

Uma profissional da Antropologia atuando em Inovação Social: um breve relato de experiência profissional

A professional in Anthropology working in Social Innovation: a brief overview of a professional experience.

Mayra Nascimento Fonseca

Universidade de Brasília -UnB

Brasília, Brasil.

maynfonseca@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-8347-5727>

Recebido em: 05 de maio de 2025

Aceito em: 08 de junho de 2025

Resumo

O texto explora a trajetória da autora como antropóloga atuando no campo da Inovação Social. A peça tem como objetivo relatar a experiência da profissional na condução de pesquisas para a Yunus Negócios Sociais, destacando a metodologia empregada no diagnóstico de problemas sociais e ambientais. Tal metodologia envolve levantamento de dados secundários, entrevistas com especialistas e imersões locais. Os resultados obtidos visam contribuir para a compreensão das necessidades socioeconômicas das populações envolvidas e para a criação de negócios sociais relevantes.

Palavras-chave: Antropologia; Mercado de Trabalho; Inovação Social; Negócio Social; Metodologia.

Abstract

The text explores the author's journey as an anthropologist working in the field of Social Innovation. The piece aims to report her experience in conducting research for Yunus Social Business, highlighting the methodology used in the diagnosis of social and environmental problems. This methodology involves secondary data collection, interviews with specialists, and local immersions. The results obtained aim to contribute to understanding the socioeconomic needs of the populations involved and to the creation of relevant social businesses.

Keywords: Anthropology; Labor Market; Social Innovation; Social Business; Methodology.

Introdução

Em setembro de 2010, entreguei e defendi minha dissertação de Mestrado em Antropologia e Etnografia na Universidade de Barcelona (UB), na Espanha. Em 2022, iniciei um movimento de reaproximação à academia, frequentando disciplinas como aluna ouvinte em departamentos de Antropologia em universidades brasileiras. No longo intervalo entre essas duas datas, eu me consolidei no Brasil como o que frequentemente é nomeado de *profissional da Antropologia* ou *pesquisadora independente*, ou seja, como uma profissional que trabalha de forma remunerada em projetos para diferentes instituições, sem necessariamente estar vinculada a uma entidade de ensino formal.

Entre os projetos que realizei como *pesquisadora independente*, incluindo pesquisas para “Inovação Social”¹, muitos se relacionam com o tema central da minha pesquisa de mestrado, ou seja, culturas e comportamentos alimentares. Entre vários outros aprendizados, a Antropologia da Alimentação me introduziu a desenhos metodológicos que incluem, por exemplo, diários e observações participantes em cozinhas comunitárias (Contreras e Gracia, 2009). Movendo-me das cozinhas para os quintais, aos poucos entendi que pensar alimentação também implicava em pensar práticas de agricultura e práticas de saúde. Assim, já de volta ao Brasil e dez anos após a defesa de minha dissertação de mestrado, eu me reencontrei com mulheres que fazem parte de minha história familiar e com quem neste momento elaboro minha pesquisa de doutorado, as raizeiras do Cerrado².

Após esse reencontro, comecei a jornada de doutoramento em Antropologia Social na Universidade Federal de Goiás (UFG) que, desde o início de 2025, sigo como aluna do Departamento de Antropologia (DAN) da Universidade de Brasília (UnB). Nas constantes ocasiões em que sou convidada a explicar a minha trajetória, tenho repetido que eu me distanciei da academia, um pouco e por uns anos; mas que eu não me afastei da Antropologia. E para além da Antropologia, penso que faço trabalhos como uma antropóloga que se coloca em uma permanente recombinação intelectual (Peirano, 2014) dialogando com colegas e conteúdos de outras ciências com destaque, em ordem

¹ Em termos de Goldsmith et. al. (2010), “Inovação Social” diz respeito ao processo de desenvolver soluções efetivas para desafios sistêmicos sociais e ambientais. Assim, podem gerar ideias, produtos, organizações e modelos.

² Raizeiras do Cerrado são mulheres que fazem parte dos povos e comunidades tradicionais e que preparam remédios caseiros com plantas do bioma, sendo agentes de saúde em suas comunidades.

alfabética, para Arquitetura, Artes, Comunicação Social, Ecologia, Economia, História e Sociologia.

Entre tais trabalhos que faço com atores do setor público, do setor privado, de organizações da sociedade civil e de agências de cooperação internacional; apresento brevemente nesta peça a minha experiência como consultora e conduzindo pesquisas para a Yunus Negócios Sociais no Brasil e outros países da América Latina, com o objetivo de colaborar para projetos que visam a criação de “negócios sociais³” (Yunus, 2010) relevantes para a sociedade.

Escolho essa experiência pelos bons resultados que a metodologia desenhada e implementada vem apresentando nos cinco últimos anos, ao impulsionar a construção de materiais sólidos que ajudam os times de estratégia da Yunus a desenhar “negócios sociais” comprometidos com as demandas reais dos grupos de pessoas por eles atendidos. Além disso, relato essa experiência porque penso que profissionais da Antropologia podem se aproximar do campo “Inovação Social” aportando com a nossa avidez por conhecer mundos e pensar futuros (Peirano, 2014).

Assim, na seção seguinte detalho a metodologia de pesquisa empregada nos projetos com a Yunus Negócios Sociais. E posteriormente concluo esta peça apontando algumas reflexões e sentimentos sobre o meu trabalho como pesquisadora em projetos de “Inovação Social”.

Uma metodologia para o diagnóstico de problemas sociais e ambientais

Muhammad Yunus (2010) é um economista natural de Bangladesh que foi laureado com o Nobel da Paz pela criação do *Grameen Bank*, conhecido popularmente no Brasil como *banco dos pobres*. Entre os profissionais da “Inovação Social”, ele é considerado o criador do conceito de “negócio social”, ou seja, quem primeiro formulou a ideia de que podem existir negócios financeiramente autossustentáveis, que geram receita para cobrir as despesas e reinvestimentos necessários, mas que não distribuem dividendos para sócios e investidores. Além dessas características que desafiam o modelo econômico hegemônico, um “negócio social” tem como principal objetivo colaborar para a mitigação de um problema social e ambiental⁴ em um contexto

³ Como mencionado a seguir no texto, “negócios sociais” (Yunus, 2010) são aqueles que não geram dividendos e que são focados em mitigar problemas sociais e ambientais.

⁴ Desde 2017, com o livro *Um mundo de três zeros – A nova economia de zero pobreza, zero desemprego e zero emissões líquidas de carbono* (com lançamento da versão traduzida no Brasil em 2023), Yunus et.

específico, por exemplo, para a diminuição da insegurança alimentar, do desemprego, dos índices de violência doméstica, da precariedade no abastecimento de água, entre outros.

Com esse pensamento e visão, o professor fundou a Yunus Negócios Sociais em 2011. A instituição começou a atuar no Brasil em 2013 e, desde 2021, sou uma das consultoras e pesquisadoras que participam em projetos. No meu caso, atuo principalmente no primeiro momento da jornada da Yunus para a geração de negócios sociais: o diagnóstico para aprofundamento e compreensão dos problemas sociais e ambientais.

Quando iniciei o trabalho com a Yunus Brasil, dialogamos sobre a necessidade de uma revisão da metodologia de investigação implementada nessa etapa de diagnóstico. Por um lado, a equipe da Yunus apresentou a necessidade de que as pesquisas conseguissem sistematizar o máximo de dados confiáveis e atuais sobre os problemas sociais e ambientais no período de tempo disponível para o trabalho, ou seja, em até três meses consecutivos. Por outro lado, a metodologia deveria contemplar a descrição do contexto de vida das pessoas que lidam com os chamados problemas sociais e ambientais, incorporando a contribuição de estudos antropológicos para a caracterização dos “modos de vida” (Bourdieu, 1983) de uma população. Era preciso, portanto, um trabalho de pesquisa que fosse, ao mesmo tempo, ágil e sensível.

Diante dessas necessidades, a minha primeira indicação foi desenharmos um pré-projeto de pesquisa a ser seguido com as necessárias adaptações, sempre que possível, nos trabalhos seguintes do escritório da Yunus no Brasil. Para o desenho desse pré-projeto, eu me concentrei em pensar principalmente quais seriam os objetivos gerais de investigação, assim como os métodos e técnicas recomendadas.

Ao rever projetos anteriores da Yunus, a equipe dessa organização e eu definimos em conjunto que a etapa de diagnóstico dos projetos teria como objetivo geral o aprofundamento de um problema social específico em uma *geografia*⁵ previamente determinada. Dessa forma, seria possível fazer o mapeamento do perfil das pessoas que

al. (2023) reafirma a importância de que problemas sociais e ambientais sejam pensados de forma integrada, assim como também as estratégias para sua mitigação.

⁵ A dimensão *geografia* depende de cada projeto e pode ser, por exemplo, um bairro, uma cidade, um estado, um bioma, entre outros.

lidam com tal problema, assim como levantar suas necessidades sociais, econômicas e ambientais.

As escolhas de problema social e *geografia* são feitas pela equipe da Yunus e seus parceiros, organizações que pretendem criar e implementar um “negócio social” ao final do trabalho, levando em consideração as habilidades e capacidades desses parceiros para pensar soluções para os problemas sociais, e também a viabilidade de implementação de um negócio no local escolhido como *geografia*.

Do ponto de vista metodológico, a definição prévia de um problema social e de uma *geografia* significou uma importante contribuição para superar possíveis generalizações superficiais acerca de temas tão complexos quanto educação de qualidade, moradia digna, oportunidade de trabalho para mães-solo de baixa renda, ou transporte acessível e seguro, para dar alguns exemplos. Ao longo dos anos, percebo que esses recortes aportaram para a melhor compreensão de contextos de pessoas em situação de vulnerabilidade social e ambiental, considerando as suas práticas culturais, suas crenças e as estruturas sociais em que estão inseridas (Benedict, 2013).

Sobre os métodos e técnicas de investigação implementados, além de cumprir com os objetivos gerais e com os objetivos específicos de cada trabalho, eles deveriam ser facilmente replicados por outras equipes de pesquisadores que são constantemente treinadas e alocadas nos distintos projetos conduzidos pela Yunus no Brasil. Em conjunto, também percebemos que seria fundamental combinar métodos e técnicas que nos ajudariam a abarcar a complexidade dos temas estudados. Assim, decidimos que três tipos de esforços metodológicos seriam empregados: levantamento de dados secundários, entrevistas com especialistas, e imersões nas aqui chamadas *geografias* estudadas em cada projeto.

Durante o levantamento de dados secundários, a equipe de pesquisa direciona esforços para o mapeamento de fontes de informação relevantes que apontam dados atualizados, preferencialmente retratando os últimos cinco anos. Alguns exemplos são os institutos de pesquisa de órgãos das instâncias do governo federal, estadual e municipal. Nesse sentido, uma fonte de destaque são as diversas publicações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Além disso, são também considerados os relatórios de organismos de cooperação internacional, como as agências

da Organização das Nações Unidas (ONU), e de entidades representantes dos setores relevantes para o problema social e ambiental estudado em cada caso.

Para o levantamento de dados secundários, também optamos por fazer uma vasta pesquisa bibliográfica em produções acadêmicas recentes ao redor dos temas de investigação de cada projeto. Pela contribuição das “descrições densas” (Geertz, 1989), são priorizadas etnografias produzidas nas academias brasileiras, cujos trabalhos de campo foram realizados nas *geografias* estudadas no projeto Yunus em questão. Além do mapeamento dos dados, a pesquisa bibliográfica antropológica também é fundamental para a identificação de pesquisadores especialistas que serão mobilizados na seguinte etapa metodológica do projeto.

Com o estudo dos dados secundários levantados, fazemos uma curadoria das pessoas especialistas que trabalham diretamente nos locais onde o “negócio social” será implementado ou que conduziram pesquisas técnicas e acadêmicas sobre o problema social que é foco do projeto. Dessa forma, para cada trabalho identificamos um conjunto de especialistas técnicos, pesquisadores acadêmicos e articuladores locais, moradores ou não do território, para dialogarmos sobre dados e necessidades da população, como também para que contribuam com a nossa reflexão crítica apontando nossas possíveis falhas de interpretação. Essas pessoas são convidadas a participar de rodadas de entrevistas individuais em profundidade, conduzidas por uma pessoa pesquisadora que segue um roteiro de perguntas e estímulos adaptado de acordo com o tema de cada projeto.

Com os dados e reflexões mapeados nas etapas de levantamento de dados secundários e entrevistas com especialistas, preparamos um documento de relatório que é enviado e apresentado à equipe Yunus no Brasil, como também às organizações parceiras do projeto em questão. Além de evidenciar os aprendizados do estudo sobre as populações que lidam diariamente com o problema social previamente definido, e sobre as suas necessidades socioeconômicas e ambientais, essa relatoria vislumbra contribuir para melhor entender o mundo em que vivemos, questionando certezas e verdades estabelecidas no que diz respeito às condições de vulnerabilidade em que tais populações se encontram (Peirano, 2014). Ou dito de outra forma, esse é um documento e reunião em que as pessoas pesquisadoras convidam a audiência a refletir sobre a forma como o problema social em questão é percebido, por exemplo, tensionando que

categorias como “pobreza” (Yunus et. al., 2023) sejam repensadas como “privação” na medida em que uma situação de pobreza pode ser entendida como uma condição potencialmente transitória e resultante do entrelaçamento de outros fatores.

Após a apresentação e diálogo sobre o relatório analítico, o diagnóstico pode seguir para uma última fase de imersão local e sessões de trabalho envolvendo a comunidade local da *geografia* selecionada, equipe de pesquisadores e outras pessoas da Yunus Brasil, assim como organizações parceiras interessadas em criar ou fomentar o “negócio social”.

Levando o processo de interlocução a sério (Ingold, 2017), as imersões são pensadas e planejadas em conjunto com atores locais que fizeram parte do grupo de especialistas entrevistados, considerando suas prioridades sobre lugares a serem visitados e temas a serem debatidos. Ou seja, a comunidade local é protagonista nessa etapa, desde a sua concepção. Quando a imersão é realizada e todas as partes se encontram para o trabalho presencial ao longo de, preferencialmente, uma semana, a equipe de pesquisadores se posiciona como uma ponte entre as comunidades locais e as organizações, mediando conversas, fazendo anotações em diários de campo, trazendo reflexões sobre os aprendizados das etapas anteriores. Ou seja, a partir desse momento as lideranças locais assumem a direção das atividades e as pesquisadoras são acionadas se e quando esses agentes julgarem necessário. Nessas imersões, sempre que há viabilidade de tempo e interesse por parte da comunidade local, as pessoas em campo são convidadas a atuar como observadoras participantes em atividades no território, como são exemplos oficinas com crianças e rodas de conversas com lideranças locais.

Conclusão

Costumo dizer que transbordar entre mundos diferentes é algo que faz rasgar, e alargar, o coração. Sinto-me assim frequentemente durante a escrita e apresentação de um relatório, após a finalização de um campo de investigação.

Quando atuo como pesquisadora em projetos de “Inovação Social”, isso se amplifica diante da complexidade, e limitações, de um fazer em diálogo com pessoas e profissionais tão plurais quanto aquelas que atuam em comunidades em situação de vulnerabilidade socioambiental e as redes de inovação que acreditam na possibilidade da criação de modelos para gerar impacto positivo na sociedade.

A minha disposição por trilhar esses novos caminhos (Peirano, 2014) se renova quando percebo, ao longo dos trabalhos com a Yunus, que esses mundo-comunidade e mundo-inovação cada vez mais se sobrepõem. Isso porque, com frequência, as populações vulnerabilizadas buscam investir na formação de suas lideranças para que essas se impliquem na criação e articulação de iniciativas que gerem impacto positivo em seu território.

Empreendedores sociais, líderes comunitários, pesquisadores acadêmicos e ativistas algumas vezes são a mesma pessoa, acessando possibilidades e repertórios em cenários diferentes que lhes possibilitam ensaiar futuros nos quais acreditam. Frequentemente, a Antropologia e as antropólogas são bem-vindas a fazer parte desses ensaios. Percebo que assim cresce uma área de atuação para aquelas pessoas dispostas a aprender, e a se refazer, enquanto se posicionam como as conectoras que as comunidades buscam para dialogar sobre suas necessidades e sonhos.

Com um repertório de quem se faz nos entroncamentos e encruzilhadas, sigo de mãos dadas com algumas das mães da Antropologia, como Ruth Benedict (2013) e Zora Hurston (2021), lembrando que elas, além de ocuparem universidades, tinham também outros fazeres que as definiam e que sustentavam as suas tentativas de experimentar as suas antropologias.

Referências

- BENEDICT, Ruth. *Padrões de Cultura*. Petrópolis, Editora Vozes, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. Gosto de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu – Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983, p. 82-121.
- CONTRERAS, Jesús Hernandez e GRACIA, Mabel. *Alimentação, Sociedade e Cultura*. Rio de Janeiro. Editora Fiocruz, 2009.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro, LTC, 1989.
- GOLDSMITH, Stephen; BURKE e GEORGES, Gigi. *The Power of Social Innovation: How Civic Entrepreneurs Ignite Community Networks for Good*. Nova Jersey, John Wiley and Sons, 2010.
- HURSTON, Zora Neale. Como eu me sinto uma pessoa de cor. *Ayé: Revista de Antropologia*, Acarape, edição especial, p. 44-53, mar. 2021.
- INGOLD, Tim. Anthropology contra ethnography. *HAU: Journal of ethnographic theory*, Chicago, n. 1, v. 7, p. 21-26, 2017.
- PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez., 2014.

YUNUS, Muhammad. *Criando um Negócio Social – Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. Rio de Janeiro, Editora Elsevier, 2010.

YUNUS, Muhammad e WEBER, Karl. *Um mundo de três zeros – A nova economia de zero pobreza, zero desemprego e zero emissões líquidas de carbono*. Osasco, Editora Voo, 2023.