



Universidade Federal de Campina Grande  
Centro de Humanidades  
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade  
Coordenação de Estágio Supervisionado

## **O CICLO DA INOVAÇÃO SOCIAL NO LITRO DE LUZ**

**CLEVERSON CIDNEY SILVA DA COSTA**

Campina Grande – 2018

**CLEVERSON CIDNEY SILVA DA COSTA**

**O CICLO DA INOVAÇÃO SOCIAL NO LITRO DE LUZ**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Suzanne Érica Nóbrega Correia, Dr<sup>ª</sup>.

Campina Grande – 2018

## COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

---

Cleverson Cidney Silva da Costa  
**Aluno**

---

Suzanne Érica Nóbrega Correia, Doutora  
**Orientadora**

---

Lúcia Silva Albuquerque de Melo, Mestre  
**Coordenadora de Estágio Supervisionado**

Campina Grande – 2018

**CLEVERSON CIDNEY SILVA DA COSTA**

**O CICLO DA INOVAÇÃO NO LITRO DE LUZ**

**Relatório aprovado em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_**

---

Suzanne Érica Nóbrega Correia, Doutora  
Orientadora

---

Lúcia Silva Albuquerque de Melo, Mestre  
Examinadora

---

Verônica Macário de Oliveira, Doutora  
Examinadora

Campina Grande – 2018

Dedico este trabalho ao meu saudoso avô, José Alexandre da Silva, que me criou em sua casa, sempre me incentivou em meus estudos e, foi exemplo de princípios éticos para mim.

## AGRADECIMENTOS

Deus. Primeiramente eu agradeço a Ele. Pelo dom de minha vida. Por ser tão bondoso para comigo. Por realizar os meus sonhos. E me fazer acreditar que eu sou capaz de conseguir o que eu quero.

Agradeço a Nossa Senhora, Maria. Pela sua intercessão, junto a Jesus. E por sempre está comigo, abençoando os meus passos e iluminando os meus caminhos.

A minha mãe, Mariquinha, por cuidar tão bem de mim. E ser minha grande incentivadora nessa realização.

A minha avó, Dona Maria, por me dá ânimo, forças. E rezar por mim, a Deus, para eu chegar até aqui.

A minha tia-madrinha, Rosa, por me acolher em sua casa durante esse tempo e me ajudar naquilo que eu precisei.

A toda minha família, por ser minha base, meu colo, e me ensinar a ser a cada dia mais, uma pessoa simples e humilde.

A meu sobrinho e amigo, Pedro Costa, pela parceria e força.

Aos meus amigos, Jordânia, Claudileide e Emerson, irmãos que eu escolhi, enviados por Deus.

A minha amiga, Aldia da Silva, por mais do que isso, ser minha grande inspiração, e exemplo de vida.

Aos amigos que a universidade me deu, Rayssa, Ermesson, Ana, Jonas, Marcus, Jéssica e Amanda, obrigado pelo apoio.

Ao meu grupo de amigos, intitulado de “Mofizada”, amo vocês.

A turma do período 2015.2, noturno, por serem uns fofos comigo, e me fazerem rir em momentos que eu precisava.

A minha orientadora, Profa. Suzanne Érica Nóbrega Correia, por ter acolhido a minha proposta do trabalho, por me motivar durante esse período e ser paciente para comigo. Além do conhecimento, a mim passado.

Aos membros da Banca Examinadora, pelas sugestões de melhoria deste trabalho.

As professoras Verônica Macário, Marielza Barbosa e Adriana Miki, tenho um grande carinho por vocês. Obrigado por me ensinarem tanto.

Aos professores Vinicius Moreira e Lúcia Melo, por não pouparem esforços em me ajudar sempre que eu necessitei.

Ao PET Administração UFCG, na pessoa do professor Elmano Pontes Cavalcanti, por todo aprendizado que eu passei e adquiri no projeto. Além dos amigos que eu fiz lá dentro: Lisandra, Netinho, Valéria, e aos demais parceiros de equipe.

Agradeço ao Projeto Um Litro de Luz Brasil, especialmente da Célula de Campina Grande, da qual eu faço parte, atualmente como gerente de desenvolvimento pessoal. Obrigado por ser minha fonte de estudo neste trabalho, e por me fazer enxergar o mundo com outros olhos, depois que eu passei a fazer parte desse Projeto.

Sou muito grato a André Trócoli, Victor Hugo, Cleidiane Valente, Gabriela Guerra, Saulo Ribeiro Silas, Michelle Scachetti e Ivone Marinelli Guedes, pela grande contribuição nessa minha conquista. Sem vocês isso não teria sido possível. Obrigado.

A minha família do EJC do Rosário, “Amareluz”, obrigado pela acolhida, por me escutarem em momentos difíceis, e principalmente por se alegrarem com minhas conquistas.

Ao meu povo do teatro, Sânzia, Arthur, Chico e demais companheiros, grato pelo que eu aprendi com vocês.

Enfim, agradeço ao curso de graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, professores, coordenadores e demais funcionários, por ajudar a realizar esse meu sonho de ser administrador.

São as nossas decisões, e não as nossas condições, que determinam o nosso destino.

**(Leonardo Castelo – CEO da Ecoville)**



## Resumo

Durante muito tempo se discute sobre inovação social. E ao longo dos anos, ela foi ganhando muitos significados. Significados estes que não se desarmonizam, mas que são semelhantes e se complementam. A inovação social é uma nova resposta para um problema social, que mediante soluções efetivas, eficientes e sustentáveis mais do que as já existentes, sejam elas de atendimento a necessidades como saúde, educação e infraestrutura, geram um valor que beneficia toda a sociedade e não apenas algumas pessoas. Dessa forma, o presente trabalho busca identificar quais as etapas do processo de inovação social no Litro de Luz. Relacionando elas, com os Estágios da Inovação Social propostos por Murray et al. (2010). Para isso, realizou-se uma pesquisa junto a voluntários que atuam no projeto. A pesquisa feita é básica, qualitativa e exploratória, tendo a entrevista como instrumento de coleta de dados. Observou-se que muitos desafios são impostos aos voluntários do Litro, mas com a ajuda dos moradores beneficiados e dos parceiros que contribuem para as ações serem executadas, esses desafios são superados. Com isso, entende-se que o projeto Um Litro de Luz Brasil contempla os seis estágios da Inovação Social propostos pelos autores.

**Palavras-chave:** Inovação Social; Litro de Luz; qualidade de vida.

COSTA, C. C. S. **The Cycle of Social Innovation in the Liter of Light**. 38 f. Undergraduate Final Paper (Bachelor in Administration) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2018.

#### Abstract

Social innovation has long been discussed. This concept along the years gained many meanings which are not disharmonious but similar and complementary. Social innovation is a new response to a social problem through more effective, efficient and sustainable solutions than existing ones. These solutions can meet needs such as health, education, and infrastructure to generate value that benefits the whole society and not just some people. In this line, the present research seeks to identify the stages social innovation process in the Liter of Light to relate them to the Stages of Social Innovation proposed by Murray et al. (2010). A basic, qualitative and exploratory study was performed. Data collection was through the interview with volunteers that working on the project. Findings showed that many challenges are imposed on the volunteers of the Liter, but with the help of the beneficiaries and the partners who contribute to the actions to be executed, these challenges are overcome. Concerning Murray et al. (2010) stages, the Liter of Light project in Brazil, contemplates the six stages of Social Innovation previously defined by these authors.

**Keywords:** Social Innovation; Liter of Light; quality of life.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O Ciclo da Inovação Social.....	19
--	----

## SUMÁRIO

<b>1- INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1- OBJETIVO GERAL .....	13
1.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
<b>2- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
<b>3- ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>19</b>
3.1- DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	19
3.2- COLETA DE DADOS .....	20
3.3- UNIDADE DE ANÁLISE .....	20
3.4- SUJEITOS INVESTIGADOS .....	21
3.5- PROCEDIMENTO DE ANÁLISES DE DADOS .....	22
<b>4- APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>23</b>
4.1- LITRO DE LUZ .....	23
4.2- ETAPA 1 (AVISOS, INSPIRAÇÕES E DIAGNÓSTICOS) .....	23
4.3- ETAPA 2 (PROPOSTAS E IDEIAS) .....	24
4.4- ETAPA 3 (PROTÓTIPOS E PILOTO) .....	25
4.5- ETAPA 4 (MANUTENÇÃO) .....	27
4.6- ETAPA 5 (ESCALA E DIFUSÃO) .....	27
4.7- ETAPA 6 (MUDANÇA SISTÊMICA) .....	28
<b>5- CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>32</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>36</b>
APÊNDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTA .....	36

## 1- INTRODUÇÃO

Durante muito tempo se discute sobre inovação social. E ao longo dos anos, ela foi ganhando muitos significados. Significados estes que não se desarmonizam, mas que são semelhantes e se complementam. O termo inovação social está ligado a novos pensamentos, estratégias e soluções que visam satisfazer necessidades sociais. Além disso, ela vem sendo definida como uma maneira de se compreender as causas que geram os problemas sociais ao invés de somente aliviar os seus sintomas (MEDEIROS et al., 2016). Os autores ainda complementam, enfatizando que dessa maneira ela se apresenta “como uma forma de impulsionar o desenvolvimento regional, favorecendo melhorias ao bem-estar humano e ascensão dos processos sociais”.

Ainda que ocorra um crescimento da definição de inovação social, englobando, por exemplo, inovações em organizações e no mercado, a numerosa centralização dos estudos acadêmicos ocorre na convencional inovação tecnológica, de métodos, técnicas e produtos. O que segundo Neumeier (2012), por vezes, as tornam difíceis de serem reconhecidas. Isso acontece porque a inovação social não é unicamente uma melhoria tangível, e sim mudança de condutas, posicionamentos e percepções, resultando numa forma nova de cooperação e que proporcionam uma melhoria na qualidade de vida dos indivíduos.

No Brasil, a inovação social está muito ligada ao empreendedorismo social por procurar preencher lacunas deixadas pelas empresas tradicionais da economia, visando a criação de valor social, ao contrário dos outros empreendimentos que centralizam sua missão, predominantemente, na geração de lucro (MEDEIROS et al., 2016). Em nosso país, ainda são poucas as iniciativas voltadas para a gestão de inovação social. Uma pesquisa realizada por Bignetti (2011), nos anais do EnANPAD (Encontro da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração), revelou que entre 2006 e 2011 apenas dois trabalhos publicados se referiam ao termo inovação social.

Mas isso não significa que a inovação social não tenha avançado. De 2011 para cá, ela vem se difundindo no Brasil. Na Paraíba, por exemplo, uma iniciativa do Governo do Estado, através da Secretaria de Estado da Educação, iniciou há dois meses, na Escola Cidadã Integral Técnica de Bayeux, uma formação para professores das 35 Escolas Cidadãs Integrais Técnicas (ECIT) da Paraíba, que objetiva a inserção da disciplina “Inovação Social e Científica” no currículo das escolas. Em entrevista à Secretaria de Comunicação Institucional do Estado da Paraíba (2018), Rayssa Alencar, membro do grupo formador das ECITs, o

objetivo dessa disciplina é a elaboração de projetos, dessa forma os professores orientarão os alunos, sobre como elaborar e executar projetos técnicos, sejam nas áreas de administração, comércio ou *design*, por exemplo. Além disso, os projetos podem ser realizados na escola, na comunidade em que ela está inserida ou até mesmo nas próprias casas dos alunos.

Para Mulgan (2007), a inovação social diz respeito a novas ideias que buscam a realização dos objetivos sociais através de ações e serviços inovadores, motivados por atender uma necessidade social, que são prevalentemente desenvolvidas e propagadas por meio de instituições, as quais tem como sociais, seus principais objetivos. A inovação social é uma nova resposta para um problema social mediante soluções mais efetivas, eficientes e sustentáveis do que as já existentes. Estas soluções podem ser de atendimento a necessidades como saúde, educação e infraestrutura, geram um valor que beneficia toda a sociedade e não apenas algumas pessoas.

Dessa forma, o presente trabalho busca identificar quais as etapas do processo de inovação social no Litro de Luz. Relacionando elas, com os Estágios da Inovação Social propostos por Murray et al. (2010).

### 1.1- OBJETIVO GERAL

Analisar as etapas do processo de inovação social no Um Litro de Luz Brasil, com base no modelo proposto por Murray et al. (2010).

### 1.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar como foram identificadas as necessidades sociais para o surgimento do Um Litro de Luz Brasil.
- Identificar as etapas de desenvolvimento de protótipo e manutenção do processo da inovação social;
- Analisar os aspectos relacionados à difusão e mudança sistêmica no projeto investigado.

## 2- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Franzoni e Silva (2016), inovação é uma palavra que se refere a processos pelos quais são criados novas ideias, objetos e práticas, quer sejam eles desenvolvidos ou reinventados. No ambiente organizacional, a inovação apareceu como um elemento estratégico, visando impulsionar diferenciais competitivos. Os autores ainda afirmam que nas organizações, as inovações são identificadas como parte de um processo dificultoso, envolvendo vários elementos. Assim, pode-se entender inovação como:

Produção ou adoção, assimilação e exploração de uma novidade com valor agregado nas esferas econômica e social; renovação e ampliação de produtos, serviços e mercados; desenvolvimento de novos métodos de produção; e estabelecimento de novos sistemas de gestão. É tanto um processo quanto um resultado (CROSSAN; APAYDIN, 2010, p. 1.155).

Surgido na década de 1960, o termo inovação social refere-se à investigação experimental nas ciências sociais e humanas. A nomenclatura também foi relacionada às inovações tecnológicas, empreendedorismo social, inovação aberta e responsabilidade sócio-empresarial. No Brasil, ela surge vinte anos depois, já no final da década de 80. Isso com a universalização e democratização da política pública. Levando a um conjunto importante de experimentações de novos acordos institucionais participativos e integralizados a partir dos pressupostos de descentralização, domínio social, além da cooperação da sociedade. Podendo estes, serem considerados autênticos processos da inovação social (FERRARINI; HULGARD, 2010).

Ainda na década de 80, o *Centre de Recherche sur les Innovations Sociales* (Crises), que une vários pesquisadores e é considerado como um dos grupos em referência na Inovação Social, compreende que a inovação social gera impacto em três níveis: sociedade, organizações e território, e pode ser vista como:

Um processo social iniciado pelos atores sociais para responder a uma aspiração humana, suprir uma necessidade, trazer uma solução ou aproveitar uma oportunidade de ação, na intenção de mudar as relações sociais, de transformar um quadro de ação ou de propor novas orientações culturais (CRISES, 2010, p. 5).

No final da década de 90, sua potencialidade de crescimento, atingida pela mesma, ganhou forma através da formação de centros de inovação social e também, com o aumento das pesquisas sobre de que forma esta inovação seria capaz de auxiliar na solução de problemas sociais e no melhoramento da qualidade de vida (JULIANI *et al.*, 2014). Porém, foi a partir dos anos 2000, que os estudos sobre inovação social se intensificaram, surgindo como resolução aos desafios sociais, ambientais e demográficos, causados pela atual

organização dos Estados modernos alicerçados no capitalismo tradicional, tais como a falta de recursos, alterações no clima, envelhecimento populacional, o impacto negativo da globalização, etc. (CAULIER–GRICE, et al., 2012; WARNOCK, 2014).

Por ser um termo novo, a Inovação Social provoca muita curiosidade e gera alguns equívocos. Outros tipos de inovação são confundidos com a inovação social, são eles: a tecnológica, de processos e de produtos (BIGNETTI, 2011). Além da perspectiva tecnológica, a inovação foi abordada por muito tempo, também pela perspectiva econômica, tendo os seus estudos voltados para as organizações privadas (FRANZONI; SILVA, 2016). Para Howaldt e Schwarz (2010), as inovações sociais são diferentes das inovações tecnológicas, dado que apresentam finalidade e objetivos distintos, pois toda inovação tem um prazo de vencimento. Conforme uma tecnologia eficiente passa a integrar o dia a dia de grande parte das pessoas ou grupos, por exemplo, a sua particularidade de inovação se acaba. Ao contrário de uma inovação social, que não se acaba, pois demanda o bem-estar de todos. Segundo Correia (2015), as inovações sociais são planejadas de maneira menos tangível do que os artefatos das inovações tecnológicas, tendo como alvo, o nível de práticas sociais, que visam mudar formas estabelecidas de conduta.

De acordo com Rodrigues (2007), a inovação social tem como principal aspecto, novas maneiras de fazer as coisas com o propósito explícito de reparar os papéis sociais, ou de proporcionar outras respostas para situações sociais precárias e incertas. Ela aponta, que “inovações sociais podem emergir de uma atitude impetuosa e empreendedora, relacionada à percepção de uma situação social insatisfatória que pode ser modificada por meio de um trabalho artístico, por exemplo”. A autora ainda afirma que a Inovação Social é reconhecida à medida que modifica o indivíduo em seu estilo de vida, seja na organização do trabalho, assim também, como no envolvimento e influência sobre as decisões que mexem com seu próprio destino. Sobre isso, Caron; Bepa (2007; 2011 *apud* CORREIA, 2015), conclui que os estudos sobre Inovação Social discutem alternativas de crescimento e desenvolvimento das comunidades e dos indivíduos, já que a questão central está focada na busca da realização e das potencialidades dos indivíduos, de um melhor nível de condição de vida e bem-estar na busca pela inclusão social e realização desses indivíduos como pessoas humanas.

Já para Gabriela (2012), o contexto social dado à inovação, percebe-a não somente como um instrumento e razão de produtividade econômica e de competitividade, como



também envolve o potencial de ser usada para atingir objetivos sociais e integração da sociedade.

Hoje em dia, pode-se encontrar diversos domínios da inovação social, iniciativas nos campos da educação, emprego, saúde, direitos da sociedade, etc. Mas o que mais importa, é que todos se referem ao atendimento de necessidades particulares da sociedade, que beneficiam os atores locais, sendo fundamental a atuação dos mesmos no progresso da Inovação Social, porque esse processo não pode separar-se da legitimação do autor social que o possibilita ou principia a mudança (BRUNSTEIN; RODRIGUES; KIRSCHBAUM, 2008). Desse modo, em qualquer circunstância onde se pratica inovação social, é fundamental a participação de atores, que desempenham papéis essenciais para o progresso do processo. Na perspectiva da estruturação, a inovação social é especialmente construída com indivíduos envolvidos coletivamente em ações intencionáveis que reflexivamente seguem o resultado das mesmas (CAJAIBA-SANTANA, 2014).

As inovações sociais são consideradas serviços e atividades inovadoras, cuja finalidade é atender a alguma necessidade social. Elas são desenvolvidas e disseminadas, principalmente, por instituições de cunho social (MULGAN et al., 2006). As inovações sociais também são definidas como:

Novas soluções (produtos, serviços, modelos, mercados, processos, etc.) que atendem simultaneamente a uma necessidade social (de forma mais eficiente e eficaz do que as soluções existentes) e geram novas capacidades, ativos e/ou relacionamentos. Em outras palavras, as inovações sociais são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir (THE YOUNG FOUNDATION, 2014, p. 9).

É bom salientar, que novas barreiras podem acontecer à inovação. De acordo com BEPA (2010), a inovação social é um risco que se toma, e necessita de imaginação, força de vontade e segurança para ser trabalhada. Em relação à sua implementação, é fundamental um processo em que parcerias e participação sejam firmes, enfrentando as barreiras e se colocando diante dos riscos. Ao mesmo tempo em que as culturas organizacionais avessas predominarem sobre as ameaças, sistemas que trarão soluções de comunicação, entendimento mútuo e trabalho compartilhado, serão fechados, podendo desmembrar as ações.

Segundo Rodrigues e Heiscalá (2007), a proposta de objetivos da inovação social, está ligada à solução para problemas sociais, geralmente deixados à mercê pelas políticas públicas e pelas ações ou falta delas dos membros da sociedade em geral. Esses objetivos podem sanar

diversos tipos de situações, sejam situações sociais desagradáveis até o reparo dos papéis sociais e a transformação das estruturas sociais.

Um dos campos de pesquisa explorado na inovação social se refere à exploração das fases desse tipo de inovação, quer dizer, à visão processual dentro das discussões. A Figura 1 mostra o processo de inovação social sugerido por Murray et al.

Figura 1 – O Ciclo da Inovação Social



Fonte: Murray et al. (2010, p. 11)

Para Murray et al. (2010), o processo da Inovação Social se dá em seis estágios. Os autores enfatizam que essas etapas nem sempre serão sequenciais, porque algumas inovações trocam *feedbacks* entre si, podendo gerar espaços de sobreposição, o que evidencia culturas e habilidades distintas. Essas seis etapas podem auxiliar como uma estrutura de ajuda para os inovadores analisarem como as inovações conseguem tomar corpo e progredirem. Os estágios são assim descritos:

- a) Denominado avisos, inspirações e diagnósticos, o primeiro estágio envolve a análise dos fatores que ressaltam a necessidade da Inovação Social, assim como a elaboração de uma questão para diagnosticar os seus sintomas e detectar as causas da raiz do problema;
- b) A partir da problemática que se levantou, surge o segundo estágio, propostas e ideias. Esse estágio é dedicado à criação de propostas inovadoras e de novas ideias que trazem soluções, podendo envolver métodos formais, como um projeto, por exemplo. De modo a solucionar a necessidade identificada;
- c) Intitulado de protótipos e pilotos, o terceiro estágio testa as ideias na prática. É nesse momento que por meio de testes, elas são verificadas;

d) A manutenção é o quarto estágio, e acontece quando a ideia, seja os produtos ou serviços de inovação social tornam-se uma prática cotidiana. Assim, identificam-se os fluxos de renda que sustentarão a iniciativa em longo prazo, para que ela seja praticada por um período prolongado;

e) O quinto estágio é a escala e difusão, aqui são definidas as estratégias para o crescimento e difusão da Inovação Social, seja através de inspiração e/ou estímulo, ou pela prestação de assistência e *know-how* de um para o outro de uma forma mais integrada. Dessa forma, os benefícios gerados, serão ofertados a um maior número de pessoas;

f) O sexto estágio refere-se à mudança sistêmica, ela é o objetivo final da Inovação Social. Normalmente uma mudança sistêmica envolve a interação de muitos elementos entre si, como: envolvimento em movimentos sociais, modelos de negócios, implementação de leis e regulamentações, dados, criação de infraestruturas, ou seja, a estrutura social como um todo. Assim, as inovações sociais precursoras levam a outras inovações sociais, mudanças sistêmicas com intenção de garantir benefícios sociais de forma expandida.

### 3- ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### 3.1- DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente estudo teve como objetivo analisar as etapas do processo de inovação social no Um Litro de Luz Brasil, com base no modelo proposto por Murray et al. (2010). Logo, para que os objetivos propostos fossem alcançados, foi realizado um estudo de caso, de caráter descritivo e abordagem qualitativa.

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social (FONSECA, 2002, p. 33).

De caráter descritivo, esse tipo de pesquisa busca descrever as características de uma experiência, fenômeno ou população. Estabelecendo relações entre as variáveis no objeto de estudo investigado. Variáveis relativas à classificação, medida e/ou quantidade, podendo se modificar por meio do processo realizado. Sua principal contribuição é propiciar uma nova visão acerca desta realidade já existente (DUARTE, 2018).

#### 3.2- COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados escolhido para este trabalho, foi a entrevista. A mesma foi realizada a partir de um roteiro semiestruturado, desenvolvido com base nos estágios da inovação social propostos por Murray et al. (2010). As entrevistas foram gravadas e realizadas via *internet*, por meio do aplicativo *Hangouts*, uma plataforma de *chat* e videoconferência *online*, desenvolvido pelo *Google*, facilitando a comunicação com os entrevistados. O Quadro 1 aponta os dados referentes à descrição das entrevistas:

Quadro 1 – Dados sobre as entrevistas

Período	Tempo	Entrevistado(s)
28/06 à 12/07/2018	1h(média)	A, B, C, D e E

Fonte: Elaboração do autor (2018).

Segundo Duarte (2018), a entrevista é um método que requer cuidado na sua elaboração, desenvolvimento e aplicação, para que os resultados desejados sejam obtidos.

O roteiro de entrevista teve suas perguntas elaboradas a partir dos estágios da inovação social propostos por Murray et al. (2010), composto por 23 questões, sendo divididas em sessões que levam os nomes dos estágios abordados no trabalho: 1- Avisos, Inspirações e

Diagnósticos; 2- Propostas e Ideias; 3- Protótipos e Pilotos; 4- Manutenção; 5- Escala e Difusão; 6- Mudança Sistêmica.

### 3.3- UNIDADE DE ANÁLISE

Segundo o seu *site* oficial, o *Liter of Light* (Litro de Luz), é uma organização internacional, sem fins lucrativos, opera em mais de 20 países e conta com mais de 300.000 voluntários engajados. Ela foi criada em janeiro de 2011, por Illac Angelo Diaz, também fundador da *My Shelter Foundation*. Segundo Moura (2016, p. 15), a ONG tem o objetivo de desenvolver projetos econômica e ecologicamente sustentáveis para combater a falta de energia elétrica em regiões que não possuem acesso à ela, ou onde a população não possa arcar com seu custo. O foco do Litro de Luz são áreas públicas e residenciais, onde a qualidade de vida da comunidade seja impactada diretamente pela iluminação (MOURA, 2016).

No Brasil, a ONG foi fundada em 2014, por Vitor Belota, formado em Administração pela UDESC e Direito pela UFSC. Um Litro de Luz Brasil, tem sua sede ou célula principal, também chamada de “Nacional”, no Brasil, está localizada na cidade de São Paulo/SP. Mas a mesma possui mais cinco células espalhadas no restante do país, em Brasília/DF, Florianópolis/SC, Manaus/AM, Rio de Janeiro/RJ e em Campina Grande/PB.

Em 2017, ela contou com mais de 180 voluntários, atuando nas cinco regiões do país. Foram instaladas 810 soluções e mais de 7.000 pessoas foram impactadas no território brasileiro. Sua atuação é dada por meio de parcerias feitas com empresas, outras ONGs, associações, voluntários que executam as ações nas comunidades e de outros que se sensibilizam com a causa da organização.

### 3.4- SUJEITOS INVESTIGADOS

No total, 5 (cinco) membros voluntários do projeto, responderam à entrevista. Sendo executada com 1 (um) membro voluntário de cada célula do Brasil. Entre eles, líderes de células e membros que compõem as equipes da organização, formando assim, a amostragem da pesquisa, que nas análises são apontados como: Entrevistados A, B, C, D e E, buscando a integridade dos mesmos. De toda forma, o Quadro 2, traz mais detalhes sobre cada um deles.

Quadro 2 – Dados sobre os entrevistados

ENTREVISTADO	PROFISSÃO	TEMPO DE ATUAÇÃO	EQUIPE	CIDADE/ESTADO
A	Dona de casa	1 ano e 2 meses	Desenvolvimento Social	Brasília/DF
B	Analista de sustentabilidade	2 anos	Gente & Gestão	Florianópolis/SC
C	Assistente social	2 anos e 1 mês	Líder de Célula	Manaus/AM
D	Pesquisador	1 ano e 11 meses	Líder de Célula	Rio de Janeiro/RJ
E	Estudante de Engenharia Elétrica	2 anos e 1 mês	Líder de Célula	Campina Grande/PB

Fonte: Elaboração do autor (2018).

Os entrevistados foram escolhidos com base na sua localização (para que todo o Brasil pudesse ser mapeado), pelo tempo de vivência no projeto (de um ano acima) e pela disponibilidade (em função de suas ocupações diárias).

### 3.5- PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

A presente pesquisa utilizou-se para a análise dos dados, a técnica de análise de conteúdo desenvolvida por Bardin (2011). Segundo o autor, a análise de conteúdo é:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2011, p. 47).

De acordo com autor, a utilização da análise de conteúdo segue três fases: (a) pré-análise, escolha dos documentos a serem analisados; (b) exploração do material, onde são escolhidas as unidades de codificação; e, (c) tratamento dos resultados – inferência e interpretação, onde o pesquisador procura tornar os resultados em significativos e válidos.

Dessa maneira, tendo os procedimentos pela análise de conteúdo já estabelecidos, primeiro se fez uma análise contextual, verificando o ambiente no qual o Um Litro de Luz Brasil está inserido. Em seguida, partiu-se para a caracterização do Um Litro de Luz Brasil como uma inovação social. Após, os conceitos base da pesquisa foram organizados, e possibilitando a análise feita, foram realizadas as entrevistas como procedimento de coleta de dados. Finalmente, os dados coletados nas entrevistas foram tratados, observando-se o

discurso apresentado, chegando nas apreciações e considerações, as quais são apresentadas no capítulo a seguir.

#### 4- APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Respondendo ao objetivo deste estudo, foi utilizado o modelo de Murray et al. (2010), responsável por identificar o estágio da Inovação Social abordada no trabalho. Modelo esse, que apresenta seis etapas no desenvolvimento de uma inovação social. O mesmo é válido para refletir sobre os vários tipos de apoio, que tanto os inovadores como as inovações, necessitam para se desenvolver, de acordo com o que foi explanado em cada uma delas.

##### 4.1- LITRO DE LUZ

Segundo Moura (2016, p. 15 e 16), a organização, objeto de estudo desta pesquisa:

(...) foi fundada nas Filipinas com o objetivo de desenvolver projetos econômica e ecologicamente sustentáveis para combater a falta de energia elétrica em regiões que não possuem acesso à ela, ou onde a população não possa arcar com seu custo. O principal foco são áreas públicas e residenciais, onde a iluminação impacta diretamente a qualidade de vida da comunidade.

Como já exposto no presente trabalho, no Brasil a *Liter of Light* é representada pela ONG “Um Litro de Luz Brasil”. Ao verificar a situação do projeto observou-se que as etapas do progresso dessa Inovação Social já foram alcançados, segundo pode-se observar a seguir:

##### 4.2- ETAPA 1 (AVISOS, INSPIRAÇÕES E DIAGNÓSTICOS):

Em relação aos avisos, inspirações e diagnósticos, aqui se encontram todos os fatores que evidenciam a necessidade de inovação, assim como as inspirações que partem da imaginação criativa para detectar o problema e seus sinais. Constatando com o que Murray et al. (2010) diz, a situação-problema surgiu a partir de uma experiência vivida pelo fundador do projeto no Brasil, que buscou levar iluminação para comunidades carentes, cuja falta de estrutura não dispunha de luz para se fazer coisas básicas, tais como refeições, leitura, ou simplesmente conversar.

Vitor Belota, o fundador do Litro de Luz no Brasil, participou de uma ação como voluntário, na África. Gostou muito do projeto, e trouxe a proposta para o Rio. Por meio do projeto TETO, cuja finalidade é construir moradias e promover a educação em comunidades carentes, foi apresentado a Vitor Belota, a comunidade Vila Beira-Mar. O TETO já atuava na comunidade. Então, foi por meio deles que os sinais foram detectados na comunidade. (Saulo Ribeiro Silas, célula do Rio de Janeiro/RJ).

Além da iniciativa de Vitor Belota, a parceria feita com o projeto TETO foi de fundamental importância para que o Litro de Luz pudesse ser inserido na comunidade onde eles já atuavam. Inclusive, por conta dessa inserção do TETO na comunidade, ficou mais



acessível em se identificar os sinais de que a Vila Beira-Mar seria o lugar ideal para se trabalhar.

Neumeier (2012), também identificou uma inovação social como sendo provocada por um impulso social, um ator ou até mesmo um grupo pequeno de atores iniciais que resolvem transformar o seu posicionamento e ações, pelo impulso inicial, podendo ser o reconhecimento de um problema resultante de uma variável externa. Dessa forma, segundo Dawson; Daniel (2010), um processo de inovação social surge de indivíduos que compõem um grupo formal ou informal, engajados por metas em comum, como podemos observar no projeto Um Litro de Luz Brasil.

#### 4.3- ETAPA 2 (PROPOSTAS E IDEIAS):

O segundo estágio, propostas e ideias, é aquele no qual as ideias são geradas. Envolvendo métodos mais formais, como por exemplo, um projeto, ou envolvendo a criatividade na aplicação de métodos para solução de problemas (MURRAY, ET AL., 2010). No caso do Litro de Luz, inicialmente o projeto teve como base uma solução bem simples, criada pelo mecânico brasileiro Alfredo Moser, em 2002. Ele adicionou, numa garrafa pet, uma solução com água e cloro e prendeu ao teto de sua casa. De acordo com Moura (2016), “Moser teve a ideia de criar o que ficaria mundialmente conhecido como a *Moser's Lamp*, ou a Lâmpada de Moser, durante os apagões que aconteciam no Brasil naquela época já que precisava trabalhar em sua oficina que era escura durante o dia”.

A partir da Lâmpada de Moser, o filipino Illac Angelo Diaz, fundador da *My Shelter Foundation* – responsável por promover projetos sustentáveis de baixo-custo, criou uma solução simples e barata. Um poste de luz, utilizando como matéria-prima placa de energia solar e materiais de baixo custo, como canos de PVC, além de materiais reciclados, como por exemplo, garrafas pet. Conforme afirma Moura (2016), “tais postes de iluminação pública são eficientes do ponto de vista econômico e ecológico. O circuito é elaborado para ser ligado automaticamente com a chegada da noite e desligado quando o dia amanhece”. Com isso, Illac viu na solução criada por Alfredo Moser, a oportunidade de levar luz para as famílias carentes de seu país.

Além do poste, o projeto utiliza outras soluções, como o lampião, por exemplo. E quando perguntado sobre como as soluções são/foram criadas/desenvolvidas, um dos entrevistados respondeu: “No Rio não teve criação de solução. O poste é criação do Illac. Foi feito um aperfeiçoamento do poste pelo Nacional, para adaptações nas comunidades. Aqui no Brasil,

foi criado pela célula de São Paulo, o lampião, muito utilizado em nossa ação na Amazônia”. (Saulo Ribeiro Silas, célula do Rio de Janeiro/RJ).

Nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sul, as células não dispõem de sede física. O que as tornam limitadas quanto à criação ou aperfeiçoamento de novas soluções. Ao contrário delas, a célula localizada em Campina Grande, mesmo não tendo sede física, trouxe melhorias para as soluções utilizadas: “As soluções, o poste e o lampião, foram trazidas do Nacional para cá. E aqui, nossa equipe de tecnologia fez algumas modificações para melhorar as soluções”. (Ivone Marinelli Guedes, célula de Campina Grande/PB).

A célula de Campina Grande, composta na sua maioria, por alunos do Curso de Engenharia Elétrica, da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), tem acesso a laboratórios, o que facilita a criação e desenvolvimento de novas soluções. Como uma solução interna, para iluminar dentro de casa, e o *grid*, uma solução externa. Desenvolvidos por eles, na UFCG. Além disso, eles dispõem de uma equipe de tecnologia que já está desenvolvendo um novo protótipo de energia eólica.

#### 4.4- ETAPA 3 (PROTÓTIPOS E PILOTO):

Em relação aos protótipos e pilotos, as ideias são testadas antes de serem implantadas na comunidade: “O que levamos pronto para as comunidades, são os kits, compostos por circuitos, montados pelos voluntários. Eles são testados por meio de multímetros, para verificar se realmente estão funcionando”. (Gabriela Ferreira Guerra, célula de Brasília/DF).

As soluções levadas às comunidades são testadas pelos próprios voluntários, assim que os circuitos são montados. O intuito é que não haja falhas quando a instalação delas for feita, e que um padrão de qualidade seja seguido. Já na nova Metodologia de Desenvolvimento Social utilizada pelo Litro durante as ações de 2018, uma solução-teste é instalada quarenta dias antes da ação. Tanto para a divulgação do projeto, como para o melhor entendimento de como a solução vai se comportar dentro da comunidade. Assim, busca-se uma maior interação com os moradores beneficiados, e engajamento deles, junto aos voluntários do projeto.

A etapa de refinamento e teste das ideias é muito importante porque é através do envolvimento, experimento e erro, que as alianças somam forças para a resolução de conflitos (MURRAY ET AL., 2010). Seguindo esse mesmo pensamento, Young (2011) diz que a inovação social é primeiro instituída num pequeno grupo de pessoas (fase de teste) e depois disseminada em prol da sociedade, do mesmo modo que aconteceu com Um Litro de Luz Brasil. Dessa forma, vai ao encontro com o conceito de Mulgan et al. (2007), onde esta etapa

do processo de inovação é aquela em que as ideias são testadas na prática, enxergando falhas e aprimorando o processo de inovação, apresentando a viabilidade de implantação e estimulando a próxima etapa, que é o desenvolvimento aplicado.

Após a fase dos testes, visualizou-se que o projeto era apto à implantação, tanto pelo engajamento dos atores sociais, como pela aceitação das vantagens pelos praticantes. Assim, observou-se as necessidades de matérias-primas e financeiras necessárias para a execução do projeto e para sua manutenção, o que, segundo Murray et al. (2010), refere-se a fase de procura de fluxos de renda, que garanta o sustento financeiro do projeto, identificando os orçamentos, grupos e outros meios, possibilitando o impulso da inovação social adiante. Um Litro de Luz Brasil, é custeado por parceiros, que contribuem com patrocínio, para que as ações planejadas pelo projeto sejam executadas: “Em Floripa houve uma única parceria local em que fizemos dois workshops na serra catarinense durante um evento de sustentabilidade de uma empresa de energia estadual.”. (Michelle Scachetti, célula de Florianópolis/SC). Os patrocinadores não contribuem apenas com recursos financeiros ou materiais. Eles também atuam durante as ações desenvolvidas pelo Litro. E junto aos moradores e voluntários, trabalham para que ação aconteça conforme foi planejada.

Em relação aos motivadores no processo de implementação do projeto, faz-se necessário, não apenas a participação dos voluntários, mas também, a participação da comunidade beneficiada com as soluções. Assim, nota-se a importância que o projeto tem. Tanto para quem atua nele, levando luz, como para quem a recebe. É o que conta uma das entrevistadas: “O principal fator motivador, é o empoderamento dado aos moradores. Mostrando a eles, que mesmo sem estudo, eles são capazes de contribuir para o bem estar da própria comunidade”. (Gabriela Ferreira Guerra, célula de Brasília/DF).

A proposta do Litro de Luz, é que seja dado aos moradores autonomia após os treinamentos que eles recebem, melhorando a autoestima dos mesmos e mostrando que a mudança de onde eles moram, começa primeiramente neles. Entretanto, alguns fatores limitam o processo, e tornam a implementação do projeto mais difícil. Facções criminosas, assaltos e constantes tiroteios atrapalham os trabalhos da ONG. Nesse caso, a violência não se encontra sozinha dentre os limitadores que dificultam o trabalho desenvolvido na comunidade. No caso do Rio de Janeiro, os moradores possuem luz dentro de casa, mesmo que de forma irregular, não valorizando o trabalho do Litro, e não se motivam a ajudar no dia das ações. Mesmo os moradores aceitando o projeto, a falta de engajamento por parte da comunidade é uma problemática que precisa ser sanada. Para isso, as células buscam maneiras

de sensibilizá-los: “São feitas visitas pelo pessoal do Desenvolvimento Social, e de Operações. Temos uma metodologia de apresentar o projeto aos moradores, de forma que eles se sensibilizem e criem interesse pelo projeto”. (Saulo Ribeiro Silas, célula do Rio de Janeiro/RJ).

#### 4.5- ETAPA 4 (MANUTENÇÃO):

Quanto à manutenção do projeto, o valor para custeá-la já está previsto no patrocínio que é recebido dos parceiros. Geralmente os valores dos recursos necessários para a manutenção nos orçamentos das ações, são inclusos no momento em que as parcerias são feitas com os colaboradores. Já para a execução das mesmas, os moradores, intitulados de embaixadores, recebem um treinamento de como montar os circuitos utilizados nas soluções, e dispondo dos materiais necessários, eles próprios têm autonomia para fazer essa manutenção, caso identifiquem algum problema. Do contrário, eles entram em contato com os voluntários, que prontamente vão fazer a manutenção.

#### 4.6- ETAPA 5 (ESCALA E DIFUSÃO):

A etapa de escala e difusão é identificada por Neumeier (2012) como delimitação e coordenação do projeto, onde são traçadas estratégias para o crescimento dessa difusão. E para isso o estímulo da participação da comunidade é primordial. No Litro, são realizadas visitas com frequência, para que um relacionamento com a comunidade já comece a ser estabelecido. Assim, os moradores vão se soltando aos poucos, a confiança vai se estabelecendo e eles vão ficando mais participativos.

As condições apresentadas pelo projeto, são de fácil replicação em outros ambientes sociais (MURRAY ET AL., 2010), como vimos nas outras células do Litro.

Cajaíba-Santana (2014), identifica nesse estágio, as relações entre colaboração e interação dos grupos sociais, o que promove uma relação de troca de conhecimentos e cooperação entre os voluntários do projeto e os moradores das comunidades em que eles atuam.

“Dona Zélia é líder comunitária na Vila Beira-Mar, a primeira embaixadora do Litro no Brasil. Hoje ela desenvolve atividades fora da comunidade, como palestras no âmbito social, falando do Litro em universidades”, conta Saulo Ribeiro Silas, célula do Rio de Janeiro/RJ). Além da Dona Zélia, em Manaus, professoras usam o lampião para preparar suas aulas,

mulheres para fazer artesanato, e até mesmo a própria comunidade se tornou mais unida a partir das soluções.

Os voluntários contam que suas vidas foram transformadas de diversas maneiras. Como a prática da gestão, que só foi possível depois de começar a atuar no projeto. Outros conseguiram aplicar seus conhecimentos a benefício da comunidade. E dizem que é gratificante poder ajudar de alguma forma. “O coletivo tem um poder surpreendente, se todos fizessem um pouco, o mundo, lógico, seria muito melhor”. (Cleidiane Nobre Valente, célula de Manaus/AM).

Ainda, segundo esse estágio, o Um Litro de Luz Brasil vem traçando algumas estratégias de forma que esta inovação cresça organicamente. Isto já vem acontecendo através da busca de novos atores sociais, identificados aqui, também, como parceiros e voluntários do Litro. Dessa maneira, essa inovação social é desenvolvida por atores com interesses em comum, co-evoluindo em processos de aprendizagem (NEUMEIER, 2012).

Por meio de eventos, os próprios parceiros do Litro podem indicar comunidades. Além disso, a equipe de Desenvolvimento Social faz um trabalho de busca, não só nas cidades em que suas células se situam, mas em outras cidades do Brasil. Em eventos locais, como no Dia das Boas Ações, em Brasília, aqueles que se interessam pela temática buscam mais informações sobre como pode contribuir com o projeto.

#### 4.7- ETAPA 6 (MUDANÇA SISTÊMICA):

Em se tratando de mudança sistêmica, para Lopes et al. (2015), ela normalmente envolve a interação de vários elementos, tais como novas formas de pensamento e ação. O estágio de mudança sistêmica se refere ao objetivo final da Inovação Social, que garante os benefícios sociais de forma expandida. No Um Litro de Luz Brasil, ela é perceptível. Nas comunidades urbanas, houve um aumento da segurança, mesmo que num nível baixo. Na comunidade rural, serviu para unir ainda mais a comunidade. A socializarem mais, visto que as casas são distantes umas das outras. E agora eles passaram a se encontrar mais para conversar. E esse contato é muito importante para eles.

São muitos os benefícios gerados pelo Litro, e ele não se restringe a trabalhar sozinho. Para que mais luz chegue até a quem precisa, parcerias são feitas. Em Campina Grande, uma parceria foi feita com o projeto Vagalumes, e com a Casa de Davi, uma ONG da própria comunidade que recebeu o Litro de Luz.

Com isso, entende-se que o projeto Um Litro de Luz Brasil contempla os seis estágios da Inovação Social propostos por Murray et al. (2010). Observou-se que muitos desafios são impostos aos voluntários do Litro, mas com a ajuda dos moradores beneficiados e dos parceiros que contribuem para as ações serem executadas, esses desafios são superados. Difundindo nas comunidades contempladas, a missão da ONG, de: “Melhorar a qualidade de vida das pessoas por meio de soluções sustentáveis de iluminação e empoderar agentes de transformação”. (Fonte: Site Litro de Luz Brasil). Mas o Litro não para por aí. O projeto visa um Brasil com acesso à iluminação, superando as barreiras socioeconômicas e geográficas do país. No Rio de Janeiro, por exemplo, o Saulo Ribeiro Silas diz que a célula deseja: “Atuar em comunidades rurais, comunidades quilombolas, de pescadores”. Por enquanto eles estão fazendo um estudo. Afinal, faz-se necessário todo um planejamento, envolvendo as demais áreas, principalmente para se conseguir recursos para a ação.

## 5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um Litro de Luz Brasil é um projeto gerador de inovação social, que através de suas soluções sustentáveis leva energia a comunidades carentes e isoladas de todo o país, ressaltando aqui o papel de seus voluntários, que por meio do trabalho desenvolvido por eles, buscam satisfazer a necessidade de indivíduos melhorando suas condições de vida. Podemos destacar o diferencial que a organização tem, focando no desenvolvimento econômico-social das comunidades com baixa renda. Os moradores beneficiados pelo Litro são capacitados mediante treinamentos realizados durante as ações do projeto. Com isso, eles são empoderados para que possam manter, reproduzir e fazer a manutenção das fontes de luz. Além do empoderamento dado aos moradores, eles são privilegiados com outras coisas, tais como a socialização entre eles, suas relações com a sociedade, e coisas “simples” como fazer a leitura de um livro, ou jantar mais tarde, por exemplo. A organização sempre busca o bem estar coletivo.

Desde que Um Litro de Luz Brasil estava sendo concebido, fundado aqui no Brasil por Vitor Belota, ele, juntamente com os primeiros voluntários do projeto procuraram se capacitar e adaptar as soluções do Litro para as realidades brasileiras. Por meio de parcerias com algumas empresas, conscientes do seu papel na sociedade, eles alavancaram recursos e mais voluntários, para se atingir o maior número de pessoas, transformando a comunidade em que elas vivem, e suas próprias vidas. Sendo esta, uma prática que inova, motiva, desenvolve e difunde por meio de diferentes pessoas, a inovação social.

Com o estudo feito, verificou-se que todos os estágios de uma inovação social, sendo estes os propostos por Murray et al. (2010), ocorrem no projeto, tornando o mesmo difundido no seu campo de atuação, como uma inovação social. Para tal, foi observado que houve uma interação entre muitos elementos, como: visitas pré-ação, sensibilização das comunidades, captação de recursos financeiros, capacitações e treinamentos, a implantação do projeto na comunidade, e o mais importante, a qualidade de vida levada a quem mais precisa.

Torna-se desafiante quando se trata de conceber a mudança de vida, através de inovações sociais. Um Litro de Luz Brasil leva isso de forma compartilhada, atuando em prol do benefício coletivo. Reduzindo desigualdades sociais, e auxiliando no processo de promoção de oportunidades e melhorias na qualidade de vida de milhares de indivíduos.

Ser referência em impacto social é o propósito do Litro, e suas iniciativas somando a inovação social com ações voluntárias estão causando um impacto positivo e relevante na vida daqueles que trabalham e são beneficiados com o projeto. Desde 2014, Um Litro de Luz Brasil vem se expandindo em nosso país. Iluminar as cinco regiões do Brasil não é uma tarefa fácil, para isso, parceiros e fornecedores são de total importância para que as ações do projeto sejam possíveis. A ONG: “busca a sustentabilidade financeira em seu modelo de negócios para continuar impactando, no longo prazo, as pessoas que dependem das nossas soluções”. (Fonte: Site Litro de Luz Brasil). Novas soluções estão sendo testadas, e para que a ampliação do Litro siga adiante, a captação de recursos financeiros é necessária, e no momento, esse é o maior desafio do projeto.

Um Litro de Luz Brasil, está passando por um processo de transição em negócio social para sustentabilidade financeira. Cujo objetivo é vender o trabalho do Litro como ações, para estatais e outras organizações, atingindo um maior número de comunidades. Com toda a potencialidade, e para que ele possa crescer e beneficiar mais pessoas, tem-se como sugestão a criação ou alocação de um espaço físico para cada célula distribuída nas cinco regiões do Brasil. Onde nelas, além de reuniões, espaço de convivência, o ambiente tenha um local destinado a área de tecnologia, facilitando o acesso à mesma, e conseqüentemente o desenvolvimento de novas soluções e aprimoramento das soluções que já existem. Dando autonomia entre elas, e fortalecendo ainda mais a proposta da ONG.

Como informado no presente trabalho, o Litro de Luz deseja se tornar um Negócio Social. Como sugestão para uma nova pesquisa, seria interessante abordar o processo de transição para este novo tipo de negócio. Mostrando os benefícios, desafios e o impacto gerado com essa mudança.



## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. (2011). **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70.

BEPA (BUREAU OF EUROPEAN POLICY ADVISERS) **Empowering people, driving change. Social Innovation in the European Union**. European Communities. Luxembourg, 2010.

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: <[http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/viewFile/1040/235](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/viewFile/1040/235)>. Acesso em: 17 fev. 2018.

BRUNSTEIN, J.; RODRIGUES, A.L.; KIRSCHBAUM, C.. Inovação social e empreendedorismo institucional: a ação da ONG “Ação Educativa” no campo educacional da cidade de São Paulo. **o&s**, v.15, n.46, jul./ set. 2008.

CAJAIBA-SANTANA, G. Social innovation: moving the field forward: a conceptual framework. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 82, p. 42 - 51, 2014.

CAULIER-GRICE, J. et al. Defining Social Innovation. In: The Young Foundation Social Innovation Overview: a deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (Tepsie), European Commission – 7th Framework Programme. Brussels: DG Research, 2012.

CORREIA, S. E. N. O papel do ator organizacional na inovação social. **Tese (doutorado)** – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife/PE, 2015.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa – Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. Tradução Magda Lopes; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva. – 3. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRISES. Centre de Recherche sur les Innovations Sociales. **Rapport Annuel des activités scientifiques du CRISES 2009-2010**. Quebec, 2010.

CROSSAN, M. M.; APAYDIN, M. A multi-dimensional framework of Organizational Innovation: a systematic review of the literature. **Journal of Management Studies**, v. 47, n. 6, 2010.

DAWSON, P.; DANIEL, L. Understanding social innovation: a provisional framework. In: **International Journal of Technology Management**, London, v. 51, n. 1, p. 9-21, 2010. Disponível em: < <http://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJTM.2010.033125>>. Acesso em: 15 dez. 2017.

DUARTE, V. M. N. **ENTREVISTA**. Disponível em: < <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/entrevista.htm>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

**PESQUISAS: EXPLORATÓRIA, DESCRITIVA E EXPLICATIVA**. Disponível em: < <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/pesquisas-exploratoria-descritiva-explicativa.htm>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

FERRARINI, A. V.; HULGÅRD, L. Inovação social: rumo a uma mudança experimental na política pública? **Ciências Sociais Unisinos**, 46(3), 256-263, setembro/dezembro 2010.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FRANZONI, G. B.; SILVA, T. N. da. **INOVAÇÃO SOCIAL E TECNOLOGIA SOCIAL: o caso da Cadeia Curta de agricultores familiares e a alimentação escolar em Porto Alegre/RS**. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/117414>> Acesso em: 17 fev. 2018.

GABRIELA, Lubelcová. Social innovations in the context of modernization. **Sociológia**. v. 44, n. 3, 2012.

GARCES, S. B. B. **Classificação e Tipos de Pesquisa**, 2010. Disponível em: < [www.redepoc.com/jovensinovadores/ClassificacaoeTiposdePesquisas.doc](http://www.redepoc.com/jovensinovadores/ClassificacaoeTiposdePesquisas.doc)>. Acesso em: 18 jun. 2018.

GEISER, C. M. G.; PARISOTTO, I. R. dos S. **ESTÁGIOS DA INOVAÇÃO SOCIAL: Análise do Projeto de Equoterapia do Instituto Federal Catarinense, Campus Rio do Sul**. Disponível em: <<http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/2340>>. Acesso em: 15 dez. 2017.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA D. T. **Métodos de Pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HEISCALA, R. 2007. **Social Innovations: Structural and Power Perspectives**. In: T. J. HAMALAINEN; R. HEISCALA (orgs.), *Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance*. Edward Elgar, Cheltenham, p. 52-79.

HOWALDT, J. SCHWARZ, M. **Social innovation: concepts, research fields and international trends**. Dortmund: [s. n.], 2010. Disponível em: < [http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie\\_Howaldt\\_englisch\\_Final%20ds.pdf](http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf)>. Acesso em: 17 fev. 2018.

JULIANI, D. P. et al. Inovação social: perspectivas e desafios. **Espacios**, v.35, n.5, 2014.

LITRO DE LUZ. **Quem somos**. Disponível em < <https://www.litrodeluz.com/sobre-nos>>. Acesso em: 15 dez. 2017.

LOPES, D. P. T.; VIEIRA, N. dos S.; BARBOSA, A. C. Q.; PARENTE, C. Inovação Gerencial e Inovação Social: Pensando Além da Inovação Tecnológica. **XVI Congresso Latino-Iberoamericano de Gestão da Tecnologia, 2015**. Disponível em: < [https://sigarra.up.pt/fmup/en/pub\\_geral.show\\_file?pi\\_gdoc\\_id=482755](https://sigarra.up.pt/fmup/en/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=482755)>. Acesso em: 18 jun. 2018.

MEDEIROS, C. B. de; MACHADO L. C. R.; PEREIRA L. C. A.; COSTA, I. C. de A.; GOMEZ, C. P. Inovação Social e Empreendedorismo Social: uma análise sob a perspectiva da economia solidária. **Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2016**. Disponível em: < <http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/132.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2018.

MOURA, C. A. T. **Análise Luminotécnica para Melhor Eficiência de Luminárias Autônomas do Projeto Litro de Luz**. 63f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia Elétrica) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

MULGAN, G. et al. **The process of social innovation**. *Innovations*, Springer, p. 145-162, 2006.

MULGAN, G. et al. **Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated**. London: The Young Foundation, 2007.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The open book of social innovation**. [London]: The Young Foundation, 2010. Disponível em: <[www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the\\_open\\_book\\_of\\_social\\_innovation](http://www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation)>. Acesso em: 15 dez. 2017.

NEUMEIER, S. Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research?: proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. **Sociologia ruralis**, New Jersey, v. 52, n. 1, p. 48-69, jan. 2012. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2011.00553.x/epdf>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

NETO, F. C. M. **Avaliação da Tim na opinião dos alunos de administração da UFCG**. 79f. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2017.

RODRIGUES, A. L. 2007. Modelos de gestão e inovação social em organizações sem fins lucrativos: divergências e convergências entre Nonprofit Sector e Economia Social. In: **EnANPAD**, 2006, Salvador-BA. Anais eletrônicos. Salvador: ENANPAD, 2006.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL do Estado da Paraíba, 2018. **Educação realiza formação para inclusão da disciplina “Inovação Social e Científica” nas Escolas Técnicas**. Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/educacao-realiza-formacao-para-inclusao-da-disciplina-inovacao-social-e-cientifica-nas-escolas-tecnicas/>>. Acesso em: 8 jul. 2018.

THE YOUNG FOUNDATION. **A Reflection on Strengthening Social Innovation in Colombia, 2014**. Disponível em: <[http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2014/02/Six-Colombia-Report\\_Screen.pdf](http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2014/02/Six-Colombia-Report_Screen.pdf)>. Acesso em: 17 fev. 2018.

WARNOCK, R. **Harnessing the power of social innovation to drive the Northern Ireland economy – Final draft**. Department of Enterprise, Trade and Investment – DETI, 2014. Disponível em: <<http://outhouseconsulting.co.uk/research/4575037824>>. Acesso em: 17 fev. 2018.

## **APÊNDICES**

### **APÊNDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTA**

#### **ROTEIRO DE ENTREVISTA – O CICLO DA INOVAÇÃO SOCIAL NO LITRO DE LUZ (COM BASE NOS ESTÁGIOS DA INOVAÇÃO SOCIAL DE MURRAY ET AL.)**

**NOME:**

**PROFISSÃO:**

**QUANTO TEMPO ESTÁ NO PROJETO:**

**CÉLULA (CIDADE):**

#### **1- AVISOS, INSPIRAÇÕES E DIAGNÓSTICOS:**

- 1.1- De que maneira surgiu a necessidade do projeto?
- 1.2- Como foi feita a identificação das necessidades e onde foi executado o projeto? Quais os sinais utilizados para se chegar onde vocês queriam atuar?
- 1.3- De que forma vocês detectaram esses sinais?
- 1.4- Quem são os atores envolvidos nesse processo de inspiração/diagnóstico?

#### **2- PROPOSTAS E IDEIAS:**

- 2.1- Como as soluções são/foram criadas/desenvolvidas?
- 2.2- Como essas soluções são custeadas, visto que se trata de uma Organização Não Governamental?
- 2.3- Novas soluções são pensadas/desenvolvidas?
- 2.4- Quais as articulações entre atores são feitas para a criação da ideia?

#### **3- PROTÓTIPOS E PILOTOS:**

- 3.1- Antes das soluções serem levadas para a comunidade, algum teste é feito? Como são feitos esses testes?
- 3.2- E na comunidade, antes das soluções serem instaladas, algum teste é feito?
- 3.3- Quais fatores podem ser considerados motivadores no processo de implementação?

3.4- Quais fatores podem ser considerados limitadores (difíceis) no processo de implementação?

#### **4- MANUTENÇÃO:**

4.1- São os próprios membros do projeto que fazem a manutenção das soluções?

4.2- Com que frequência essa manutenção é feita?

4.3- Para se fazer uma manutenção, precisa-se de recursos necessários para que ela seja executada. Como esses recursos são adquiridos?

4.4- Como é feita a sensibilização do projeto nas comunidades beneficiadas? Existe capacitação? Como se operacionaliza?

#### **5- ESCALA E DIFUSÃO:**

5.1- De que maneira se busca estimular a participação da comunidade?

5.2- Como o projeto transformou a sua vida / a vida de quem foi beneficiado com ele?

5.3- Como ele é/foi difundido para outras regiões do Brasil?

#### **6- MUDANÇA SISTÊMICA:**

6.1- Algum tipo de parceria é feito com outros projetos?

6.2- Foram identificadas novas necessidades nas comunidades associadas à esta inovação?

6.3- Quais foram os benefícios gerados pela ação desenvolvida pelo projeto?

6.4- Quais são as perspectivas futuras de continuidade do projeto?