FOTO: ARQUIVO ALUNOS



QUEBRANDO OS MUROS SOCIAIS

COMO A TROCA DE EXPERIÊNCIAS PODE ALTERAR VISÕES DE MUNDO E SER UM PODEROSO INSTRUMENTO DE APRENDIZADO

Por Aline Lilian dos Santos

No Brasil, realidades sociais totalmente diferentes convivem no mesmo espaço. Mas, apesar de compartilharem algumas ideias, esses diversos cenários dificilmente se misturam. Como fazer com que esses mundos se aproximem e colaborem entre si?

Pensando nisso, a FGV-EAESP instituiu a disciplina eletiva Negócios de Impacto Social (NIS) para o curso de graduação em Administração no 1º semestre de 2013. Segundo o professor Edgard Barki, criador da matéria, ela tem como principal foco quebrar os muros sociais, aproximando estudantes da Escola e jovens de Heliópolis, bairro localizado na zona sul de São Paulo.

PARCERIAS DE SUCESSO

Para a viabilização do NIS, realizou-se uma parceria com o projeto Coletivo Coca-Cola, plataforma de negócios sociais do Instituto Coca-Cola, juntamente com a Vompar Bebidas e a Artemisia, uma

das principais organizações provedoras de projetos sociais no Brasil. "A parceria com a Artemísia foi fundamental para gerenciar a reação dos alunos e jovens de Heliópolis quando eles têm de trabalhar juntos. Ela direciona os grupos e promove essa união de forma que a relação flua naturalmente. Já a Coca-Cola foi fundamental para a nossa entrada na comunidade, pois já atuavam lá com o projeto Coletivo", explica Barki.

CONVIVÊNCIA COM O OUTRO

A inovação proporcionada pela disciplina é a realização de atividades que promovam a integração dos dois públicos. Durante uma semana, os alunos da EAESP vão a Heliópolis, onde interagem com os moradores e acompanham suas atividades. A partir disso, formam-se grupos mistos – com estudantes da Escola e jovens da comunidade que participam do Coletivo – para trabalharem em projetos envolvendo questões que impactam o dia-a-dia de quem vive em Heliópolis.

De acordo com Barki, o grande benefício dessa experiência é a quebra de preconceitos e barreiras sociais. A convivência com pessoas que geralmente não fazem parte do mesmo meio traz novas perspectivas e grandes aprendizados para todos: "A realidade da maioria dos alunos é muito diferente da realidade da comunidade. O jovem de Heliópolis e o estudante da GV têm pré-conceitos um em relação ao outro, e nessa atividade o outro lado serve para o outro lado. Por isso a ideia de quebrar esses muros sociais, mostrando que, apesar das diferenças, todos são jovens com sonhos semelhantes".

VIVENDO A EXPERIÊNCIA

Na primeira edição da disciplina, a proposta era criar iniciativas que trouxessem melhorias aos empreendimentos de Heliópolis. Entre os negócios selecionados estavam um pet shop, um supermercado, uma loja de roupas, uma produtora de eventos, uma doceira e a rádio comunitária. O objetivo era visitar os empreendimentos e auxiliar no plano de negócios, dando orientações sobre distribuição dos produtos nas prateleiras, controle das finanças, estoque, divulgação etc. "Buscamos dar dicas que estivessem ao alcance dos empreendedores. O resultado foi muito bom, porque eles puderam colocar em prática o trabalho desenvolvido pelos grupos, trazendo uma oportunidade de crescimento aos negócios", comenta Marcelo Falciano, aluno do curso de Administração Pública da EAESP.

> Queria que os alunos sentissem a dinâmica da comunidade e, a partir dessa vivência, fazê-los pensar fora da caixa e perceber que existem outras realidades para se trabalhar.
>
> *Edgard Barki, criador do programa Negócios de Impacto Social*

NEGÓCIOS SOCIAIS

São empreendimentos que utilizam mecanismos de mercado para criar um impacto social positivo. Autossustentáveis financeiramente, têm como objetivo diminuir a vulnerabilidade social das pessoas.

Ainda de acordo com Marcelo, apesar de algumas pessoas estarem receosas em receber os alunos, essa barreira foi quebrada por meio do aprendizado mútuo: "Fizemos um alinhamento para mostrar à comunidade que a intenção do programa é que todos aprendam, não nós da GV chegarmos como detentores do conhecimento e resolvermos tudo. Aprendemos com eles e eles conosco".

Para Régis Foge, educador do projeto Coletivo, o programa foi um grande diferencial para ambas as partes: "Todos trabalharam com muita vontade de ajudar e aprender. O conhecimento deve se multiplicar e todos puderam compartilhar e adquirir novos aprendizados".

Na segunda edição da disciplina, o tema do projeto mudou. Os grupos tinham que desenvolver negócios relacionados aos problemas sociais da comunidade e pensar em iniciativas para amenizá-los. Depois de conversar com a população, eles levantaram questões como gravidez precoce, bailes funk nas ruas, geração de renda para jovens, dificuldade de entretenimento local e

FOTOS: ARQUIVO ALUNOS



Alunos da EAESP e jovens de Heliópolis interagem e trabalham juntos por melhorias na comunidade

BRAZIL CASE COMPETITION

Em janeiro de 2014, aconteceu na FGV-EAESP o primeiro Case Competition do mundo sobre negócios sociais. O evento reuniu estudantes de onze universidades dos cinco continentes e abordou cases de empresas como Geekie e Telefônica.

sustentabilidade financeira da rádio comunitária. A ideia era que eles propusessem novas abordagens que pudessem ser trabalhadas posteriormente por Heliópolis. "Fomos estimulados a andar pela comunidade, conversar sobre o que mais incomodava os moradores e pensar em soluções. O interessante é que, quando falamos em comunidade, pensamos em dificuldades relacionadas à saúde, educação e infraestrutura, mas a maioria dos temas levantados englobava a questão social e de propósito de vida. Assim, as iniciativas propostas foram: uma festa diferenciada, sem bebidas; um negócio em que os moradores pudessem explorar sua veia artística por meio do grafite, estampando camisetas para vender e transformando isso em renda para a comunidade; e a criação de centros para capacitar grávidas e jovens, trazendo conhecimento sobre prevenção e outros aspectos da área da saúde", explica Gabriela Torquato, aluna do curso de Administração de Empresas na EAESP.

A estudante também ressalta que ficou surpresa com a harmonia entre alunos e jovens de Heliópolis durante o projeto, respeitando-se e buscando entender o ponto de vista do outro: "Em geral, a gente se fecha por preferir caminhos conhecidos, mas todos foram muito abertos. Não conhecer a realidade do outro permite que a pessoa se baseie em preconceitos, mas quando ela vive a experiência, consegue uma maior sinergia".

TRANSFORMAÇÃO E RECONHECIMENTO

Durante o contato com os membros de Heliópolis, o que mais chamou a atenção de Gabriela foi a falta de perspectiva de um futuro melhor por

parte dos jovens. Por isso, o projeto procurou contribuir para uma mudança de pensamento na comunidade: "Infelizmente, não víamos aquele sentimento de 'Eu acredito que posso transformar a minha realidade´. Isso também valeu para os alunos da GV, que enxergaram o quanto podem contribuir para a sociedade de outra forma, pois começaram a se questionar: 'Como vou usar meu conhecimento como administrador? Vou me fechar em um escritório ou buscar outros caminhos?'"

O resultado é um processo de transformação dos participantes: "Vejo a reação dos jovens quando vou a Heliópolis e sinto que fizemos diferença, que o projeto tocou seus corações. Não tem resultado melhor. Um bom exemplo é o caso de uma menina que trabalhou com o tema de gravidez precoce. Ela tinha 26 anos e 4 filhos. Depois da experiência, passou a se valorizar mais e a perceber sua importância na formação dos filhos", explica Barki.

APRENDIZADO

Mais do que tirar os estudantes da sala de aula, a disciplina traz grande aprendizado por meio da troca de experiências. "Essa oportunidade é muito rica para os alunos, já que vivem uma experiência diferente em um ambiente universitário pouco diverso", conta o professor.

O NIS foge do método tradicional de ensino, substituindo as aulas expositivas por conversas que permitem aos alunos debaterem e refletirem sobre o tema. "O professor coloca lenha na fogueira e incentiva questionamentos, já que os assuntos são polêmicos e geram discussão. É muito interessante entrar em contato com diferentes visões", conta Gabriela, que aproveita para fazer uma sugestão para a disciplina: "Acho interessante aprofundar o processo de formação do aluno antes de ir para a comunidade. Surgem questões como: `O que vamos fazer lá?´, `Como será?´. Isso foi proposital para não criarmos expectativas (o que é ótimo), mas é preciso estar aberto para vivenciar e absorver a experiência. O desafio é cutucar os estudantes para se abrirem e olhar para dentro de si, assim estarão preparados para conviver com pessoas de qualquer lugar".

PERSPECTIVA DE FUTURO

A experiência também traz aos graduandos uma nova perspectiva de negócios baseados em um modelo mais inclusivo e mostra como a interação com o público de baixa renda pode ampliar a visão dos estudantes, permitindo que estejam mais bem preparados para atuar em ambientes com maior diversidade e complexidade. A disciplina tem atraído muitos alunos pelo fato de a área de negócios sociais estar em expansão e ser uma alternativa de carreira: "O objetivo é permitir uma experiência diferenciada e abrir os olhos dos estudantes para outras possibilidades de atuação. O potencial dessa área atrair profissionais é grande e tem muita gente trabalhando no setor. É a ideia de como você pensa a questão social, não como responsabilidade social, mas como um negócio que pode dar dinheiro", explica Barki.

Ele ainda ressalta que um grupo de professores da FGV, USP, INSPER e SENAC tem se empenhando em criar iniciativas nessa área, sendo que INSPER, USP e GV já possuem disciplinas sobre negócios sociais.

É PRECISO ENGAJAMENTO

Para participar da disciplina, os estudantes devem se inscrever e mandar um vídeo explicando porque gostariam de trabalhar no projeto, pois geralmente o grupo é formado por cerca de vinte alunos.

"Diferentemente de outras disciplinas, o melhor aluno para essa matéria não é necessariamente o que tem as melhores notas. Quero estudantes engajados, mais do que qualquer coisa", afirma Barki, ressaltando que o fator determinante para a seleção dos participantes é o "brilho nos olhos" .

A disciplina foi suspensa no primeiro semestre de 2014, devido ao calendário adaptado à Copa do Mundo, mas voltou com força total no segundo semestre.

NÚCLEO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Em setembro de 2014, o Centro de Estudos em Empreendedorismo (GVcenn) criou o Núcleo de Negócios de Impacto Social com o objetivo de pesquisar, gerar e disseminar conhecimento nessa área.