E. E. et Presses Universitaires de France, 1987.

_____. The sociology of critical capacity. **European Journal of Social Theory**, v. 2, n. 3, p. 359-377, 1999.

_____. **On Justification: Economies of Worth**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2006.

_____. **A Justificação: sobre as economias de grandeza**. Editora: UFRJ, 2020.

BORNHAUSEN, R. A. K. **Desafios Jurídicos dos Negócios de Impacto Social no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito), Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.

BORZAGA, C.; DEFOURNY, J. Conclusions. Social Enterprises in Europe: A diversity of initiatives and prospects. **The emergence of Social Enterprise**, p. 350-370, 2001.

BRANDL, J. et al. Why French pragmatism matters to organizational institutionalism. **Journal of Management Inquiry**, v. 23, n. 3, p. 314-318, 2014.

BRANDSEN, T. et al. (Ed.). **Social innovations in the urban context**. Springer Open, 2016.

BRASIL. **Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997**. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências.. Brasília, DF, 1997.

_____. **Medida Provisória nº 2158-35, de 24 de agosto de 2001**. Altera a legislação das Contribuições para a Seguridade Social - COFINS, para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP e do Imposto sobre a Renda, e dá outras providências.. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2158-35.htm

_____. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. PL 634/1975.

_____. **Lei nº 10.833, de 29 de dezembro de 2003**. Altera a Legislação Tributária Federal e dá outras providências. Brasília, DF, 2003.

_____. **Lei nº 13.204, de 14 de dezembro de 2015**. Altera a Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2015; Altera as Leis nº 8.429, de 2 de junho de 1992, e 9.790, de 23 de março de 1999; altera as Leis nº 8.429, de 2 de junho de 1992, 9.790, de 23 de março de 1999, 9.249, de 26 de dezembro de 1995, 9.532, de 10 de dezembro de 1997, 12.101, de 27 de novembro de 2009, e 8.666, de 21 de junho de 1993; e revoga a Lei nº 91, de 28 de agosto de 1935. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 dez. 2015.

_____. **Lei nº 13.204, de 14 de dezembro de 2015**. Institui o termo de colaboração e o termo de fomento. Brasília: DF, 2015. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13204.htm. Acesso em: 07 fev 2021.

_____. Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017. **Institui a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto**. Brasília: DF, 2017.

_____. **Projeto de Lei do Senado**, nº 338, de 2018. Dispõe sobre o Contrato de Impacto Social. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/133946>

_____. **Lei nº 13.800, de 04 de janeiro de 2019**. Autoriza a administração pública a firmar instrumentos de parceria e termos de execução de programas, projetos e demais finalidades de interesse público com organizações gestoras de fundos patrimoniais. Brasília, DF, 2019.

_____. Presidência da República. **Decreto Nº 9.977**, de 19 de agosto de 2019. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9977>. Acessado em: 9 de setembro de 2019.

BULL, M. Challenging tensions: critical, theoretical and empirical perspectives on social enterprise. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 14, n. 5, p. 268-275, 2008.

CALLON, M. Qu'est-ce qu'un agencement marchand? In: M. Callon (Ed.), **Sociologie des agencements marchands**. Paris: Presses des Mines, p. 325-440, 2013.

CARLILE, P. R. et al. (Ed.). **How matter matters**: Objects, artifacts, and materiality in organization studies. OUP Oxford, 2013.

CASAQUI, V. Narrativas de empreendedores sociais portugueses e brasileiros: percursos de vida e projetos de transformação. **Comunicação & Inovação**, v. 15, n. 29, p. 95-105, 2014.

_____. Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica. Chasqui: **Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 134, p. 299-313, 2017.

_____. O papel da narrativa no projeto da sociedade empreendedora e na cultura da inspiração. **E-Compós**, v. 23, jan-dez, 2020.

CECCHINI, V. K. **A rede de Negócios de Impacto da Periferia**: construindo conexões a partir do propósito. 2020. 134 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia da Inteligência e Design Digital) - Faculdade de Ciências Exatas e Tecnologia, Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020.

CERTO, S. T. MILLER, T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. **Business Horizons**, v. 51, n. 4, p. 267-271, 2008.

CHIAPELLO, E. Capitalism and its criticisms. In: DU GAY, Paul; MORGAN, Glenn (Ed.). **New spirits of capitalism?:** crises, justifications, and dynamics. Oxford University Press, p. 60-81, 2013.

CHIAPELLO, E.; FAIRCLOUGH, N. Understanding the new management ideology: a transdisciplinary contribution from critical discourse analysis and new sociology of capitalism. **Discourse & Society**, v. 13, n. 2, p. 185-208, 2002.

CHIAPELLO, E.; GILBERT, P. L'agence des outils de gestion. In F.-X. de Vaujany, A. Hussenot, & J. F. Chanlat (Eds.), **Théorie des organisations:** les nouvelles tendances (pp. 177–198). Paris: Économica, 2016.

_____. Management Tools. In: **Management Tools:** A Social Sciences Perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

CHIAPELLO, E.; KNOLL, L. The welfare conventions approach: A comparative perspective on social impact bonds. **Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice**, v. 22, n. 2, p. 100-115, 2020.

CHILD, C. Tip of the iceberg: The nonprofit underpinnings of for-profit social enterprise. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 45, n. 2, p. 217-237, 2016.

CHO, A. H. Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal. In: **Social Entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, London, p. 34-56, 2006.

CIC ASSOCIATION. **What is a CIC?** Disponível em: <http://www.cicassociation.org.uk/about/what-is-a-cic> 2015. Acesso em: 02 fev de 2021.

CLOUTIER, C.; GOND, J. P.; LECA, B.. Justification, evaluation and critique in the study of organizations: An introduction to the volume. In: **Justification, evaluation and critique in the study of organizations**. Emerald Publishing Limited, 2017.

CLOUTIER, C.; LANGLEY, A. Competing rationalities in organizations: a theoretical and methodological overview. **Cahiers de recherche du GÉPS**, v. 3; n.1, HEC Montréal, 2007.

COMINI, G.; BARKI, E.; AGUIAR, L. A Three-Pronged Approach to Social Business: A Brazilian Multi-Case Analysis. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.47, n.3, p.385-397, jul./ago./set. 2012.

DACIN, P. A.; DACIN, M. T.; MATEAR, M. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. **Academy of Management Perspectives**, v. 24, n. 3, p. 37-57, 2010.

DART, R. The legitimacy of social enterprise. **Nonprofit Management and Leadership**, v. 14, n. 4, p. 411-424, 2004.

DAUDIGEOS, T.; VALIORGUE, B.. On Objects and Material Devices in the Organisational Responses to Institutional Pluralism: Insights from Economies of Worth. **Management International**, v. 22, n. 3, 2018.

DE COCK, C.; NYBERG, D. The possibility of critique under a financialized capitalism: The case of private equity in the United Kingdom. **Organization**, v. 23, n. 4, p. 465-484, 2016.

DE VAUJANY, F. X. et al. Introduction: How Can Materiality Inform Institutional Analysis?. In: **Materiality in Institutions**. Palgrave Macmillan, Cham, p. 1-31, 2019.

DE VAUJANY, F. X.; MITEV, N. Introduction: Space in organizations and sociomateriality. In: **Materiality and Space**. Palgrave Macmillan, London, p. 1-21, 2013.

DE VAUJANY, F. X.; VAAST, E. If these walls could talk: The mutual construction of organizational space and legitimacy. **Organization Science**, v. 25, n. 3, p. 713-731, 2014.

DEEPHOUSE, D. L.; BUNDY, J.; TOST, L. P.; SUCHMAN, M. C. Organizational legitimacy: six key questions. In: GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; LAWRENCE, T. B.; MEYER, R. E. (org). **The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism**. California: Sage, 2017.

DEEPHOUSE, D. L.; SUCHMAN, M. C. Legitimacy in organizational institutionalism. In: GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN, K.; SUDDABY, R. **The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism**. California: Sage, 2008.

DEES, J. G.. Social enterprise spectrum: Philanthropy to commerce. **Harvard Business School Cases**, 1996.

_____. Enterprising nonprofits. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 1, p. 54–67, 1998.

DEES, J. G.; ANDERSON, B. B. Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. **Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field**, v. 1, n. 3, p. 39-66, 2006.

DEFOURNY, J.; NYSSSENS, M. Social Enterprise and Social Entrepreneurship Conceptions: What is at Stake beyond Discourses?. **BBE Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland**, v. 2016, n. 5, p. 1-7, 2016.

_____. Fundamentals for an international typology of social enterprise models. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 28, n. 6, p. 2469-2497, 2017.

DEFOURNY, J.; NYSSSENS, M.; BROLIS, O. Cartographie et validation de modèles d'entreprise sociales à l'échelle internationale: données du projet ICSEM

(International Comparative Social Enterprise Models). In: **Séminaire du Centre de Recherche sur les innovations sociales (CRISES)**, Montreal, 04 de abril de 2019.

DENIS, J. L.; LANGLEY, A.; ROULEAU, L. Strategizing in pluralistic contexts: rethinking theoretical frames. **Human Relations**, n. 60, p. 179–215, 2007.

DEWEY, J. **Theory of valuation**. International encyclopedia of unified science, 1939.

DEY, P.; STEYAERT, C. Rethinking the space of ethics in social entrepreneurship: Power, subjectivity, and practices of freedom. **Journal of Business Ethics**, v. 133, n. 4, p. 627-641, 2016.

DIAZ-BONE, R. **A “Economia das convenções”**: Grundlagen und Entwicklung der neuen französischen Wirtschaftssoziologie [A economia da convenção: fundamentos e desenvolvimentos da nova sociologia econômica francesa] (2ª ed.). Wiesbaden: Springer VS, 2018.

_____. Economics of Convention and its Perspective on Knowledge and Institutions. In: **Knowledge and Institutions**. Springer, Cham, p. 69-88, 2018a.

DIMAGGIO, P. J.; ANHEIER, H. K. The sociology of nonprofit organizations and sectors. **Annual Review of Sociology**, v. 16, n. 1, p. 137-159, 1990.

DODIER, N. **L'expertise médicale**: essai de sociologie sur l'exercice du jugement. Editions Métailié, 1993.

DOHERTY, B.; HAUGH, H.; LYON, F. Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. **International Journal of Management Reviews**, v. 16, n. 4, p. 417-436, 2014.

DOW JONES & COMPANY. **Factiva business information tool**. Disponível em: <https://professional.dowjones.com/factiva/>. Acesso em: 11 nov 2019

DRAYTON, W. . The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. **California Management Review**, v. 44, n. 3, p. 120–132, 2002.

DUSKA, R. Business ethics: oxymoron or good business?. **Business Ethics Quarterly**, v. 10, n. 1, p. 111-129, 2000.

DYLLICK, T.; MUFF, K. Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. **Organization & Environment**, v. 29, n. 2, p. 156-174, 2016.

ENIMPACTO. **Apresentação 7ª Reunião Comitê Enimpecto**, 02 de outubro de 2019. Disponível em: https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/images/enimpecto/20191002a_Apresentacao_7aa_reuniao_Enimpecto.pdf. Acesso em: 10 set 2021.

FABIANI, P. J.; HANAI, A.; PASQUALIN, P.; LEVISKY, R. **Fundos patrimoniais filantrópicos**: sustentabilidade para causas e organizações. IDIS - Instituto para o desenvolvimento do investimento social., 2019. Disponível em: https://www.idis.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Livro_Fundos_Patrimoniais.pdf. Acesso em: 25 jun 2021.

FARAJ, S.; AZAD, B. The materiality of technology: An affordance perspective. **Materiality and organizing**: Social interaction in a technological world, v. 237, p. 258, 2012.

FERREIRA, J. B. **Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina**: um estudo a partir do relato de mulheres participantes do prêmio SEBRAE. 2012. Dissertação (Mestrado em Mestrado Profissional em Administração) - Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, 2012.

FISAC-GARCIA, R. et al. Iniciativas empreendedoras de lucha contra problemas sociales: distintas aproximaciones geográficas. In: **6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management**. XVI Congreso de Ingeniería de Organización, 18/07/2012 - 20/07/2012, Vigo, España. p. 1065-1072, 2012.

FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. **Carta de princípios para Negócios de Impacto no Brasil**. São Paulo, 2015.

FOSTER, W.; BRADACH, J. Should nonprofits seek profits?. **Harvard Business Review**, v. 83, n. 2, p. 92-100, 2005.

FRANÇA FILHO, G. C. de; RIGO, A.; SOUZA, W. J. de. A reconciliação entre o econômico e o social na noção de empresa social: limites e possibilidades (no contexto brasileiro). **Organizações & Sociedade**, v. 27, p. 556-584, 2020.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, v.13, p. 122-126, 1971.

GALERA, G.; BORZAGA, C. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. **Social Enterprise Journal**, v. 5, n. 3, p. 210-228, 2009.

GARUD, R.; GEHMAN, J.; KARNØE, P. Categorization by association: Nuclear technology and emission-free electricity. In: **Institutions and Entrepreneurship**. Emerald Group Publishing Limited, p. 51-93, 2010.

GODECHOT, O. Book Review: Luc Boltanski and LaurentThévenot (translated by Catherine Porter) On Justification: Economies of Worth Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2006. **Cultural Sociology**, v. 3, n. 1, p. 193-195, 2009.

GONÇALVES, C. E. A. **Negócio sociais e Investimentos de impacto**: um estudo sobre as percepções dos atores do ecossistema. 2017. Dissertação (Mestrado

Profissional em Empreendedorismo) - Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

GOND, J. P.; LECA, B. Theorizing change in pluralistic institutional context: What economies of worth and new-institutionalism can learn from each other. In: **EGOS Conference**, Goteborg, Sweden. 2011.

GONSALVES, A. K. R. **Sistema de garantia de direitos da criança e do adolescente como ação pública**: uma análise multiescalar no município de Florianópolis. 364 p. (Mestrado Acadêmico em Administração) - Centro de Ciências da Administração e Econômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2015

GORDON, M. **A typology of social enterprise traditions**. ICSEM Working Papers, n. 18, Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project, 2015.

GOUVEIA, F. **Controvérsias sobre a sustentabilidade do etanol combustível no Brasil**: panorama e investigação socioinformática dos jornais online de amplo alcance. 2016. 261 f. Tese (Doutorado em Política Científica e Tecnológica) - Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

GREGOLIN, M. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. Comunicação **Mídia e Consumo**, v. 4, n. 11, p. 11-25, 2008.

GRENIER, C.; BERNARDINI-PERINCILOLO, J. Strategic and Enforced Logics Hybridization: An Agency View within French Hospitals and Universities. In: **Towards A Comparative Institutionalism: Forms, Dynamics And Logics Across The Organizational Fields Of Health Care And Higher Education**. Emerald Group Publishing Limited, 2016.

HANSMANN, H. The effect of tax exemption and other factors on the market share of nonprofit versus for-profit firms. **National Tax Journal**, v. 40, n. 1, p. 71-82, 1987.

HAUGH, H. Social enterprise: beyond economic outcomes and individual returns. In: MAIR, J.; ROBINSON, J.; HOCKERTS, K. (Eds.), **Social Entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, New York, p. 180–207, 2006.

HELM, W. S.; OLIVER, C.; WEBB, K. Antecedents of settlement on a new institutional practice: Negotiation of the ISO 26000 standard on social responsibility. **Academy of Management Journal**, v. 55, n. 5, p. 1120–1145, 2012.

HUMPHRIES, M.; GRANT, S. Social Enterprise and Re-Civilization of Human Endeavors: Re-Socializing the Market Metaphor or Encroaching Colonization of the Lifeworld?. *Current issues in comparative education*, v. 8, n. 1, p. 41-50, 2005.

HYBELS, R. C.; RYAN, A. R.; BARLEY, S. R. Aliances, legitimatizon and founding rates in the U.S biotechnology field, 1971-1989. In: **The annual meeting of the Academy of Management**, Dallas, 1994.

ICE. **Boletim Especial**: Dinamizadores do Ecosistema de Impacto, julho de 2021. Disponível em: <https://mailchi.mp/ice.org.br/especialesg-e-a-agenda-de-investimentos-e-negcios-de-impacto-1507578?e=6142ae0413>. Acesso em: 27 jul 2021.

IIZUKA, E. S.; VARELA, C. A.; LARROUDÉ, E. R. A. Social Business Dilemmas in Brazil: Rede Astacase. **Revista de Administração de Empresas**, v. 55, n. 4, p. 385–396, ago. 2015.

IKEMOTO, Y.; MATSUI, N. Solidarity and social business: Theoretical background. In: **Solidarity Economy and Social Business**. Springer, Tokyo, p. 1-11, 2015.

JAGD, S. Pragmatic sociology and competing orders of worth in organizations. **European Journal of Social Theory**, v. 14, n. 3, p. 343-359, 2011.

JAMES, E. How nonprofits grow: A model. **Journal of Policy Analysis and Management**, v.2, n. 3, p. 350-365, 1983.

JARZABKOWSKI, P.; FENTON, E. **Strategizing and organizing in pluralistic contexts**. Long Range Planning n. 39, p. 631–48, 2006.

JARZABKOWSKI, P.; PINCH, T. Sociomateriality is 'the New Black': Accomplishing repurposing, reinscripting and repairing in context. **Management (France)**, v.16, n. 5, p. 579-592, 2013.

KALBERG, Stephen. Max Weber's types of rationality: Cornerstones for the analysis of rationalization processes in history. **American Journal of Sociology**, v. 85, n. 5, p. 1145-1179, 1980.

KAUFMANN, J-C. **L'entretien compréhensif**. Paris: Nathan, 1996.

KAPLAN, L. F. **A atuação da mídia no ecossistema brasileiro de negócios de impacto**. (Trabalho de Conclusão de Curso) - Graduação em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. 2020.

KAPLAN, S.; MURRAY, F. Entrepreneurship and the construction of value in biotechnology. In: **Technology and Organization: Essays in Honour of Joan Woodward**. Emerald Group Publishing Limited, p. 107-147, 2010.

KERLIN, J. A. Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 17, n. 3, p. 246, 2006.

_____. Defining social enterprise across different contexts a conceptual framework based on institutional factors. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 42, n. 1, p. 84–108, 2013.

KERLIN, J. A.; MONROE-WHITE, T.; ZOOK, S. A quantitative critique of Kerlin's macro-institutional social enterprise framework. **Social Enterprise Journal**, 2015.

_____. Habitats in the zoo. In: YOUNG D. R.; SEARING, E. A. M., BREWER, C. V. **The social enterprise zoo: a guide for perplexed scholars, entrepreneurs, philanthropists, leaders, investors, and policymakers**. Cheltenham: Edward Elgar, 2016.

KING, B. G.; PEARCE, N. A. The contentiousness of markets: Politics, social movements, and institutional change in markets. **Annual Review of Sociology**, v. 36, p. 249-267, 2010.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do Jornalismo: O que os jornalistas devem saber o público exigir**. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KRAATZ, M.; BLOCK, E. Organizational implications of institutional pluralism. In: R GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN-ANDERSON; K.; SUDDABY, R. (Eds) **Handbook of Organizational Institutionalism**. London: Sage, p. 243-75, 2008.

KRAMER, M. R.; PORTER, M. **Creating shared value**. FSG, 2011.

KRIEGER, M. G. M.; ANDION, C. Legitimidade das organizações da sociedade civil: análise de conteúdo à luz da teoria da capacidade crítica. **Revista de Administração Pública**, v. 48, n. 1, p. 83-110, 2014.

LAFAYE, C. Situations tendues et sens ordinaires de la justice au sein d'une administration municipale. **Revue Française de Sociologie**, p. 199-223, 1990.

_____. **Sociologie des organisations**. Paris: Nathan, 1996.

LAFAYE, C.; THÉVENOT, L. Une justification écologique? Conflits dans l'aménagement de la nature. **Revue Française de Sociologie**, p. 495-524, 1993.

LAMONT, M.; THÉVENOT, L.. Rethinking comparative cultural sociology. **Repertoires of Evaluation**, v. 8, 2000.

LATOUR, B. **Science in action**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1987.

_____. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: BIJKER, E.; LAW, J. (Eds.), **Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change**. p. 225–258. Cambridge, MA: MIT Press, 1992.

_____. **Reassembling the social: an introduction to Actor–network theory**. Oxford University Press: Oxford, 2005.

_____. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede**. Edufba, 2012.

LATOURE, B.; WOOLGAR, S. **A vida de laboratório**: a produção dos fatos científicos. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LAVILLE, J-L.; YOUNG, D. R.; EYNAUD, P. (Ed.). **Civil society, the third sector and social enterprise**: governance and democracy. Routledge, 2015.

LEADBEATER, C. **The rise of the social entrepreneur**. London: Demos, 1997.

LEMIEUX, C. **Mauvaise presse**: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques. Métailié, 2000.

LEONARDI, P. M.; NARDI, B. A.; KALLINIKOS, J. (Eds.). **Materiality and organizing**: Social interaction in a technological world. Oxford: Oxford University Press. 2012.

LEONARDI, P. M. Theoretical foundations for the study of sociomateriality. **Information and Organization**, v. 23, n. 2, p. 59-76, 2013.

LETAIFA, S. B. How social entrepreneurship emerges, develops and internationalizes during political and economic transitions. **European Journal of International Management**, v. 10, n. 4, p. 455-466, 2016.

LEVANDER, U. Social enterprise: Implications of emerging institutionalized constructions. **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 1, n. 2, p. 213-230, 2010.

LEVY, D.; SCULLY, M. The institutional entrepreneur as modern prince: The strategic face of power in contested fields. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 971-991, 2007.

LIGHT, P. C. Reshaping social entrepreneurship. **Stanford Social Innovation Review**, v. 4, n. 3, p. 47-51, 2006.

_____. **Vers une théorie pragmatique et sémiotique des outils appliquée aux instruments de gestion**. Groupe ESSEC, 2002.

LORINO, P. Management systems as organizational 'Architextures'. In: **Materiality and Space**. Palgrave Macmillan, London, p. 62-75, 2013.

LUBLINSKA, M. National Programme for Social Economy Development in Poland. European Commission (EC), 2015. **Capacity Building Seminar**: Building Enabling Ecosystems for Social Enterprises Brussels, 22–23 de abril, 2015.

MAGALHÃES, T. G. **Garantir direitos não é brincadeira**: investigação, experimentação e inovação social na política pública de proteção integral de crianças e adolescentes em Florianópolis. 2020. 1 recurso on-line (449 p.) Tese (Doutorado em Administração) - Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

- MAGUIRE, S.; HARDY, C.; LAWRENCE, T. B. Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 5, p. 657-679, 2004.
- MAIR, J.; BATTILANA, J.; CARDENAS, J. Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models. **Journal of Business Ethics**, v. 111, n. 3, p. 353-373, 2012.
- MAIR, J.; MARTI, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p. 36-44, 2006.
- MARTINS, G. P. de C.; AMARAL, M. O habitus em Bourdieu e a teoria da justificação de Boltanski e Thévenot. **Latitude**: publicação do Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Ufal, Maceió, v. 3, n. 2, p. 96-108, 2009.
- MASSETTI, B. L. **The social entrepreneurship matrix as a “tipping point” for economic change**. E: CO, v. 3, n. 10, p. 1-8, 2008.
- MATHIAS, A. L. T. C.; SANTOS, P. S. Investimento social privado e negócios de impacto: possibilidades de apoio ao setor de impacto no Brasil. **Artigos GIFE**, v.1, n.1, 2019.
- MCGOEY, L. The philanthropic state: market–state hybrids in the philanthrocapitalist turn. **Third World Quarterly**, v. 35, n. 1, p. 109-125, 2014.
- MCMULLEN, J. S. Organizational hybrids as biological hybrids: Insights for research on the relationship between social enterprise and the entrepreneurial ecosystem. **Journal of Business Venturing**, v. 33, n. 5, 2018.
- MENDES, F. A Aliança pelo impacto que está estruturando as finanças sociais no Brasil. **Aupa Jornalismo de Impacto**, 08 de maio de 2018. Disponível em: <https://aupa.com.br/a-forca-tarefa-de-financas-sociais-que-esta-estruturando-os-negocios-de-impacto-no-brasil/>
- MILLAR, R.; HALL, K.; MILLER, R. Hybrid organisations in English health and social care. In: **Handbook on Hybrid Organisations**. Edward Elgar Publishing, 2020.
- MITEV, N. et al. Managerial Techniques in Management and Organization Studies: Theoretical Perspectives on Managerial Artefacts. In: **Materiality and Managerial Techniques**. Palgrave Macmillan, Cham, p. 1-38, 2018.
- MONGELLI, L. et al. The bright side of hybridity: Exploring how social enterprises manage and leverage their hybrid nature. **Journal of Business Ethics**, v. 159, p. 301-305, 2019.
- MONROE-WHITE, T. K. **A cross country investigation of social enterprise innovation: a multilevel modelling approach**. Doctoral Dissertation (Doctor of Philosophy) - School of Public Policy, Georgia Institute of Technology, 2014.

MONROE-WHITE, T.; KERLIN, J.; ZOOK, S. A quantitative critique of Kerlin's macro-institucional enterprise framework. **Social Enterprise Journal**, v. 11, n. 2, p. 178-201, 2015.

MORAES NETO, A. E. de. Finanças sociais: por um capitalismo mais inclusivo. **GV Executivo**, v. 15, n. 1, p. 22-24, 2016.

MORAES, R. L. **Ação coletiva e inovação social na esfera pública**: análise da experiência do movimento de combate à corrupção eleitoral (MCCE) no Brasil. 281 p. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) - Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2014

MORINIERE, A.; GEORGESCU, I. Compromises in a Hybrid Organization: The Case of the French Public Hospitals. In: Academy of Management Proceedings. Briarcliff Manor, NY 10510: **Academy of Management**, 2019. p. 15069.

MORT, G. S.; WEERAWARDENA, J.; CARNEGIE, K. Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 8, n. 1, p. 76-88, 2003.

NICHOLLS, A.; CHO, A. Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field, p. 99-118. In: NICHOLLS, Alex (Ed.). **Social entrepreneurship**: New models of sustainable social change. OUP Oxford, 2006.

NICHOLLS, A.; TEASDALE, S.. Neoliberalism by stealth? Exploring continuity and change within the UK social enterprise policy paradigm. **Policy & Politics**, v. 45, n. 3, p. 323-341, 2017.

NISHIMURA, M. D. L. ; ALPERSTEDT, G. D. ; FEUERSCHÜTTE, S. G. Empreendedorismo Social Feminino: Uma Pesquisa a Partir da História de Vida de Mulheres Empreendedoras. **Anais... XXXVI ENANPAD**, Rio de Janeiro, 2012.

NOYA, A. Building conducive Ecosystems for social Enterprises. European Commission (EC), 2015. Capacity Building **Seminar: Building Enabling Ecosystems for Social Enterprises**, Brussels, 22–23 de abril, 2015.

OBSERVA FLORIPA. **Observatório de Inovação Social de Florianópolis**. Disponível em: < <https://http://www.observafloripa.com.br/>>. Acesso em: 12 set 2019.

OLIVEIRA, F. S. et al. **Sobre o conceito de experiência no pragmatismo de John Dewey**. Tese (Doutorado em História) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Goiás. 2018.

ORLIKOWSKI, W. J. Sociomaterial practices: Exploring technology at work. **Organization Studies**, v. 28, n. 9, p. 1435-1448, 2007.

_____. The sociomateriality of organisational life: Considering technology in management research. **Cambridge Journal of Economics**, v. 34, p. 125–141, 2010.

ORLIKOWSKI, W. J.; SCOTT, S. V. Sociomateriality: Challenging the separation of technology, work and organization. **Academy of Management Annals**, v.2, p, 433-474, 2008.

OVIEDO L. C. **Estudo sobre as motivações para empreender negócios sociais**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade do Estado de Santa Catarina. 2015.

PACHE, A-C.; SANTOS, F. When worlds collide: The internal dynamics of organizational responses to conflicting institutional demands. **The Academy of Management Review**, v. 35, n. 3, p. 455–476, 2010.

_____. Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. **Academy of Management Journal**, v. 56, n. 4, p. 972-1001, 2013.

PACHE, A-C; THORNTON, P. H. Hybridity and institutional logics. In: **Organizational Hybridity: Perspectives, Processes, Promises**. Emerald Publishing Limited, 2020.

PARKER, B. The Disorganization of Inclusion: Globalization as Process. In: WESTWOOD, R.; CLEGG, S. (Ed.). **Debating Organization: Point-counterpoint in organization studies**. John Wiley & Sons, p. 234, 2009.

PATRIOTTA, G.; GOND, JP.; SCHULTZ, F. Maintaining legitimacy: Controversies, orders of worth, and public justifications. **Journal of Management Studies**, v. 48, n. 8, p. 1804-1836, 2011.

PEATTIE, K.; MORLEY, A. Eight paradoxes of the social enterprise research agenda. **Social Enterprise Journal**, v. 4, n. 2, p. 91–107, 2008.

PEREDO, A. M.; MCLEAN, M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p. 56-65, 2006.

PESTOFF, V.; BRANDSEN, T. Co-production, the third sector and the delivery of public services: An introduction. **Public Management Review**, v. 8, n. 4, p. 493-501, 2006.

PETRINI, M.; SCHERER, P. BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.

PIETERSE, J. N. Globalization as hybridization. In: FEATHERSTONE, M.; LASH, S.; ROBERTSON, R. (Eds). **Global Modernities**, London: Sage, p. 45–68, 1995.

PIPE SOCIAL. **O que são negócios de impacto**: características que definem empreendimentos como negócio de impacto. Pipe Social, Instituto de Cidadania Empresarial. São Paulo: SP, ICE, 2019.

_____. **1º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental**. Disponível em: <<https://pipe.social/mapa2017>>. Acesso em: 15 de junho de 2019a.

_____. **2º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental**. Disponível em: <<https://pipe.social/mapa2019>>. Acesso em: 9 de setembro de 2019b.

_____. **3º Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental, 2021**. Disponível em: <https://pipelabo.com/mapas/mapa-2021/>. Acesso em: 17 set 2021.

PIRNI, A.; RAFFINI, L. Social enterprise in Spain and Italy during the crisis: a laboratory for economic and social innovation? **OBETS-Revista de Ciências Sociais**, v. 10, n. 1, p.127-158, 2015.

PNUD. **Relatório Anual PNUD 2018**. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, 2018. Disponível em: <https://info.undp.org/>. Acesso em: 15 ago 2021.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. L. O pote de ouro na base da pirâmide. **HSM Management**, v. 32, p. 14-27, 2002.

RAMIREZ, C. 'We are being pilloried for something, we did not even know we had done wrong!' Quality control and orders of worth in the British audit profession. **Journal of Management Studies**, v. 50, n. 5, p. 845-869, 2013.

RAMOS, G. **A redução sociológica**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.

REAY, T.; HININGS, C.R.B. Managing the rivalry of competing institutional logics. *Organization Studies*, n. 30, p. 629–52, 2009.

REINECKE, J.; VAN BOMMEL, K.; SPICER, A. When orders of worth clash: Negotiating legitimacy in situations of moral multiplexity. In: **Justification, evaluation and critique in the study of organizations**: Contributions from French pragmatist sociology. Emerald Publishing Limited, 2017. p. 33-72.

ROBICHAUD, D.; COOREN, F. (Eds.). **Organization and organizing**: Materiality, agency, and discourse. Routledge, 2013.

ROJAS, F. Market Rebels: How Activists Make or Break Radical Innovations. **Contemporary Sociology**, v. 38, n. 6, p. 597, 2009.

ROSATTI, C. G.; BONALDI, E. V.; FERREIRA, M. T. " Uma crítica para o presente": entrevista com Luc Boltanski. **Plural-Revista de Ciências Sociais**, v. 21, n. 1, p. 217-230, 2014.

ROSOLEN, T.; TISCOSKI, G. P.; COMINI, G. M. Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da produção nacional e internacional. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, n. 1, 2014.

ROSSETTI LEANDRO, B. **O propósito social na ótica de empreendedores sociais**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, 2017.

ROY, M.J.; GRANT, S. The Contemporary Relevance of Karl Polanyi to Critical Social Enterprise Scholarship. **Journal of Social Entrepreneurship**, p. 1-17, 2019.

SAIZ-ÁLVAREZ, J. M. (Ed.). **Handbook of Research on Social Entrepreneurship and Solidarity Economics**. IGI Global, 2016.

SALAMON, L. M.; SOKOLOWSKI, S. W. Bringing the 'social' and the 'political' to civil society: Social origins of civil society sector in 40 countries. In: **38th Annual Conference of the Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action**, Cleveland, OH. 2009. p. 19-21.

_____. The social origins of civil society: Explaining variations in the size and structure of the global civil society sector. In: **9th international conference of the international society for third sector research**, Istanbul, Turkey. 2010.

SALAMON, L.; ANHEIER, H. In search of the nonprofit sector I: the question of definitions. **Voluntas**, v.3, n. 2, 1992.

SALES DIAS, S. **Empreendimentos exemplares: um estudo sobre a gestão moral dos negócios de impacto**. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Antropologia) Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2017, 207 p."

SALMINEN, J. The spatial logics of justification—the case of a dispute over a car-free street in Tampere, Finland. **European Journal of Cultural and Political Sociology**, v. 5, n. 1-2, p. 66-89, 2018.

SANTOS, F. M. A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, v. 111, n. 3, p. 335-351, 2012.

SCHAD, J.; RAISCH, S.; SMITH, W. K. Paradox research in management science: The first 25 years and the next 25 years. In: **Academy of Management Proceedings**. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, 2015. p. 17333.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Série os Economistas, São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SCHWARZ, O. Dead Honest Judgments: emotional expression, sonic styles and evaluating sounds of mourning in late modernity. **American Journal of Cultural Sociology**, v. 1, n. 2, p. 153-185, 2013.

SEANOR, P.; MEATON, J. Learning from failure, ambiguity and trust in social enterprise. **Social Enterprise Journal**, v. 4, n. 1, p. 24-40, 2008.

SEBRAE. **Negócios de impacto social e ambiental sob a perspectiva de clientes Sebrae**, 2017. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/0b47819b6baebaf188f81754f8d0032f/\\$File/7847.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/0b47819b6baebaf188f81754f8d0032f/$File/7847.pdf). Acesso em: 20 ago 2020.

_____. **Setor 2,5: bons negócios para o bem de todos**, 2013. Disponível em: <http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/Negocios2.5.pdf>. Acesso em: 05 jun 2021.

SHANE, S. A. Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors. **Academy of Management Journal**, v. 39, n. 1, p. 216-234, 1996.

SHAW, E.; CARTER, S. Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 14, n. 3, p. 418-434, 2007.

SHAW, E.; DE BRUIN, A. Reconsidering capitalism: the promise of social innovation and social entrepreneurship?. **International Small Business Journal**, v. 31, n. 7, p. 737-746, 2013.

SILVA, A. C.; POZA, C. A Review of the Social Entrepreneurship Phenomenon. In: **Handbook of Research on Social Entrepreneurship and Solidarity Economics**. IGI Global, 2016. p. 1-26.

SILVA, C. S.; IIZUKA, E. S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, p. 123-137, 2018.

SILVA, H.; CARAVAU, H.; AMORIM, M.; DIAS, M. F. Social entrepreneur: does literature match reality? In: Responsible entrepreneurship - vision, development and ethics: **Proceedings... 9th International conference for entrepreneurship, innovation and regional development: June 23-24, 2016, Bucharest, Romania**. Proceedings.. / ed. by Alexandra Zbucnea and Dimitrios Nikolaidis. – Bucuresti: Comunicare.ro, p. 199-209, 2016.

SILVA, M. S. T.; CORREIA, S. E. N. Tensões nos negócios sociais: proposição de um framework a partir de uma análise integrativa da literatura. **XLV Encontro da ANPAD - EnANPAD**, 4-8 de outubro de 2021.

SIMPSON, A. V.; CUNHA, M. P.; CLEGG, S. Hybridity, sociomateriality and compassion: What happens when a river floods and a city's organizations respond?. **Scandinavian Journal of Management**, v. 31, n. 3, p. 375-386, 2015.

SMITH, W. K.; GONIN, M.; BESHAROV, M. L. Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. **Business Ethics Quarterly**, v. 23, n. 3, p. 407-442, 2013.

SMITH, W. K.; LEWIS, M. W. Toward a theory of paradox: A dynamic equilibrium model of organizing. **Academy of Management Review**, v. 36, n. 2, p. 381-403, 2011.

SOARES, E. C.; PETRINI, M de C. Maximização de lucros dos shareholders e responsabilidade social corporativa (RSC): entre a competitividade e a sustentabilidade. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 3, n. 1, p. 189-208, 2014.

SOCIOFILO, Blog do. **A sociologia pragmática em três gestos**. Disponível em: < <https://blogdosociofilo.com/2018/11/22/a-sociologia-pragmatica-em-tres-gestos-ou-como-caminhar-rumo-a-uma-sociologia-dos-problemas-intimos-por-diogo-silva-correa/>>. Acesso em: 9 set de 2019.

SPICER, A.; BÖHM, S. Moving management: Theorizing struggles against the hegemony of management. **Organization Studies**, v. 28, n. 11, p. 1667-1698, 2007.

STARK, D. **For a sociology of worth**. Working Paper Series, Center on Organizational Innovation, Columbia University, 2000.

_____. For what it's worth. In: **Justification, Evaluation and Critique in the Study of Organizations**: Contributions from French Pragmatist Sociology. Emerald Publishing Limited, 2017. p. 383-397.

SUD, M.; VANSANDT, C. V.; BAUGOUS, A. M. Social entrepreneurship: The role of Institutions. **Journal of Business Ethics**, v. 85, n. 1, p. 201-216, 2009.

TAUPIN, B. Book Review - Paul DU GAY & Glenn MORGAN 2013 *New Spirits of Capitalism? Crises, Justifications and Dynamics*. **M@n@gement**, v.16, n. 4, p. 505-514, 2013.

TAYLOR, S.; SPICER, A. Time for space: A narrative review of research on organizational spaces. **International Journal of Management Reviews**, v. 9, n. 4, p. 325–346, 2007.

TEASDALE, S. What's in a name? Making sense of social enterprise discourses. **Public Policy and Administration**, v.. 27, n. 2, p. 99-119, 2012.

TEODÓSIO, A. dos S.; COMINI, G. Negócios inclusivos e pobreza: perspectivas no contexto brasileiro. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 410-421, 2012.

THAKE, S.; ZADEK, S.. **Practical people, noble causes**: how to support community-based social entrepreneurs. London: New Economics Foundation, 1997.

- THÉVENOT, L. Organized complexity: conventions of coordination and the composition of economic arrangements. **European Journal of Social Theory**, v. 4, p. 405–25, 2001.
- THÉVENOT, L.; MOODY, M.; LAFAYE, C. Forms of valuing nature: Arguments and modes of justification in French and American environmental disputes. In: LAMONT, M.; THÉVENOT, L. (Hrsg.), **Rethinking comparative cultural sociology**. Repertoires of evaluation in France and the United States. Cambridge: Cambridge University Press, p. 229-272, 2000.
- THORNTON, P. H. **Markets from Culture**: Institutional Logics and Organizational Decisions in Higher Education Publishing. Stanford, CA: Stanford University Press, 2004.
- THORNTON, P. H.; OCASIO, W. Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: executive succession in the higher education publishing industry, 1958–1990. **American Journal of Sociology** 105: 801–43, 1999.
- THORNTON, P. H.; OCASIO, W.; LOUNSBURY, M. **The institutional logics perspective**: A new approach to culture, structure, and process. Oxford University Press on Demand, 2012.
- UCHOA, C. do V. **A construção discursiva do empreendedorismo social**: crítica e justificação no novo espírito do capitalismo. Dissertação (Mestrado Acadêmico ou Profissional). Universidade Estadual do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2017.
- UNITED NATIONS. **International Co-operative Alliance statement on the co-operative identity**. 2012, Disponível em: <<https://www.un.org/en/events/coopsyear/about.shtml>>. Acesso em: 7 ago 2019.
- VANDENBERGUE, F. Construção e crítica na nova sociologia francesa. **Sociedade e Estado**, v. 21, n. 2, p. 315-366, 2006.
- VASCONCELOS, I.F.G de; MASCARENHAS, A. O.; VASCONCELOS, F. C. de. Gestão do paradoxo “passado versus futuro”: uma visão transformacional da gestão de pessoas. **RAE-eletrônica**, v. 5, n. 1, 2006.
- WADDOCK, S.; RASCHE, A. **Building the responsible enterprise**: Where vision and values add value. Stanford University Press, 2012.
- WALCHHÜTTER, S.; IIZUKA, E. S. Tensões Organizacionais Inerentes como Elemento Distintivo à Natureza dos Negócios Sociais. **Revista de Ciências da Administração**, v. 21, n. 53, p. 129-143, 2019.
- WEERAWARDENA, J.; MORT, G. Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p.21–35, 2006.
- WEISBROD, B. The pitfalls of profits. **Stanford Social Innovation Review**, v. 2, n. 3, p. 40–47, 2004.

WILSON, F.; POST, J. E. Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. **Small Business Economics**, v. 40, n. 3, p. 715-737, 2013.

YORK, J. G.; HARGRAVE, T. J.; PACHECO, D. F. Converging winds: Logic hybridization in the Colorado wind energy field. **Academy of Management Journal**, v. 59, n. 2, p. 579-610, 2016.

YOUNG, D. R.; LECY, J. D. Defining the universe of social enterprise: Competing metaphors. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 25, n. 5, p. 1307-1332, 2014.

YOUNG, D. R.; LONGHOFER, W. Designing the zoo. In: YOUNG, D. R.; SEARING, E. A. M.; BREWER, C. V. (Ed.). **The social enterprise zoo: A guide for perplexed scholars, entrepreneurs, philanthropists, leaders, investors, and policymakers**. Edward Elgar Publishing, p. 15, 2016.

YOUNG, D. R.; SEARING, E. A. M.; BREWER, C. V. (Ed.). **The social enterprise zoo: A guide for perplexed scholars, entrepreneurs, philanthropists, leaders, investors, and policymakers**. Edward Elgar Publishing, 2016.

YUNUS, M. **Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism**. New York: Public Affairs, 2007.

_____. **Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs**, New York: Public Affairs, 2010.

YUNUS, M.; MOINGEON, B., LEHMANN-ORTEGA, L. **Building social business models: Lessons from the Grameen experience**. *Long range planning*, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010.

ZAHRA, S. A. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, v. 24, n. 5, p. 519-532, 2009.

ZILBER, T. B. Institutionalization as an interplay between actions, meanings, and actors: The case of a rape crisis center in Israel. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 1, p. 234-254, 2002.

ZOELLNER, Don. Institutional logics: reconceptualising 'public providers' in post-open market technical and vocational education and training. **Journal of Vocational Education & Training**, v. 72, n. 3, p. 415-434, 2020.

ANEXO A – FONTES PUBLICAÇÕES - FACTIVA

Source
180graus (Portuguese Language)
ABM - Associação Brasileira de Municípios (Portuguese Language)
ACATS - Associação Catarinense de Supermercados (Portuguese Language)
acrítica.com (Manaus, Brazil, Portuguese Language)
ADFN - SABI (Brazil, Abstracts)*
Adnews (Portuguese Language)
Adonline (Portuguese Language)
AE Agronegócios (Brazil, Portuguese Language)
AE Brazil Newswire – Financial and Corporate News Service*
AE Conjuntura e Finanças (Brazil, Portuguese Language)
AE Empresas e Setores (Brazil, Portuguese Language)
AE Empresas e Setores Analysis (Brazil, Portuguese Language)
AE Noticiário (Portuguese Language)
Aeroin (Portuguese Language)
Afolhanews (Portuguese Language)
AGAS - Associação Gaúcha de Supermercados (Portuguese Language)
Agence France Presse (Portuguese Language)
Agência Autodata Newsletter (Portuguese Language)*
Agência Brasil
Agência Brasil (Portuguese Language)
Agência Brasil (Spanish Language)
Agência CMA-BR (Brazil, Portuguese Language)
Agência de Notícias - Polícia Federal (Brazil, Portuguese Language)
Agência de Notícias CNI (Brazil, Portuguese Language)
Agencia EFE - Serviço em português (Portuguese Language)
Agência Fiocruz de Notícias (Portuguese Language)
Agora São Paulo (São Paulo, Brazil, Portuguese Language)
AGOS - Associação Goiana de Supermercados (Portuguese Language)
Agro Olhar (Portuguese Language)
Agrolink (Portuguese Language)
Amanhã (Portuguese Language)
Amazonas Notícias (Portuguese Language)
Anapar (Portuguese Language)

O Antagonista (Portuguese Language)
Anvisa (Brazil, Portuguese Language)
Apólice (Portuguese Language)
Aracoiabadaserra.com.br (Portuguese Language)
ASPAS - Associação Paraense de Supermercados (Portuguese Language)
Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais (Brazil, Portuguese Language)
Assembléia Legislativa do Estado de Pernambuco (Brazil, Portuguese Language)
Assembléia Legislativa do Estado de Tocantins (Brazil, Portuguese Language)*
Assembléia Legislativa do Estado do Paraná (Brazil, Portuguese Language)
Associação Amazonense de Municípios (Brazil, Portuguese language)
Associação dos Municípios do Mato Grosso do Sul (Brazil, Portuguese Language)
Associação dos Municípios do Paraná (Brazil, Portuguese Language)
Associação dos Municípios e Prefeitos do Estado do Ceará (Brazil, Portuguese language)
Associação Estadual de Municípios do Rio de Janeiro (Portuguese Language)
Associação Goiana de Municípios (Brazil, Portuguese Language)
Associação Mineira de Municípios (Brazil, Portuguese Language)
Associação Municipalista de Pernambuco (Brazil, Portuguese Language)
Associação Paulista de Municípios (Sao Paulo, Portuguese Language)
Associação Rondoniense de Municípios (Brazil, Portuguese Language)
AUTO ESPORTE Online (Portuguese Language)
Autodata Weekly*
Baguete Diário (Portuguese Language)
Bahia Noticias (Brazil, Portuguese Language)
Bahia Notícias (Portuguese Language)
Band.com.br (Portuguese Language)
Bastidores do Poder (Brazil, Portuguese Language)
BBC Brasil (Portuguese Language)
Bem Paraná (Brazil, Portuguese Language)
Bitmag.com.br (Portuguese Language)
Bom Dia Brasil (Portuguese Language)*
Bragança-Jornal Diário (Brazil, Portuguese Language)
Brasil 247 (Portuguese Language)
Brasil Alimentos (Portuguese Language)
Brasil Economico - SABI (Brazil, Abstracts)*
Brasil Econômico (Portuguese Language)*
Brasil Mineral (Portuguese Language)

Brasilturis Jornal (Portuguese Language)
Brazil Reports*
Brazilian Administration Review
Brazilian Company News Bites - Market Report*
Brazilian Company News Bites - Results*
Brazilian Company News Bites - Sector Report*
BRIC Monthly Economic Summary (Russian Language)*
Business Information Systems Pictures*
CADE (Administrative Council for Economic Defence)
Câmara de Vereadores de Pindamonhangaba (Brazil, Portuguese Language)
Câmara dos Deputados (Brazil, Portuguese Language)
Câmara Municipal de Jacareí (Brazil, Portuguese Language)
Câmara Municipal de Lorena (Brazil, Portuguese Language)
Canal Energia (Portuguese Language)
Canal Rural (São Paulo, Portuguese Language)
Capital News (Brazil, Portuguese Language)
Carta Capital (Portuguese Language)*
CBN - Central Brasileira de Notícias (Portuguese Language)
CEIC Snapshot*
Central-Oeste Popular Online (Cuiabá, Brazil, Portuguese Language)
Centro de Integração Empresa Escola (Portuguese Language)
CGU — Controladoria-Geral da União (Brazil, Portuguese Language)
A Cidade On - Araraquara (São Paulo, Language)
CIO Online (Portuguese Language)
Circuito Mato Grosso (Brazil, Portuguese Language)
Clicknotícia (Portuguese Language)
CNM - Confederação Nacional de Municípios (Brazil, Portuguese Language)
CNSeg (Portuguese Language)
Computerworld Brazil Online (Portuguese Language)
Conselho Federal de Farmácia (Brazil, Portuguese Language)
Consultor Juridico (Brazil, Portuguese Language)
Displaying 1-100 of 608 sources. Maximum displayable reached. Please contact your account representative for more results.
Busca realizada em 12 de julho de 2020. <a href="https://www-factiva-com.lib-
ezproxy.concordia.ca/sources/factivasearch/">https://www-factiva-com.lib- ezproxy.concordia.ca/sources/factivasearch/

APÊNDICE A – LISTA DE PUBLICAÇÕES ANALISADAS

Data publicação	Fonte	Título
24/08/2004	Valor Econômico	Organizações que já nascem sustentáveis
21/03/2006	Gazeta Mercantil	Vale se beneficia da reforma agrária
20/10/2006	O Globo	Um Nobel para a inclusão social dos negócios
05/03/2007	O Globo	ENTREVISTA/MARCIO RUIZ SCHIAVO
09/01/2008	Valor Econômico	Fashion Rio abre espaço aos pequenos
18/04/2009	O Globo	Corre-corre
10/12/2009	Folha de São Paulo	Quem é
10/12/2009	Folha de São Paulo	Tempero motivador
29/04/2010	O Globo	A PUC-RIO estenderá seu programa de coaching a todos os alunos de MBA.
20/05/2010	O Globo	'Agora é a hora de redesenhar o sistema financeiro. O atual falhou'
27/05/2010	O Estado de São Paulo	Executivos dão salto para carreira '.org'
01/06/2010	O Globo	Razão Social: Vestindo sua habitual túnica sobreposta por um colete branco , o economista...
20/07/2010	O Globo	No primeiro telefonema para marcar a reportagem, o ex-catador e hoje empresário social Jair Martinkovic, gentilmente, logo deu o aviso:
03/08/2010	O Globo	Reunidos numa sala, executivos fazem o balanço da empresa no ano anterior.
03/08/2010	O Globo	Razão Social: 2003
16/08/2010	Diário Catarinense	Só quem se deu bem
17/08/2010	O Globo	Nascida e criada em Toronto, Canadá, Katarina Ponte, de 40 anos [...]
07/09/2010	O Globo	Em outubro do ano passado, cerca de 60 amigos e familiares do engenheiro William Cruz [...]
05/10/2010	O Globo	Criando um negócio social
05/10/2010	O Globo	Incansável na luta contra a pobreza que grassa no mundo [...]
05/10/2010	Folha de São Paulo	Novos empreendedores aliam atuação social e busca pelo lucro
02/11/2010	O Globo	O texto do relatório "Nosso Futuro Comum" [...]
05/11/2010	Zero Hora	A mesa em defesa do planeta
24/01/2011	Zero Hora - Online Edition	Negócios sociais ganham espaço no Brasil
24/01/2011	Zero Hora	CAPA: Empreendedorismo social une o melhor do segundo e do terceiro setores ao buscar o lucro somado ao impacto socioambiental positivo
26/01/2011	Diário Catarinense - Online Edition	Página de Mark Zuckerberg no Facebook sofre ataque de hackers
19/04/2011	O Globo	Artigo Silvia Pinheiro: Empreendedorismo Social

16/05/2011	Zero Hora	NOSSA REDE: O que rola no mundo verde online
02/08/2011	O Globo	Desnutrição: ONG cria arroz fortificado
02/10/2011	Folha de São Paulo	Empreendimento social implanta propostas 'verdes'
02/03/2012	Vida Econômica	Redes sociais ajudam a aumentar os negócios das empresas
27/03/2012	O Globo	Crowdfunding: Colaboração independente pela internet
03/04/2012	Zero Hora - Online Edition	Meditação em sala de aula ajuda na redução da ansiedade e dos índices de violência em escola
08/04/2012	O Globo	Fábrica verde em SP
22/04/2012	O Globo	ARTE
18/09/2012	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Marcia Peltier: Oportunidades reais
07/11/2012	Diário Catarinense	O legado do Social Good Brasil para SC
08/11/2012	Folha de São Paulo	Prêmio em retrospectiva
20/11/2012	O Estado de São Paulo	Pequenas empresas buscam combinar lucro e impacto social
19/12/2012	O Estado de São Paulo	Nós temos R\$ 80 milhões para aplicar'
03/03/2013	O Globo	Foco deve estar em negócios de impacto
08/03/2013	Investimentos e Notícias - Setoriais	ECONOMIA: Pesquisa diz que 48% das ONGs são negócios sociais e faturam milhões
20/03/2013	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	A IMX, joint venture de esportes e entretenimento do Grupo EBX e da IMG...
05/04/2013	Folha de São Paulo	Inscrições de prêmios da Folha são prorrogadas até o dia 21
10/04/2013	O Estado de São Paulo	ESTADÃO Duas tendências no mundo do empreendedorismo
14/04/2013	O Globo	Disléxico, hiperativo, gigante e manjado: a fábula de um ser digital
02/06/2013	O Estado de São Paulo	A porta de saída
27/06/2013	Diário Catarinense	Negócios sociais e oportunidade, por GABRIEL MARMENTINI*
18/08/2013	Folha de São Paulo	Empreendedores pensavam que nós éramos mercenários'
18/08/2013	Folha de São Paulo	Investimentos em negócios sociais são raros na fase inicial
07/11/2013	O Globo	Qualificação
10/11/2013	O Globo	Agenda
16/11/2013	Diário de Pernambuco	Tecnologia da informação com foco no social
17/11/2013	Folha de São Paulo	Social com lucro
22/11/2013	Folha de São Paulo	Escola de Notícias forma e movimenta a economia local
22/11/2013	Folha de São Paulo	Arte Despertar busca inclusão e humanização
22/11/2013	Folha de São Paulo	Asta dá assistência a artesãs excluídas do mercado de trabalho

22/11/2013	Folha de São Paulo	Designer da inclusão
25/12/2013	Diário Catarinense - Online Edition	Empresas de Santa Catarina criadas para a mudança
09/01/2014	Diário Catarinense	Ativista faz defesa do negócio social na melhoria de comunidades carentes
10/01/2014	Diário Catarinense	As principais características do negócio social
18/01/2014	Folha de São Paulo	Um bom negócio
06/02/2014	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Ideias que saem da prancheta para o mercado
07/03/2014	Folha de São Paulo	Mercado aberto
12/05/2014	O Estado de São Paulo	Grupo Alto Alegre retorna à Unica 'Negócios sociais são o começo de uma revolução mundial'
03/06/2014	Brasil Econômico	Empresas põem Classe D no radar
22/07/2014	Investimentos e Notícias - Setoriais	CARREIRA: Começam amanhã aulas do curso de capacitação em gestão
03/08/2014	O Estado de São Paulo	Empresas lucram com negócios de apelo social
24/08/2014	Folha de São Paulo	Cresce investimento de impacto no Brasil
08/09/2014	Brasil Econômico	Brasil vai sediar maior competição de educação profissional do mundo
19/10/2014	O Globo	Negócio Social
02/11/2014	O Estado de São Paulo	Empresa vende serviço de combate à insalubridade
10/11/2014	Brasil Econômico	Artesanato brasileiro ganha aval Versace
17/11/2014	Brasil Econômico	Fundos buscam projetos de impacto social no Brasil
30/11/2014	Folha de São Paulo	Empresa instalará usina térmica a gás de R\$ 3 bilhões no Rio Grande do Sul
20/01/2015	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Coca-Cola e Artemisia buscam empreendedores
26/01/2015	O Estado de São Paulo	Tecnologia estimula inovação nas periferias das cidades brasileiras
22/02/2015	O Estado de São Paulo	Inscrição para o programa de aceleração de negócios vai até a próxima terça-feira
23/03/2015	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Crise hídrica muda os hábitos da população
28/03/2015	Diário Catarinense	VISOR Rafael Martini
31/03/2015	O Estado de São Paulo	Fertilização in vitro para classe C é negócio de R\$ 3,9 mi
27/04/2015	Folha de São Paulo	Todas as pessoas possuem potencial para empreender
04/05/2015	O Globo	o brasil Tem enorme Força criativa'
09/05/2015	Diário Catarinense	Ecosistema da transformação
14/05/2015	O Globo	em busca de vidas com propósito
14/05/2015	O Globo	Trilhando um caminho alternativo
14/05/2015	O Globo	Negócios de impacto

16/05/2015	Zero Hora - Online Edition	Estudante de Porto Alegre é o único brasileiro selecionado para curso da ONU
09/07/2015	Brasil Econômico	Santander se aproxima de marca recorde no microcrédito
16/07/2015	O Globo	Uma personagem cheia de significado
16/07/2015	Diário Catarinense	ESTELA BENETTI
09/08/2015	O Globo	Em prol de sorrisos mais felizes
19/09/2015	Correio 24h	Braskem cria programa para identificar soluções inovadoras
05/10/2015	Diário de Pernambuco	Movimento Compre do Pequeno quer consolidar participação das MPEs nas licitações públicas
16/10/2015	Diário Catarinense	Encontro apresenta 35 projetos com foco social
18/10/2015	O Globo	Empresa de tecnologia e segurança digital, a PSafe abriu 23 vagas para o Rio de Janeiro e Florianópolis (SC)
01/11/2015	O Estado de São Paulo	Programa está com inscrições abertas para selecionar startups de impacto social
08/11/2015	O Estado de São Paulo	Curso aborda impacto social
10/11/2015	O Estado de São Paulo	Problemas do SUS abrem espaço para empreendedores
13/11/2015	Diário de Pernambuco	Semana Global do Empreendedorismo promove atividades gratuitas no Recife
14/11/2015	O Dia	Artistas apoiam Site da Baixada
14/11/2015	Diário Catarinense	WHATS UP: Tempo para sonhar
02/12/2015	Diário Catarinense	Regulamentação dos jogos
04/12/2015	PR Newswire em português	Rede Asta promove bazar em dezembro
07/12/2015	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Convênio estimula investimentos
09/12/2015	Político News	Humberto Dantas: O medo
17/12/2015	O Globo	Clique no menu
04/02/2016	Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	Maratona premia projetos inovadores
17/03/2016	O Estado de São Paulo	Desemprego maior e queda de renda fazem clínicas populares avançarem
30/03/2016	O Globo	bienal de vенеza Projetos com valor social
01/04/2016	Diário do Comércio Empresa Jornalística	São Paulo, como vai seu empreendedorismo social?
10/04/2016	O Globo	Empresários crescem com rede de voluntários
10/04/2016	Jornal de Brasília	"Dia das Boas Ações" movimenta Parque da Cidade com shows, debates e workshops
08/05/2016	O Globo	Qualidade e baixo preço sem intermediários
16/05/2016	Investimentos e Notícias - Setoriais	NEGÓCIOS: Negócio Social é o futuro do empreendedorismo no Brasil
20/06/2016	O Globo	Apoio a iniciativas De impacto social

21/06/2016	Investimentos e Notícias - Setoriais	EDUCAÇÃO: Cursos de férias para empreendedores na ESPM
01/07/2016	Vida Econômica	Tetra Pak e TOUCH apoiam jovens com deficiência
11/07/2016	Folha de São Paulo	Negócio social sobrevive a 2 tragédias, vai a três países e fatura US\$ 5 milhões
18/07/2016	O Estado de São Paulo	Inclusão social vira negócio de startups
24/07/2016	O Globo	Para as empreendedoras
26/07/2016	Folha de São Paulo	Rede Asta fecha loja em Ipanema, no Rio
09/09/2016	Valor Econômico - Suplementos	Empresa inclusiva deve ter mais lucro
15/09/2016	Diário Catarinense - Online Edition	Hortas comunitárias: mãos na terra por uma alimentação mais saudável
15/09/2016	Diário Catarinense - Online Edition	Especialista encara o cultivo coletivo como negócio social
15/09/2016	Diário Catarinense - Online Edition	MÃOS NA TERRA POR UMA COMIDA MAIS SAUDÁVEL
21/09/2016	Agência Brasil	Campus Party Recife: projetos sociais ainda são pouco atrativos para empresas
29/09/2016	Agência Brasil	Negócios inovadores e com impacto social no Brasil têm investimento do BID
30/09/2016	Extra Online	Quando o lucro do negócio volta para a Ganhadora de Prêmio Nobel da Paz cria fundo de R\$ 30 milhões para 'negócios sociais' no Brasil; Cristiane Gerk
05/10/2016	Valor Econômico	Grandes empresas promovem ações de mentoria na Amazônia
09/10/2016	Extra Online	Jovens criam kit online para combater o extremismo; Cristiane Gerk
09/10/2016	Extra Online	Fundação levará investimento de R\$30 milhões a projetos para jovens; Cristiane Gerk
22/10/2016	O Globo	Missão de ajudar a melhorar o mundo
27/10/2016	O Globo	Ideias sustentáveis para o Santa Marta
31/10/2016	Valor Econômico - Suplementos	Estante do empreendedor
04/11/2016	Diário Catarinense	Comunitária e rentável ao mesmo tempo
04/11/2016	Diário Catarinense	Santa Catarina tem 140 mil pessoas envolvidas com empreendedorismo social
04/11/2016	Diário Catarinense	A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL COMEÇA AQUI
06/11/2016	O Estado de São Paulo	Primeira infância se torna foco de negócios
24/11/2016	In the Mine	FIEMG Lab ADOTA METODOLOGIA DA ONU PARA STARTUPS
30/11/2016	Valor Econômico	Invenções contam com parcerias para chegar ao mercado
30/11/2016	Valor Econômico	Redes colaborativas dão mais força ao empreendedorismo
02/12/2016	O Globo	Ideias contra o desperdício de resíduos têxteis
19/12/2016	Valor Econômico - Suplementos	Yunos quer captar R\$ 30 milhões para empreendimentos

20/12/2016	O Globo	...alice freitas
21/12/2016	O Estado de São Paulo	Negócios de impacto social recebem R\$ 69 mi em investimento em cinco anos
26/01/2017	Diário Catarinense - Online Edition	Gestão de resíduos orgânicos: aprenda a fazer uma vermicomposteira em casa
26/01/2017	O Globo	Ecosistema é chance de negócio
27/01/2017	Valor Econômico	Na ponta dos dedos
10/02/2017	Dino	Ashoka Brasil cria iniciativa para impulsionar negócios sociais
11/02/2017	Diário Catarinense	VIVER SC
12/02/2017	O Estado de São Paulo	Negócios de impacto social
14/03/2017	Valor Econômico	Aplicativo moderniza o "fiado"
04/04/2017	iCrowdNewswire	ARTEMISIA: Pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil
09/04/2017	O Estado de São Paulo	Falamos de negócios escaláveis e que resolvam problemas de milhares'
14/04/2017	Diário Catarinense	ESTELA BENETTI
15/04/2017	Foreign Affairs.co.nz	Caixa investe em start ups com soluções para beneficiários de programas sociais
16/04/2017	O Estado de São Paulo	Negócios geram inclusão financeira
19/04/2017	Divulgador de Notícias	Instituto Sabin e Artemisia lançam programa de apoio a negócios de impacto social focados em saúde
28/04/2017	Valor Econômico	Curtas
08/05/2017	Tribunal Regional Federal da 2a Região	Tribunal Regional Federal da 2a Região (TRF-2)Part 14
10/05/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Jovens não fazem investimentos
13/05/2017	A Notícia	LIVRE MERCADO CLAUDIO LOETZ
15/05/2017	Dino	Arquitetura voltada para as classes C, D e E ganha espaço no mercado
15/05/2017	Infomoney Daily News	Investimento social estará na carteira de qualquer investidor bem-sucedido, acredita herdeiro da JSL
15/05/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Programa Artemisia Lab tem prazo de inscrição prorrogado
21/05/2017	O Dia	Laboratórios dão desconto para quem não tem plano de saúde
21/05/2017	O Globo	Impacto social
24/05/2017	O Dia	Gestão de negócios com impacto social e ambiental
24/05/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Sebrae inicia projeto para negócios de impacto social
06/06/2017	Correio 24h	Discutindo o Centro Histórico, Hackathon+ Salvador abre inscrições a partir desta terça (6)
14/06/2017	Agência Autodata Newsletter	Procuram-se ideias de impacto
16/06/2017	A Notícia	Empresas da região devem R\$ 1,57 bilhão

16/06/2017	A Notícia	Loetz: Vinte e seis mil empresas parcelam débitos com o fisco na região Norte e Nordeste de SC
23/06/2017	Jornal de Brasília	Com grande causa social, água AMA da Ambev também pode ser encontrada em Brasília
26/06/2017	Correio 24h	Invista no que causa impacto; veja dicas para montar um negócio com impacto social
26/06/2017	DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços	Vox Capital e Quintessa promovem evento para empreendedores da área de educação
05/07/2017	Folha de São Paulo	Gastromotiva participa de fórum como exemplo de negócio social de impacto
05/07/2017	Folha de São Paulo	Gastromotiva participa de fórum como exemplo de negócio social de impacto
08/07/2017	Tribuna do Norte Online	Energia solar fotovoltaica pode crescer mais de 300% até o fim do ano, diz setor
12/07/2017	Folha de São Paulo	Cotidiano Programa de Embaixadores Choice 2.0 abre inscrições para segunda turma
18/07/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Pesquisa revela que 79% dos negócios de impacto social no País captaram investimentos
19/07/2017	PR Newswire	Ferring Brasil lança iniciativa para subsidiar projetos de inovação promissores no país; Iniciativa financiará em até R\$ 300 mil os projetos selecionados
20/07/2017	Voce S/A	Startups do bem
20/07/2017	Folha de São Paulo	Evento científico de universidades traz empreendedorismo social como tema
23/07/2017	CE NoticiasFinancieras	Mais de um terço dos negócios precisa atrair até r\$ 200 mil
23/07/2017	CE NoticiasFinancieras	Onda de negócios do bem
23/07/2017	Político News	Fundos de investimento com impacto social miram pequeno investidor
23/07/2017	O Estado de São Paulo	Programa de aceleração seleciona startups de base tecnológica têm até 20 de agosto
24/07/2017	AE Conjuntura e Finanças	Lucro social' existe?
26/07/2017	O Estado de São Paulo	Atuação teve início com empréstimos para os mais pobres
02/08/2017	Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro	Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro (DOERJ) - SEMINÁRIO NEGÓCIOS DE IMPACTO - SEBRAE RJ
07/08/2017	Jornal Grande Bahia	Governador Rui Costa se reúne com produtores do Projeto Formoso, em Bom Jesus da Lapa
07/08/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Startups criam serviços para deficientes e profissionais mais experientes buscarem vagas
10/08/2017	DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços	Artemisia e Instituto AES se unem para detectar desafios no setor de energia
10/08/2017	iCrowdNewswire	Incentiv é destaque no programa de aceleração Inovativa Brasil
11/08/2017	A Notícia	Loetz: Projeto de contorno ferroviário para Araquari será apresentado ainda em agosto
13/08/2017	O Globo	Empreendedor: Impacto Social
15/08/2017	AE Noticiário	Direito também se adapta às startups
20/08/2017	O Estado de São Paulo	TESE INSPIRA A CRIAÇÃO DE PRODUTO

20/08/2017	O Estado de São Paulo	Nosso objetivo é acelerar desenvolvimento do negócio'
20/08/2017	O Estado de São Paulo	Impacto social voltado à área de saúde
22/08/2017	Folha de São Paulo	Economia Programa busca negócios sociais com foco em mobilidade para aceleração
22/08/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Ford Fund procura até 20 startups de impacto social para aceleração
22/08/2017	Agência Brasil	Projetos sociais incentivam negócios de impacto no Brasil
23/08/2017	El País Online	O engenheiro que quer transformar a periferia onde cresceu
25/08/2017	Exame Online	Carlos Wizard cria (mais uma) empresa e aposta em cosméticos
25/08/2017	Zero Hora	EM DIA
28/08/2017	Político News	Facebook terá espaço para startups no Brasil
29/08/2017	A Noticia	Inscrições da Maratona e Programa de Negócios de Impacto
29/08/2017	Folha de São Paulo	Morada da Floresta é finalista de ação que investe em negócios sociais
29/08/2017	Folha de São Paulo	Curso vai ensinar como avaliar e pôr em prática negócios de impacto social
07/09/2017	Jornal de Brasília	Feira de Oportunidades do projeto Jovem Protagonista motiva, capacita e integra jovens ao mercado de trabalho
15/09/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Sete negócios de impacto social são escolhidos para programa do ICE
17/09/2017	Folha de São Paulo	ICE e BID vão investir R\$ 9,3 mi em negócios de impacto socioambiental
19/09/2017	DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços	Adoção de praças se restringe à região central de São Paulo
19/09/2017	Folha de São Paulo	Empresas focam retorno sustentável para atrair investidores, diz relatório
02/10/2017	Diário do Nordeste	Facebook busca startups de impacto social para programa de aceleração
05/10/2017	Valor Econômico	Negócios conciliam lucros e ganhos sociais
06/10/2017	Folha de São Paulo	Artemisia anuncia parceria e aceleração focadas em alimentação
07/10/2017	Folha de São Paulo	Game on-line transforma alunos em prefeitos por um dia em sala de aula
08/10/2017	O Globo	Sandra Abreu
08/10/2017	A Tarde	Marisqueiras recebem premiação nacional
08/10/2017	Veja Online	Mulheres ocupam apenas 15% dos cargos de liderança no mundo
12/10/2017	Folha de São Paulo	Programa auxilia negócios de impacto social a ampliarem atuação
16/10/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Estudo identifica oportunidades de negócios de impacto social em alimentação
17/10/2017	Correio 24h	A crise já passou, avisa a MRV

19/10/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Empreendedorismo social
20/10/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Fundo de impacto social atrai o interesse de gestores no Brasil
22/10/2017	O Globo	Com preço baixo, clínica popular é o negócio da vez
23/10/2017	Folha de São Paulo	Professor lança metodologia para sustentabilidade financeira de ONGs
23/10/2017	Dino	A formação de redes na valorização de resíduos sólidos
25/10/2017	Dino	Estudantes da USP criam negócio social para ensinar tecnologia e inovação social
01/11/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Salesforce cria fundo de investimento para startups de impacto social
12/11/2017	O Estado de São Paulo	Negócios valorizam agricultura familiar
17/11/2017	Dino	Dia da Consciência Negra: Movimento Black Money já é realidade no mercado brasileiro
22/11/2017	Diário de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (DJRJ)	EMERJ – FÓRUMS PERMANENTES
29/11/2017	Exame Online	Como o valor compartilhado está reinventando negócios e o lucro
05/12/2017	DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços	Terceira lista incubados da abeLLha conta com estímulo à independência de deficientes visuais e educação alimentar
06/12/2017	Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro	Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro (DOERJ)
11/12/2017	Político News	Facebook foca em ensino em novo centro em SP
12/12/2017	Exame Online	O empreendedor que convenceu a Ambev a abrir mão do lucro
13/12/2017	Dino	Incentiv participa de evento da Harvard Angels Brasil
14/12/2017	Valor Econômico	Bancos encontram nas fintechs aliadas para ganhar agilidade
23/12/2017	O Globo	A habitabilidade
31/12/2017	O Globo	Cristiano Goldenberg
13/01/2018	Folha de São Paulo	Empreendedor social brasileiro lidera mesa no Fórum Econômico Mundial
29/01/2018	Folha de São Paulo	Alemão cria óculos de baixo custo que já chegou a 100 mil pessoas no mundo
31/01/2018	Valor Econômico	Aumenta a oferta de cursos ligados a negócios sociais
04/02/2018	Veja Online	Garota-prodígio quer reduzir desigualdade de gênero na ciência
07/02/2018	Divulgador de Notícias	Startup de educação é acelerada pela Estação Hack no primeiro centro de inovação do Facebook no mundo
09/02/2018	Tribuna do Norte Online	Carnaval deve movimentar R\$ 6 bi e gerar 20 mil empregos, estima CNC
19/02/2018	Valor Econômico	Startups oferecem saídas inovadoras em mobilidade
21/02/2018	Exame Online	Facebook abre vagas para acelerar negócios na Estação Hack

26/02/2018	Tribuna do Norte	Lucro de Guararapes
12/03/2018	Folha de São Paulo	Empreendedores sociais são a voz da inovação, afirma Hilde Schwab
13/03/2018	O Globo	enfoque em celulares
14/03/2018	AE Empresas e Setores	Coluna do Broadcast: Digital House, escola de programação digital, tem aporte de US\$ 26 mi
14/03/2018	AE Empresas e Setores	Coluna do Broadcast: Máquina de Vendas negocia vender controle a Apollo/Starboard e Falabella
15/03/2018	Valor Econômico	Prática se destaca entre soluções sustentáveis
18/03/2018	O Estado de São Paulo	Estudo aponta oito campos para atuar na área de energia
19/03/2018	Jornal de Brasília	Fórum da Água: com atrações gratuitas, AMA convida público a repensar usos do recurso natural
19/03/2018	O Globo	Investir também pode ter um efeito social positivo
26/03/2018	Folha de São Paulo	Título financeiro banca reforma em favela
28/03/2018	Folha de São Paulo	Programa capacita e investe em negócios sociais em fase de validação
30/03/2018	Tribuna do Norte Online	Sebrae abre chamada pública para incubadoras
11/04/2018	Exame Online	5 dicas do Google para criar seu negócio do zero
12/04/2018	Dino	Colégio Friburgo marca presença na terceira edição do evento "Inspirando Múltiplos Olhares da Sustentabilidade na Educação"
23/04/2018	CE NoticiasFinancieras	Agenor Leão: "cada vez mais, as pessoas procuram entender onde é que isso consome"
24/04/2018	Diário Oficial do Estado do Mato Grosso	Diário Oficial do Estado do Mato Grosso (DOEMT)
02/05/2018	Dino	Sabin anuncia incubação de startup em estudos laboratoriais
07/05/2018	Folha de São Paulo	Negócio de impacto social é pouco conhecido no Brasil
13/05/2018	A Tarde	Reconhecimento; Laureate premia jovens empreendedores
20/05/2018	O Globo	Hamilton Henrique
23/05/2018	Folha de São Paulo	Para ampliar impacto de tecnologias sociais é preciso parceria, aponta 'Diálogos'
24/05/2018	Diário Oficial do Estado de Alagoas	Diário Oficial do Estado de Alagoas (DOEAL)
29/05/2018	Valor Econômico - Suplementos	Negócio de impacto social amplia geração de renda nas comunidades
01/06/2018	O Globo	As ONGs estão virando negócios sociais'
03/06/2018	O Estado de São Paulo	Modelo deve ser financeiramente sustentável'
12/06/2018	Dino	Simpósio de Economia Verde explora acertos e dificuldades para o empreendedorismo ambiental
15/06/2018	Folha de São Paulo	Edital seleciona 20 iniciativas de impacto em cultura para aceleração
15/06/2018	Dino	A Nova Globalização Negra: conexões das diásporas e países africanos

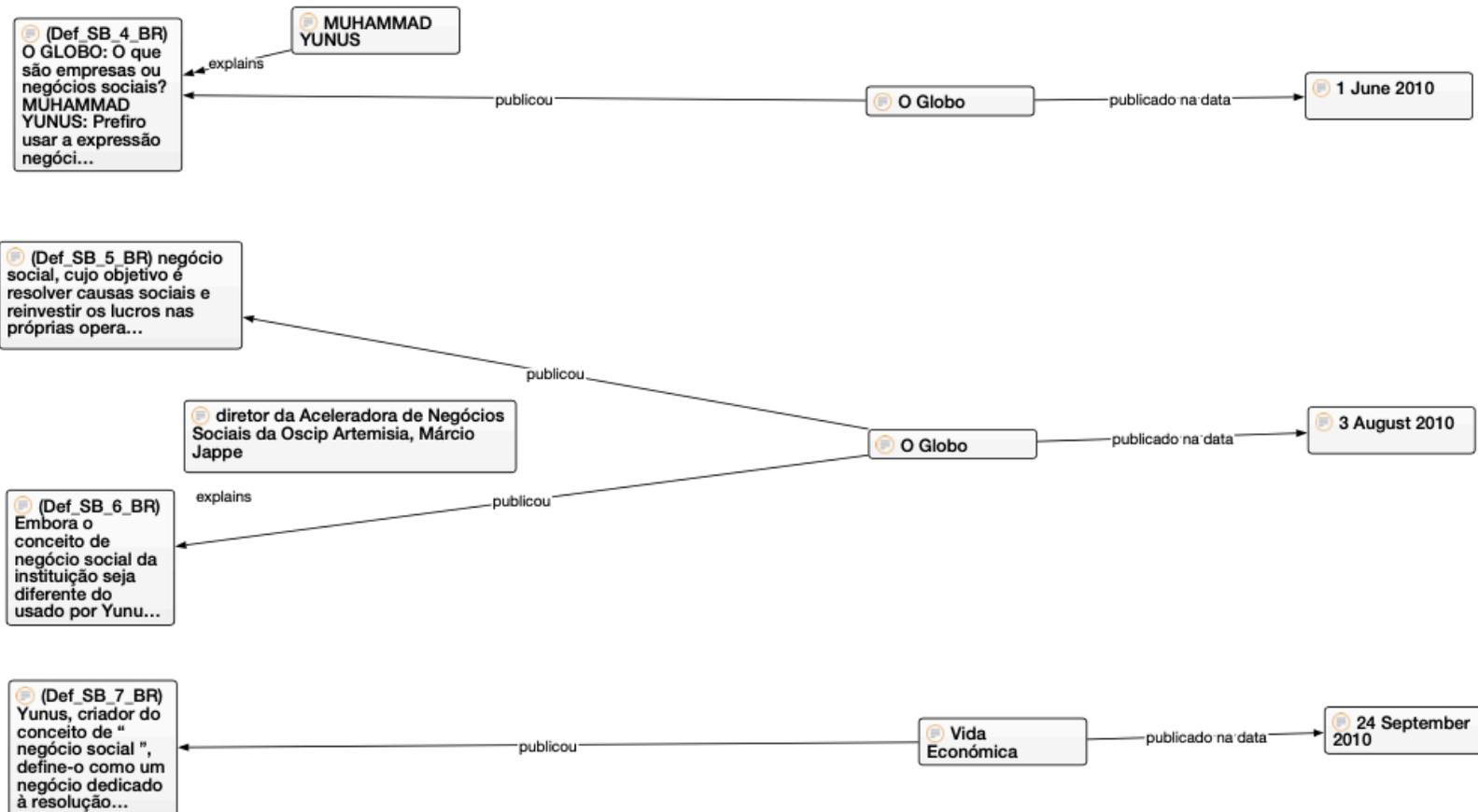
18/06/2018	Dino	Unibes Cultural recebe palestras sobre empreendedorismo do programa Colabore
29/06/2018	Veja Online	Um aplicativo contra o assédio
01/07/2018	Correio 24h	Fórum Agenda Bahia 2018: humanos e máquinas unidos pela cidade sustentável
04/07/2018	Dino	Empreendedorismo ecológico aquece o turismo e gera renda em São Paulo
05/07/2018	Correio 24h	Seminário Sustentabilidade do Agora abre inscrições
08/07/2018	Correio 24h	Grandes empresas também promovem negócios sociais
08/07/2018	Correio 24h	Fórum Agenda Bahia 2018: Você sabe o que é um negócio social?
16/07/2018	Correio 24h	Empreendedorismo social cresce no Brasil; tema será discutido no Fórum Agenda Bahia
17/07/2018	Folha de São Paulo	Negócio social e supermercado se unem para lançar produtos sem desperdício
21/07/2018	Jornal Grande Bahia	Empreendedorismo de impacto social cresce no Brasil
22/07/2018	Correio 24h	Fórum Agenda Bahia 2018: Oficina vai ensinar a analisar bases de dados
30/07/2018	Folha de São Paulo	Empreendedor social brasileiro participa de encontro do Unicef
01/08/2018	Correio 24h	Startups do Desafio Acelere[se] serão conhecidas nesta quinta-feira
04/08/2018	Jornal Grande Bahia	Seminário Sustentabilidade do Agora é o primeiro evento do Agenda Bahia 2018
07/08/2018	Correio 24h	Saúde do bolso do baiano tem ligeira melhora
08/08/2018	Correio 24h	Fórum Agenda Bahia 2018: Em busca de um futuro sustentável
09/08/2018	Correio 24h	Negócios sociais melhoram a realidade das cidades
09/08/2018	Correio 24h	Sérgio Moro participará de evento em Salvador
09/08/2018	Correio 24h	Ideias do Agenda Bahia serão aproveitadas no Plano de Resiliência de Salvador
13/08/2018	Correio 24h	Não é ONG: entenda como um negócio social pode lucrar
15/08/2018	Dino	Fusões, aquisições e startups abrem mercado para um novo perfil de CEO
31/08/2018	iCrowdNewswire	SingularityU Rio Chapter promove evento no Planetário do Rio
01/09/2018	A Noticia	Carta ao leitor: ANA BITTENCOURT
01/09/2018	A Noticia	CAPA: Muito mais que um trabalho
02/09/2018	O Dia	Atividades gratuitas e vagas para estágio
03/09/2018	Correio 24h	Talento para empreender: sete em cada dez jovens querem ser donos do próprio negócio
06/09/2018	Diário do Nordeste	Muda Meu Mundo foca em alimentação saudável
22/09/2018	O Globo	Espaço colaborativo incentiva jovens empreendedores
22/09/2018	A Noticia	GIRO FINANCEIRO

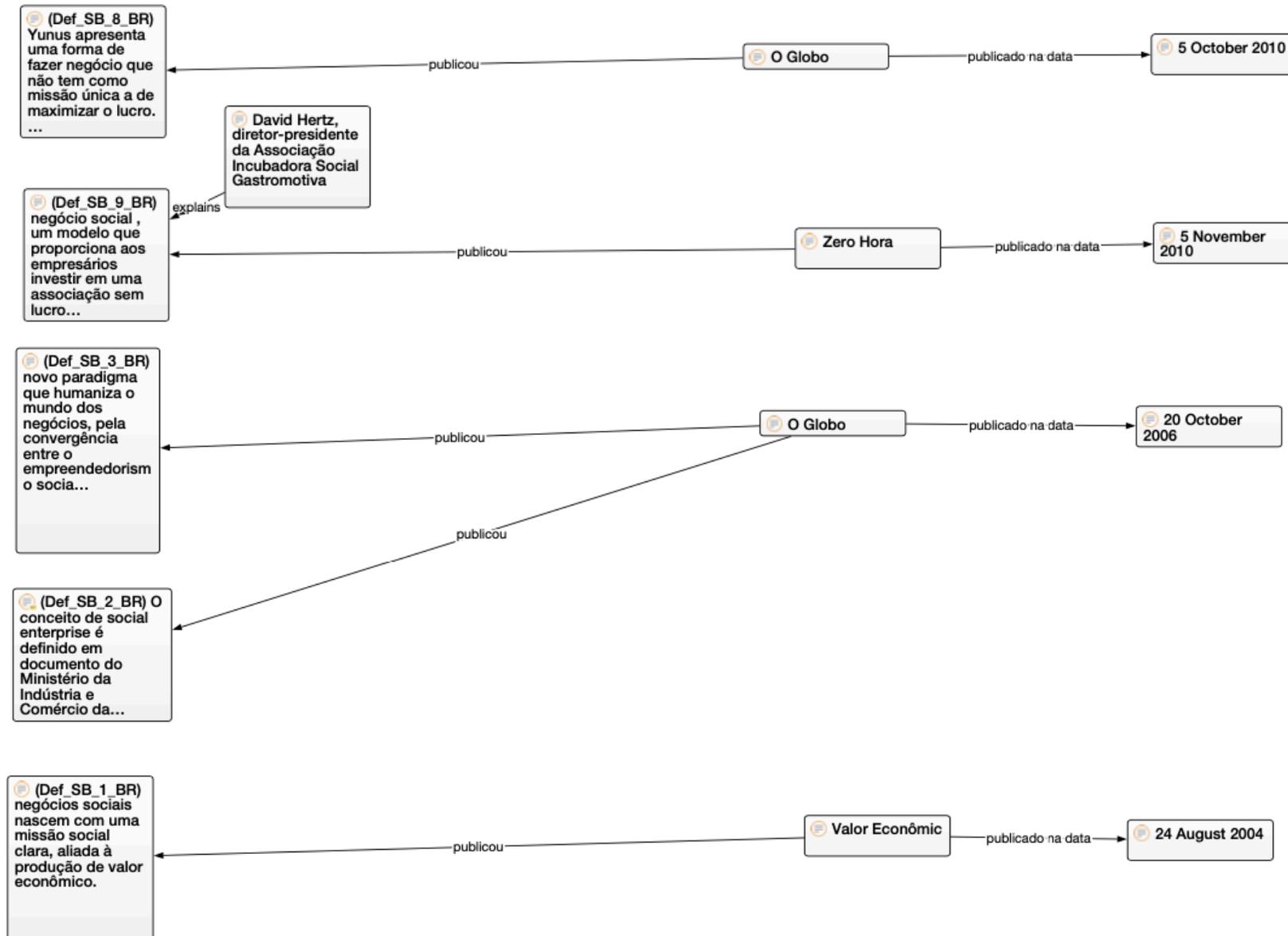
25/09/2018	Folha de São Paulo	Pacientes esperam anos por cirurgia de catarata em SP; fila chega a 24 mil
07/10/2018	A Tarde	Estácio promove palestras sobre carreiras
08/10/2018	Folha de São Paulo	Muitos recusam aceitar cadeirante', diz ciclista de entrega sustentável
08/10/2018	O Globo	Upcycling: releitura criativa de resíduos dita moda no mundo
20/11/2018	G1	Evento de tecnologia e arte do IFPE oferece mais de 80 atividades gratuitas em Olinda
23/11/2018	Jornal de Brasília	Região marginalizada do DF, Setor Comercial Sul ganha nova cara com eventos e projetos
23/11/2018	Hoje em Dia	Investir na natureza é um negócio com portas abertas
26/11/2018	ForeignAffairs.co.nz	Gestores de ONGs disputam a final do Prêmio Nacional do Turismo
30/11/2018	A Notícia	GIRO FINANCEIRO: Negócios de impacto social
30/11/2018	Valor Econômico	Pirarucu ganha mais espaço no comércio on-line
19/12/2018	Folha de São Paulo	Programa de aceleração reuniu negócios sociais de reforma e casa ecológica
26/12/2018	Folha de São Paulo	Famosos indicam os seus números da sorte para a Mega-Sena
05/01/2019	Diário do Nordeste	Egídio Serpa: Nordeste celebra incentivos até 2023
02/02/2019	O Globo	Papel e tecido ganham nova vida
06/02/2019	CE Think Tank Newswire	Ele criou um negócio social que constrói bibliotecas em áreas de vulnerabilidade
06/02/2019	Politico News	Estadão: Pequenas empresas visam reforço de identidade com lojas próprias
07/02/2019	DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços	Jovens criam novas marcas para exportar
20/02/2019	Politico News	Estadão: Programa acelera negócios de impacto social da periferia
21/02/2019	Politico News	Programa vai acelerar negócios de impacto social criados nas periferias de São Paulo
26/02/2019	Mercado Comum	Empresária cultiva horta no telhado de empresas e ajuda comunidade
27/02/2019	Mercado Comum	Ferramenta reúne oportunidades para trabalhadores com mais de 50 anos
28/02/2019	Diário Oficial do Estado de São Paulo	Diário Oficial do Estado de São Paulo (DOSP)
11/03/2019	O Estado de São Paulo	Conceito é diferente de filantropia
18/03/2019	O Estado de São Paulo	Todo mundo, mesmo pobre, nasce empreendedor' DIRETO DA FONTE SONIA RACY
22/03/2019	O Dia	ONG ensina profissões a pessoas que vivem na rua
25/03/2019	Mercado Comum	Prêmio Empreendedor Social terá categoria exclusiva para ONGs
28/03/2019	Valor Econômico - Suplementos	Negócio de impacto social e ambiental atrai empreendedor
03/04/2019	Diário Oficial do Estado de São Paulo	Diário Oficial do Estado de São Paulo (DOSP)

03/04/2019	Diário do Nordeste	Egídio Serpa: Brisanet, a fibra cearense
04/04/2019	CE Think Tank Newswire	Startups de mobilidade geram impacto social, como o Uber da 'quebrada'
04/04/2019	Dino	Conferência criada por estudantes brasileiros de Stanford, Brazil at Silicon Valley terá streaming ao vivo
09/04/2019	Diário Oficial da União	Diário Oficial da União (DOU)
19/04/2019	Exame Online	Sócio da Natura briga com Lindt e Cacau Show com chocolate de R\$10 a R\$300
25/04/2019	Folha de São Paulo	Empresas adotam ações de combate ao desperdício do plástico
24/05/2019	Diário Oficial do Estado de São Paulo	Diário Oficial do Estado de São Paulo (DOSP)
06/06/2019	CE Think Tank Newswire	Startup cria robôs que ajudam na mudança de hábitos, da educação às finanças
10/06/2019	Diário de Justiça do Estado de São Paulo	Diário de Justiça do Estado de São Paulo (DJSP)Part 1
14/06/2019	Correio 24h	Poder da santa: projeto quer turismo religioso mais forte após canonização de Irmã Dulce
16/06/2019	A Tarde	Ateliê de bonecas negras realiza projetos em escolas de Salvador
18/06/2019	Correio 24h	Largo Resources anuncia ter mais vanádio em Maracás
30/06/2019	O Dia	Após lançarem loja de bonecas negras, empreendedores apostam na diversidade
08/07/2019	O Dia	Projetos discutem a posição do negro na sociedade
09/07/2019	Opinião e Notícia	Brasil vai aposentar ainda mais tarde idosos que já estão fora do mercado de trabalho
16/07/2019	Diário do Nordeste	Crescer juntos
21/07/2019	O Globo	Na internet, um recomeço para refugiados e imigrantes
05/08/2019	Folha de São Paulo	Jovem é rejeitada por oficinas mecânicas e abre curso para mulheres
06/08/2019	Tribunal Regional Federal da 3a Região	Tribunal Regional Federal da 3a Região (TRF-3)Part 3
10/08/2019	Zero Hora	CAMPO CIDADE KAREN VISCARDI
11/08/2019	O Estado de São Paulo	Negócio social em habitação tem espaço para crescer
11/08/2019	O Estado de São Paulo	Reforma para a baixa renda
16/08/2019	Folha de São Paulo	Zona leste de SP recebe primeiro fórum periférico de empreendedores sociais
24/08/2019	Diário Oficial do Município de São Paulo	Diário Oficial do Município de São Paulo (DOM-SP)
26/08/2019	Tribunal Regional Federal da 2a Região	Tribunal Regional Federal da 2a Região (TRF-2)Part 3
11/09/2019	Dino	A estratégia mundial centrada na experiência do paciente é impulsionada no Brasil
27/09/2019	Diário Oficial do Estado do Espírito Santo	Diário Oficial do Estado do Espírito Santo (DOEES)
29/09/2019	O Estado de São Paulo	Prática sustenta coletivo de mulheres negras

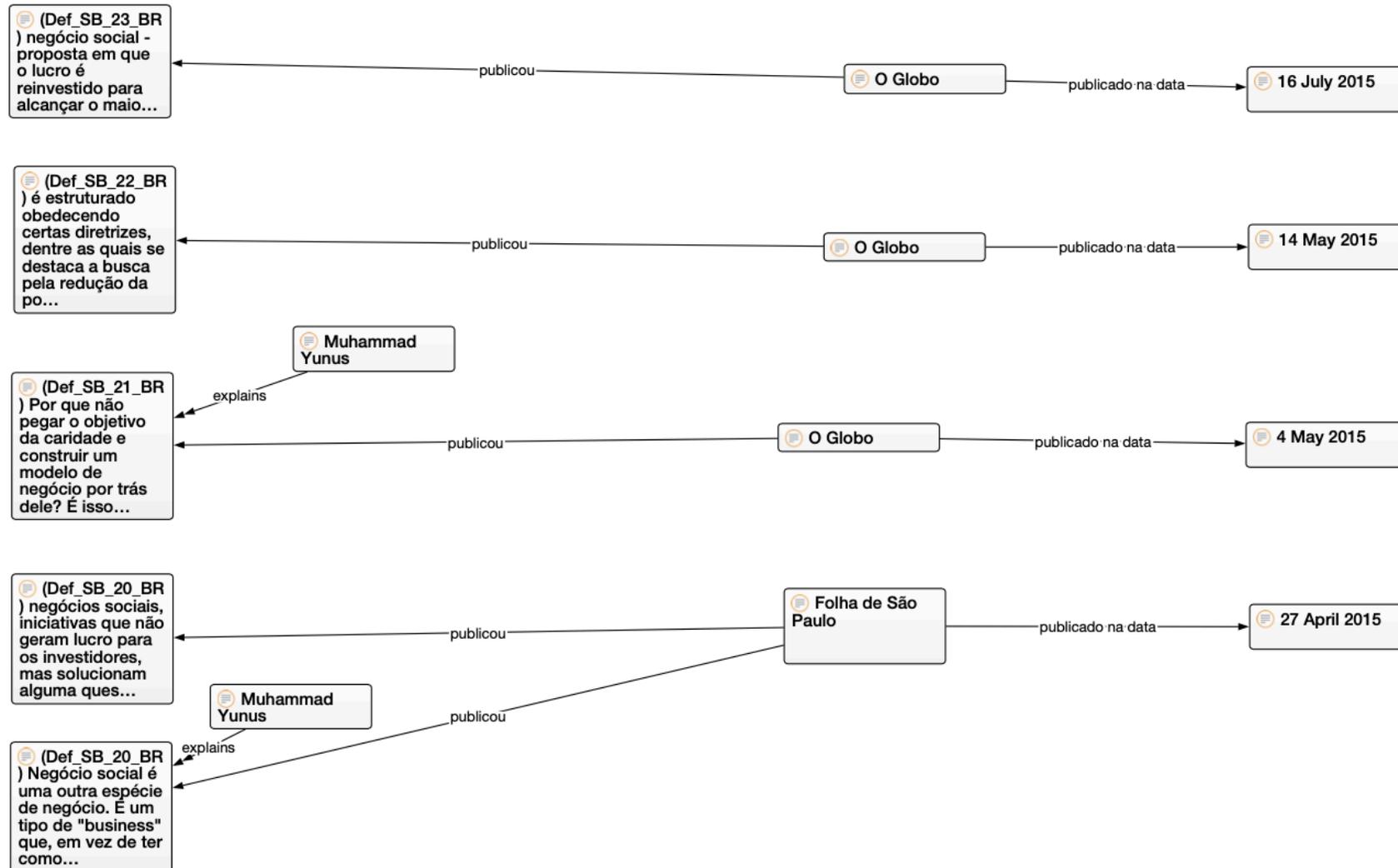
05/10/2019	Tribuna do Norte	Mona Paula Nóbrega: "A ideia é aproximar produtores"
23/10/2019	Diário Oficial do Estado do Pará	Diário Oficial do Estado do Pará (DOEPA)
26/10/2019	Diário do Nordeste	Projeto social da Tapera das Artes, novo Café traz receitas especiais com ingredientes da terra
27/10/2019	Estado de Minas	Briefing: "A era do Impacto"
05/11/2019	Tribunal Regional Federal da 2a Região	Tribunal Regional Federal da 2a Região (TRF-2)Part 3
07/11/2019	Dino	Santos recebe cursos gratuitos que transformam artesãs em empreendedoras
08/11/2019	ForeignAffairs.co.nz	Prêmio Braztoa de Sustentabilidade reconhece iniciativas em Canela (RS)
18/11/2019	CE Think Tank Newswire	"Tecnologia tem que ser voltada para sociedade", diz consultora em TI
19/11/2019	Dino	Raquel Motta, conhecida pelo meme dos R\$ 3, lança negócio social no Dia da Consciência Negra
21/11/2019	Folha de São Paulo	Dr.consulta ganha prêmio internacional em cúpula global de investidores de impacto
25/11/2019	G1	Iniciativa 'Lei das Marias' leva palestras e curso de defesa pessoal para mulheres do Lar Casa das Pérolas em Salvador
25/11/2019	Diário Oficial do Estado do Ceará	Diário Oficial do Estado do Ceará (DOECE)
05/12/2019	O Estado de São Paulo	JOVENS PRECISAM DE POLÍTICAS PÚBLICAS'
06/12/2019	CE Think Tank Newswire	Plataforma engaja moradores e capta recursos para revitalizar espaços públicos
06/12/2019	CE Think Tank Newswire	Plataforma engaja moradores e capta recursos para revitalizar espaços públicos
08/12/2019	Diário do Nordeste	Mães de crianças atendidas pelo Iprede lançam a coleção de moda "Costurando Sonhos"
08/12/2019	Folha de São Paulo	Investimentos que vão além da 'ditadura do lucro' chegam a US\$ 500 bi
16/12/2019	CE Think Tank Newswire	Isobloco: a startup que desbrava a construção civil
18/12/2019	Folha de São Paulo	Três empreendedoras da periferia do Rio fazem intercâmbio em Londres
29/12/2019	Correio Braziliense	Aplicativo gratuito sintetiza voz humana para deficientes visuais
31/12/2019	AE Empresas e Setores	Estadão: Startups buscam digitalizar doações

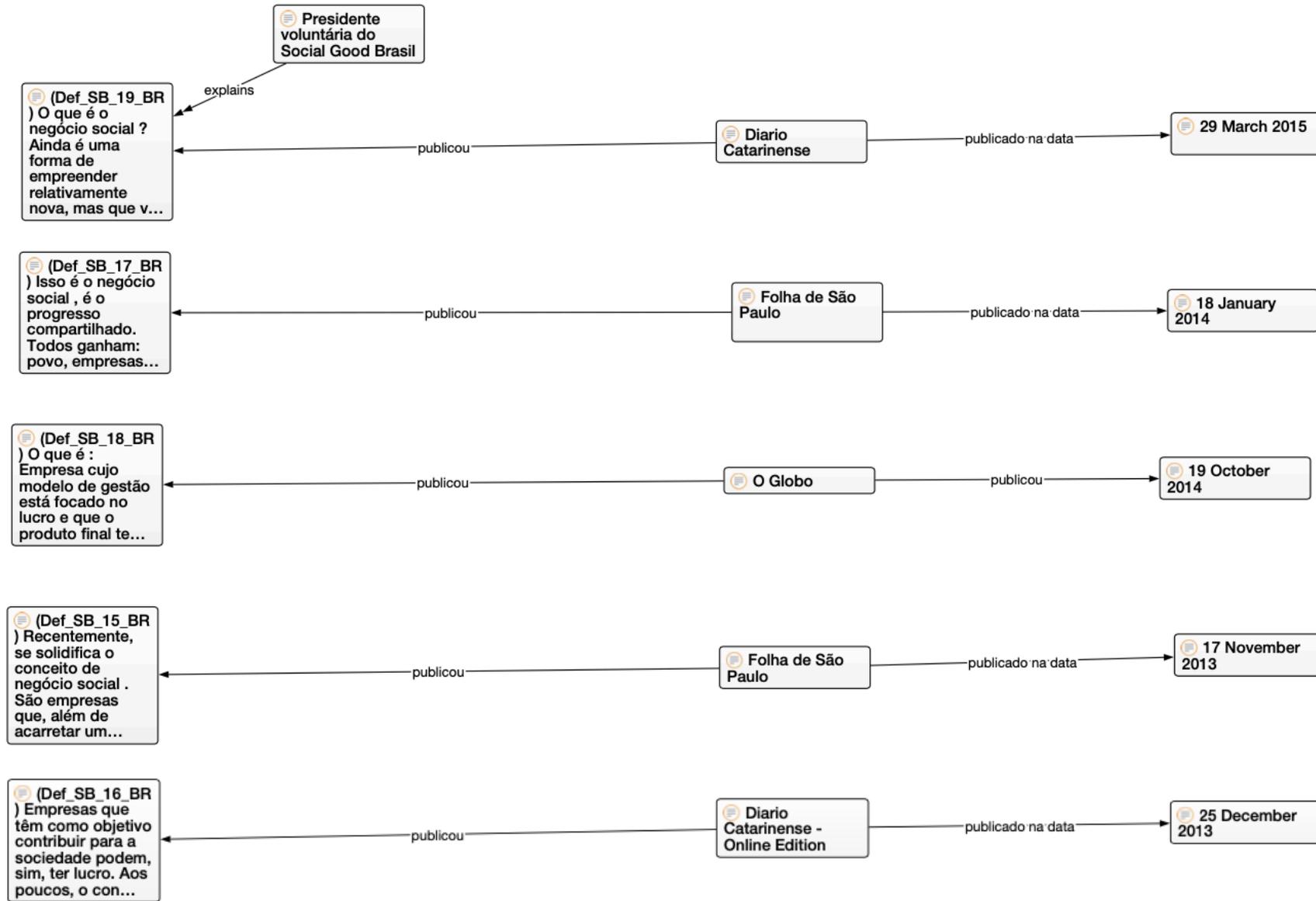
APÊNDICE B – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2004 – 2010)

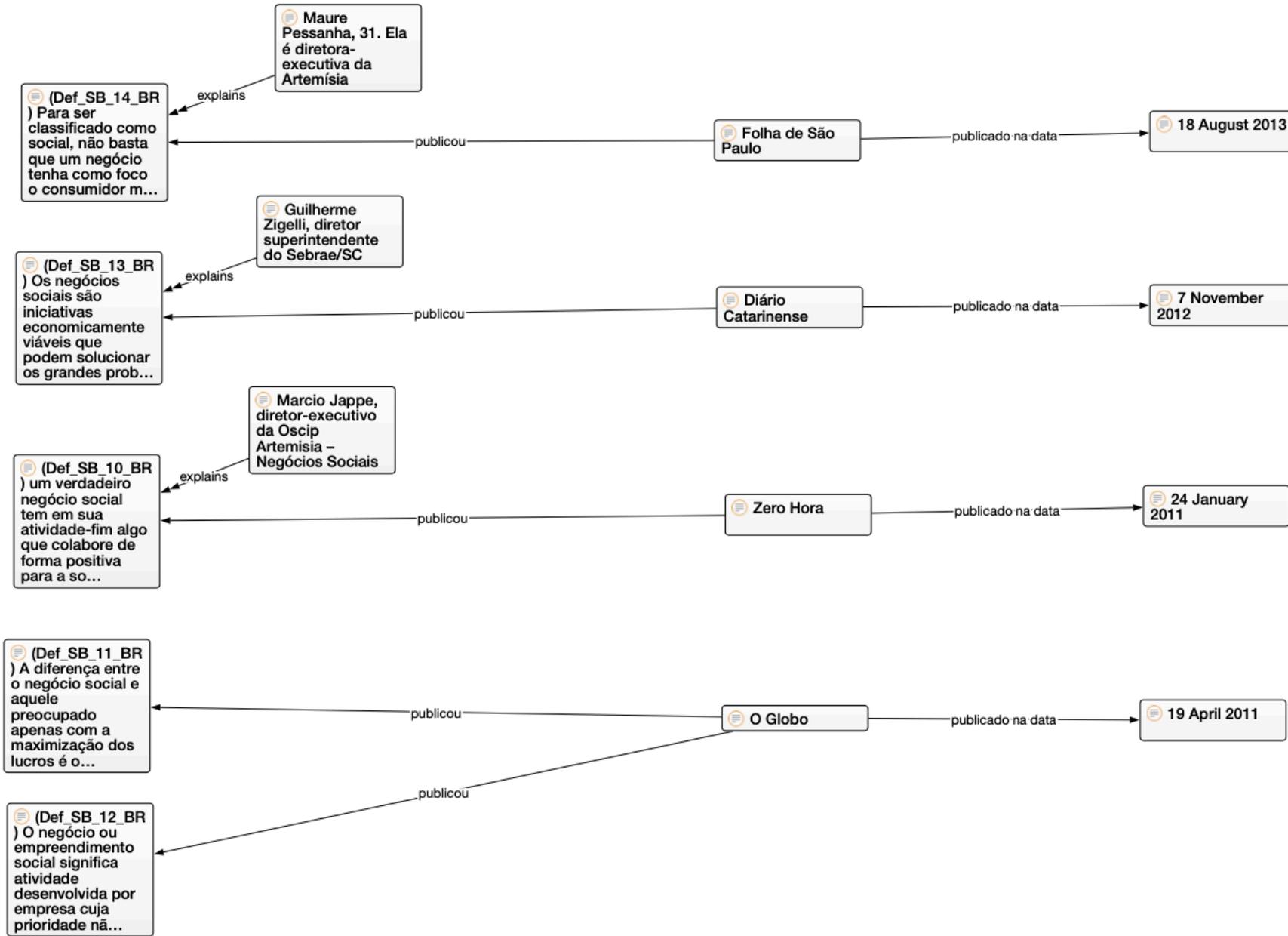




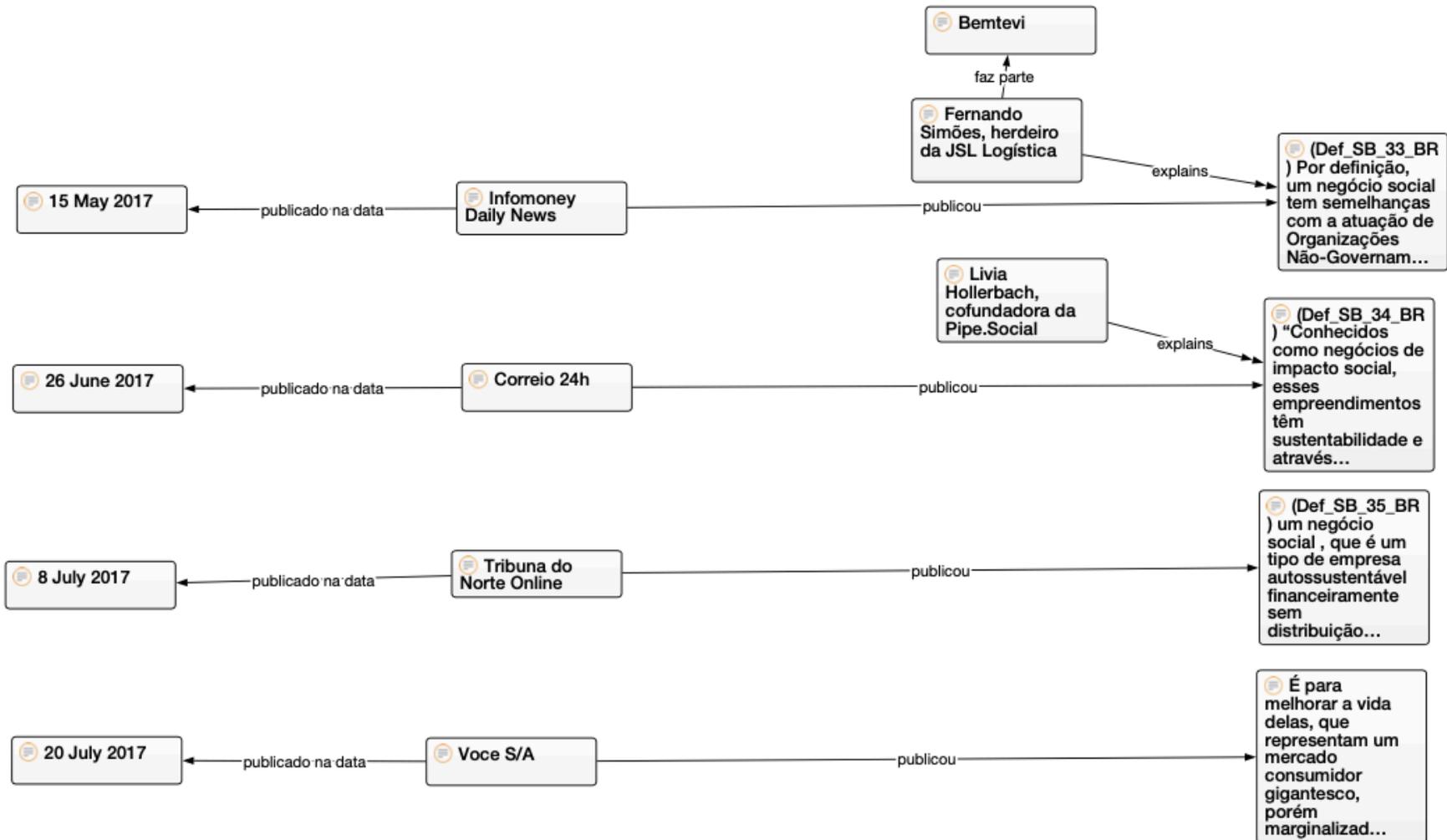
APÊNDICE C – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2011 – 2015)

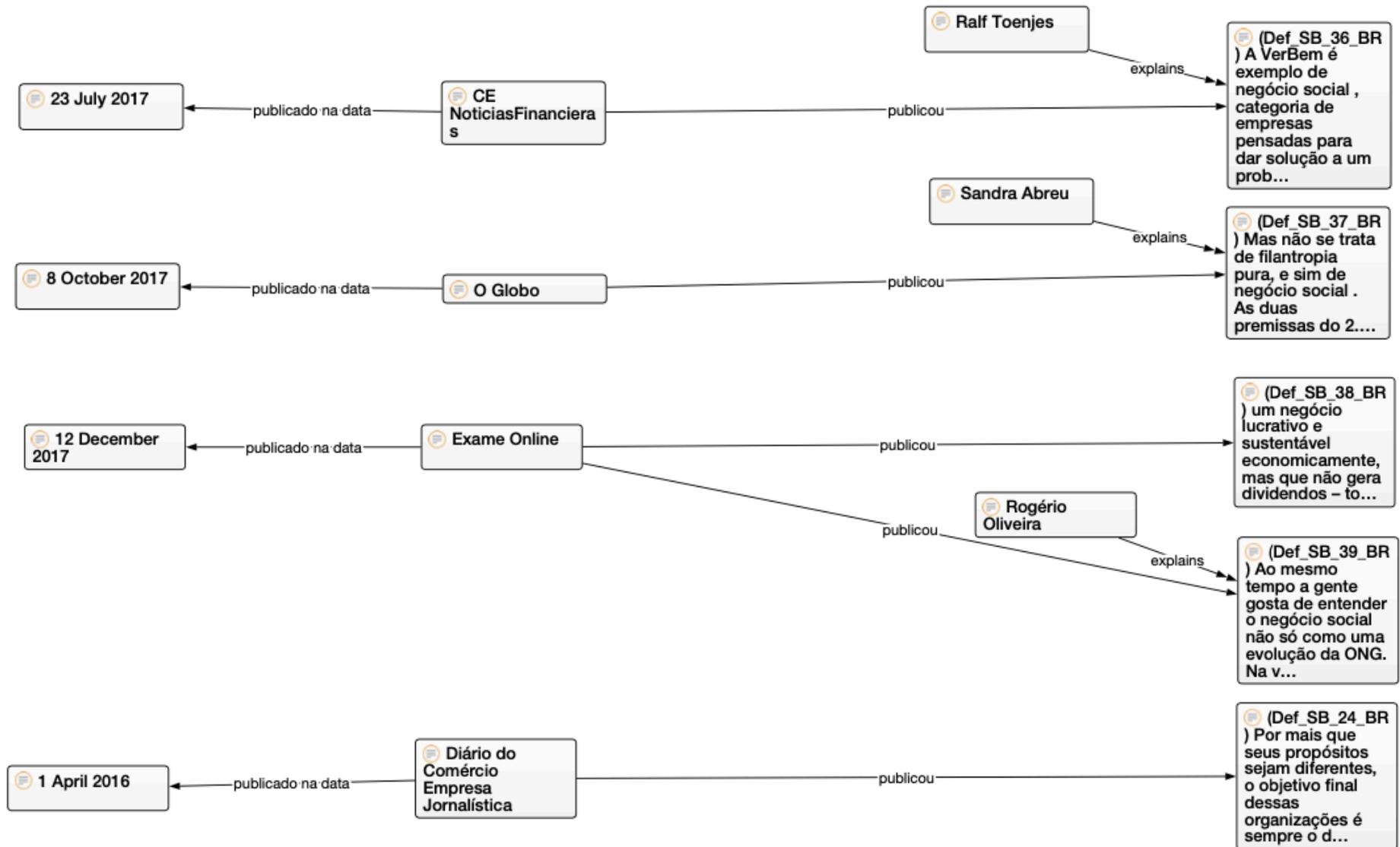


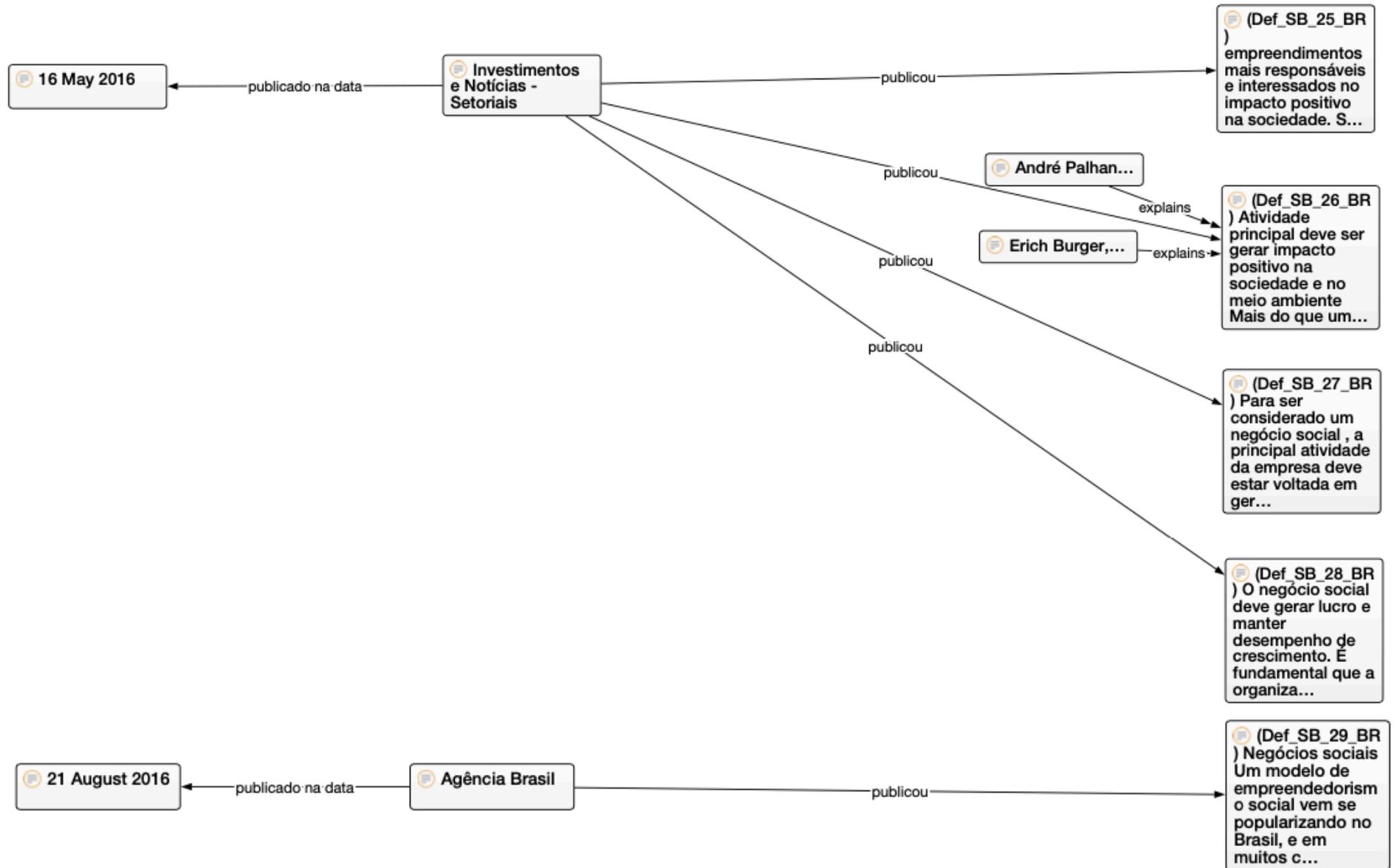


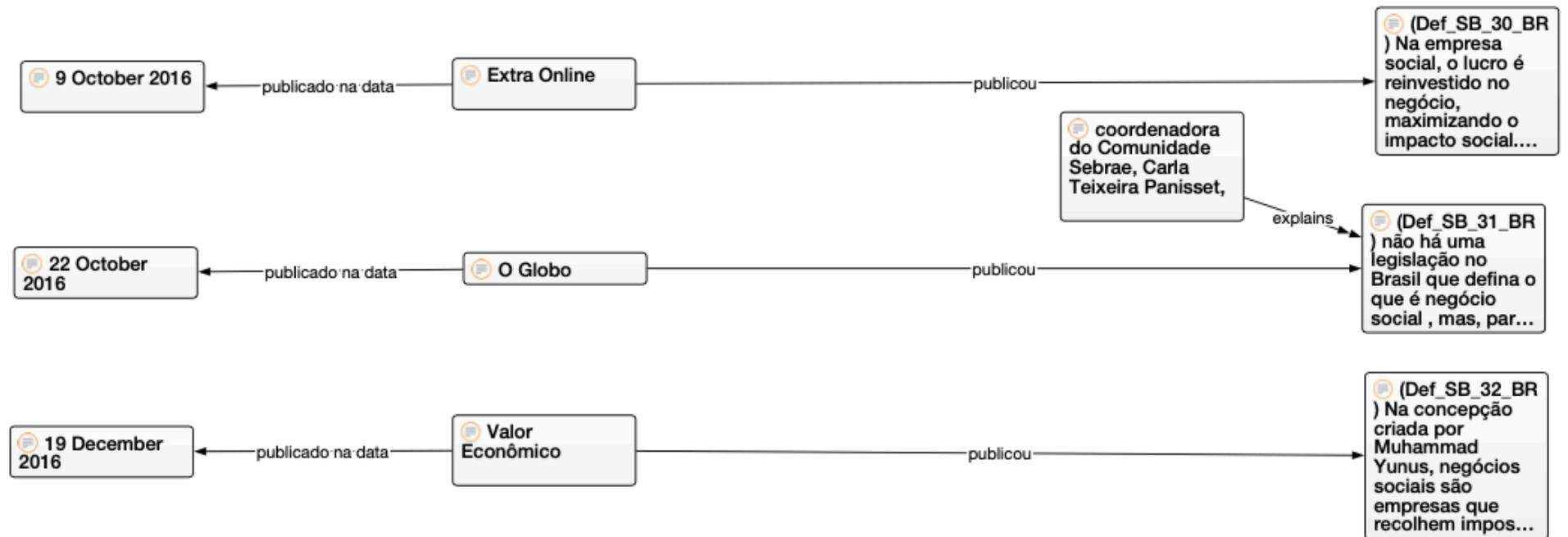


APÊNDICE D – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2016 – 2017)









APÊNDICE E – ANÁLISE TEMPORAL DE CONCEITOS NIS (2018 – 2019)

