

A educação nos negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio”

Education within social businesses amidst the “2.5 Sector”

Cassio Vale
Universidade Federal do Pará (UFPA)
Belém-Brasil

Resumo

O “Setor Dois e Meio” surgiu como estratégia do sistema capitalista de produção sob o discurso de junção dos princípios do mercado, que quer lucro com as ações já executadas pela sociedade civil. Nesse cenário, há uma recente configuração da relação entre Estado, mercado e sociedade, em que os chamados negócios sociais caracterizados como filantropia intencional estão inseridos. Dessa forma, o presente artigo tem por objetivo analisar como se configura a educação nos negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio”. A partir da pesquisa bibliográfica, identificou-se que a educação é usada como forma de investimento dos novos filantropos para estimular as pessoas a serem adaptáveis, flexíveis, e adotarem um espírito empreendedor de acordo com as novas “estampas” do sistema capitalista, que almeja permanentemente se expandir.

Palavras-chave: Setor Dois e Meio; Educação; Negócios sociais.

Abstract

The “2.5 Sector” has emerged as a capitalist system strategy of production under the discourse of market principles reunion, which envisions profit from actions already carried out by civil society. In this context, there is a recent configuration for the relationship between state, market, and society, in which the so-called social businesses identified with intentional philanthropy are placed. Thus, this paper aims at analyzing how education as a social business has been configured by the “2.5 Sector”. Based on bibliographical research, it was identified how education has been used as the new philanthropists’ form of investment to stimulate people to be adaptable, flexible, and to adopt an entrepreneurial spirit in accordance with new “tones” dictated by the capitalist system, which yearns for permanent expansion.

Keywords: 2,5 Sector; Education; Social businesses.

1. Introdução

Este artigo é um desdobramento de uma pesquisa de doutorado que analisou as novas configurações para a educação, decorrentes da relação entre Estado, mercado e sociedade, a partir do fenômeno das organizações em redes de empresários e dos novos filantropos da sociedade contemporânea. Trata-se aí de multimilionários que passam a investir parte de suas fortunas em ações de cunho social como estratégia de fazer política, passando a determinar como devem ser executadas as rotinas sociais a partir de um novo ideal de sociedade.

De acordo com Ball e Olmedo (2013), estão surgindo cada vez mais sujeitos individuais e coletivos em emaranhados de redes que desejam propor formas de gerir a vida em sociedade sob o jugo da filantropia – que originalmente tem o sentido de amor à humanidade/caridade, o qual exige ação em função do outro e de seu bem-estar, de fazer algo a quem precisa naquele momento imediato –, interferindo assim na estrutura de ações públicas que seriam de responsabilidade do Estado.

As articulações entre Estado, mercado e sociedade intensificaram-se por meio das parcerias público-privadas na educação. A própria atuação do empresariado no âmbito das causas sociais vem estreitando-se, a partir da reforma dos anos 1990, com impulso no Brasil pelo documento *Plano Diretor de Reforma do Aparelho do Estado* (PDRAE) e pelo novo pacto social decorrente desse documento. A partir de então, o discurso oficial assumiu a urgência da incorporação dos princípios de gerência privada ao espaço público como uma das orientações do neoliberalismo, que funcionaria como ferramenta de melhoria da qualidade de vida social, com ampla defesa da necessidade de atuação de sujeitos externos ao Estado em causas sociais.

Tal incorporação foi advinda das orientações do Consenso de Washington de 1989, ocasião que reuniu economistas de várias partes do mundo, com representantes do governo norte-americano e bancos, para definição da política econômica que originou recomendações para as relações sociais. A perspectiva era de resolução com base em métodos pré-estabelecidos por manuais e no incentivo à atuação do setor privado, fazendo com que o Estado necessitasse de ajuda; assim, unindo forças, toda a sociedade teria acesso ao desenvolvimento. Também cabe expressar que um dos principais objetivos desse encontro foi fazer com que o Estado passasse a servir aos interesses dos negócios (Peroni, 2015).

Nessas orientações, em especial para a educação, destacam-se cada vez mais as entidades que dizem não pertencer nem ao Estado nem ao setor privado, e que se

sobressaem quanto às ações sociais de caráter público pela prestação de serviços diversificados e pela extensão quanto ao público atingido. Conforme a perspectiva de Morales (1998, p. 126), essas entidades ou “conjunto de associações e organizações recebem uma variedade de nomes e de definições: terceiro setor, setor não-governamental, setor sem fins lucrativos”. Por isso, no fundo, apresentam-se com o discurso de não se enquadrar no que é público ou privado, tendo autonomia para relacionar-se diretamente com o Estado.

Ainda para Morales (1998, p. 116), existem três vias de “organizar a provisão de serviços e atividades que envolvem externalidades positivas importantes e asseguram direitos sociais”. Seriam estas divididas em: 1º Setor, que seria o Estado (público); 2º setor, que seria o Mercado (privado); e 3º Setor, que não seria nem Estado nem Mercado (sociedade civil organizada). A fusão desses setores favorece os empresários, que só se fortalecem e atualizam suas conotações, palavras e ações para se adequar aos padrões globais, num movimento de gerir a sociedade a partir da racionalidade empresarial, o que fez surgir há alguns anos o intitulado “Setor Dois e Meio”, que seria uma mistura do 2º com o 3º setor pela base da execução da filantropia, com intencionalidade mercantil no fomento dos chamados negócios sociais, numa reinventada forma de fazer política para as demandas da era globalizada, plataformizada e permanentemente conectada, segundo seus defensores.

Diante dessas oportunidades de ganho, surge um complexo de sujeitos em redes articuladas tanto em âmbito local quanto global, atuando de diferentes maneiras na perspectiva de mercantilização da educação, uns de forma consciente e outros não – já que alguns defendem a bandeira do Terceiro Setor por acharem, realmente, que poderão fazer algo de útil pelo público, sem se submeter às lógicas do mercado.

No entanto, não se dão conta de que são usados pela classe dominante a serviço dos interesses neoliberais, na defesa desse discurso, enquanto fortalecem uma abstrata sociedade civil que colabora para eximir o Estado de suas obrigações. Por essa razão, tende-se a intensificar um movimento paralelo à política estatal como direito público, a qual passa a estar desarticulada da base econômica social e das contradições, gerando embates e lutas permanentes por direitos que são materializados em políticas públicas (Montaño, 2014).

Dessa forma, materializa-se um projeto de sociedade alinhado com os princípios do neoliberalismo, marcado pela autorresponsabilização dos sujeitos, que acabam se subsumindo a um tipo de lógica do social pensada, proposta e executada pela política

empresarial, ao passo que há uma permanente disputa entre público e privado pela forma de fazer política no mundo globalizado, a qual implica a educação.

É importante salientar que assumimos neste artigo a concepção de educação como:

uma das estratégias concretas de acordo com a qual o homem pode se desenvolver plenamente, porque é a partir dela que poderá conseguir outros direitos, como saúde, saneamento, cultura e lazer condizentes com uma realidade de vida digna numa sociedade capitalista (Vale, 2022, p. 25).

Assim, a educação se materializa para além do ensino sistematizado nas escolas e instituições de ensino superior, porque ela faz parte do cotidiano das pessoas inseridas numa sociedade capitalista perpassada por disputas entre grupos distintos, como público e privado, representados, respectivamente, por Estado e pelo setor empresarial em suas múltiplas facetas e sujeitos individuais / em rede, que entendem o valor econômico da educação para os negócios sociais. Tais negócios sociais podem ser compreendidos como

filantropia direcionada a um público específico, cujo investidor tem projeções de lucro no desenvolvimento de suas atividades, a partir de critérios pré-definidos de aplicação do seu tempo e dinheiro, em que só haverá o desenvolvimento do social se nele for possível fazer negócio (Vale, 2022, p. 81).

Essa recente configuração da relação entre Estado, mercado e sociedade na qual os negócios sociais estão inseridos revela como o sistema capitalista se reinventa sempre, uma vez que “as formas particulares de personificação do capital podem variar consideravelmente, contanto que as formas assumidas se moldem às exigências que emanam das características definidoras essenciais do sistema” (Mészáros, 2011, p. 781). Logo, o texto tem por objetivo analisar como se configura a educação nos negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio”.

A metodologia está pautada na pesquisa bibliográfica, em especial, em diálogo com autores de língua inglesa como Ball e Olmedo (2013), que nos ajudam a compreender o fenômeno do “Setor Dois e Meio” sob formas de negócios sociais que refletem na educação.

2. Atuação dos novos filantropos em prol do novo projeto societário no tripé Estado, mercado e sociedade

O “Terceiro Setor”, em tese, não seria representante nem do Estado nem mercado, contando com sujeitos de diversos setores, com destaque para organizações sociais (OS). Dentre as características e funções destas, destaca-se a “finalidade não-lucrativa, com a obrigatoriedade de investimento de seus excedentes financeiros no desenvolvimento das

próprias atividades” (Brasil, 1998, art. 2º).

No Brasil, as OS representam uma forma de privatização, com disputa recorrente de espaço com a política estatal, contando com limitação de ganhos e divisão de lucros, comparando-se às empresas, o que implica a gestão pública e o arcabouço legal que ampara a execução do Terceiro Setor.

A partir da legislação brasileira, a atuação das OS foi intensificada com a Lei nº. 9.637, de 15 de maio de 1998, com regulamentação em nível federal; particularmente, no seu Art. 15, apresenta prerrogativas para que estados, municípios e o Distrito Federal criem suas alterações locais, demonstrando como as OS foram beneficiadas, em razão de ser no âmbito local que elas materializam parcerias e podem intensificar suas ações.

Embora não seja objeto direto de análise, é importante destacar que há um marco regulatório do Terceiro Setor que foi sendo refinado, independentemente dos chefes de Estado e partidos políticos, em um processo que reafirma como o Estado moderno pode ser ainda influenciado pela burguesia, culminando na desresponsabilização daquele com as causas sociais, com destaque para a educação.

Peroni, Oliveira e Fernandes (2009, p. 769) destacam que “as organizações sociais são privadas, criadas pelo poder público e já nascem sob a forma de contrato de gestão de um patrimônio público”. Assim, ajudam a descaracterizar as lutas de classes presentes nas sociedades capitalistas, porque a sociedade civil, por meio do Terceiro Setor, fica fragilizada do ponto de vista de correlações de forças. Isso faz com que as OS ampliem seu poder de decisão na sociedade brasileira, via legislação, que vem sendo refinada, e por meio das parcerias público-privadas, que intensificam sua atuação junto a um social guiado por sujeitos privados, que fazem política ao induzir como devem ser as relações sociais. Cabe então destacar como todo esse quadro tem implicações diretas para a educação formal via parcerias e o tipo de educação assumida neste texto, que é a integral de formação do homem em todas as suas potencialidades.

Na sobreposição da política empresarial à política de Estado, os representantes do chamado Terceiro Setor deixaram de ser considerados mediadores entre o primeiro e segundo setores, porque, na prática, materializavam ideais mais próximos ao mercado, com vistas ao lucro nas ações ditas caridosas e/ou sociais. Essas redes de relacionamento e o discurso de autorresponsabilização fazem com que empresários, OS e sujeitos individuais

criem organizações sem fins lucrativos, institutos, centros de filantropia e similares, para que possam se enquadrar na legislação vigente de Terceiro Setor, e assim tenham condições legais de interferir nas políticas sociais por meio de parcerias com o Estado (Vale, 2017; Montañó, 2014).

Está-se aí diante de estratégia do mercado, dos empresários e do sistema capitalista, que se adaptam às novas necessidades da sociedade, para justificar suas ações sociais, as quais vêm se alinhando aos lucros e impactos em benefício próprio. Com isso, criou-se um novo termo, mais atual, com nova roupagem, que agruparia sujeitos com propósitos mais definidos em relação aos impactos sociais, quando comparados com o Terceiro Setor. Trata-se do chamado “Setor Dois e Meio”, que utiliza novas estratégias para antigas questões da relação entre Estado, mercado e sociedade por meio de tais negócios sociais (Ball, 2018)

Esses negócios na área social se manifestam de diversas formas na sociedade contemporânea no seu sentido original de negociar, comercializar, convencer alguém para que obtenham vantagens. Eles fazem parte do jogo político nas campanhas eleitorais para angariamento de votos, como nas fotos com pessoas carentes para falsear uma realidade de que o candidato se sente parte do povo e, caso seja eleito, fará melhorias em prol dele. Assim como na política, estão no cotidiano das pessoas na medida em que envolvem negociação; suas consequências podem ser positivas ou não, dependendo dos interesses e sujeitos envolvidos (Vale, 2022).

No entanto, evidenciam uma faceta da sociedade capitalista, com contradições, vinculações e mediações, em que apenas uma classe se sobressai. Nessa sobreposição, promovem um tipo de educação balizada nos valores do mercado, da competição e do empreendedorismo, os quais induzem os homens a serem empresários de si, em desfavorecimento das reivindicações coletivas via políticas públicas.

A partir do referencial teórico-metodológico crítico usado nestas análises, fazemos uma associação entre as formas de personificação do capital, que dialeticamente pode se apresentar como fundos de ações coletivas, institutos de ações sociais vinculados a empresas e também negócios sociais com novas questões emblemáticas, enquanto instâncias mais complexas de escalada do capital em face do fundo público. Suas feições podem ser distintas de acordo com as conjunturas, como a utilização da filantropia para fins comerciais ou da junção dos empresários em formato de rede para alcançar novos públicos com suas ações direcionadas à sociedade, porque os novos filantropos buscam justamente novos mercados

e formas de realizar mais investimentos lucrativos (Vale, 2022).

Essas formas de o capital se personificar constantemente são inerentes à maneira como atua e a suas possíveis contradições, que envolvem o fomento de exploração do homem e a filantropia como negócio. Por sua vez, a própria filantropia é usada enquanto simulacro, numa estratégia de acumulação ideologicamente defendida pelos novos filantropos como benéfica à sociedade. Por conta disso, enredam-se num empreendedorismo criativo, segundo uma nova forma de pensar o modo de vida como um tipo de desenvolvimento sustentável e de uma desqualificação da política pública, em prol de uma política orquestrada por agentes externos à realidade local (Adrião, 2023).

Fazer negócios na área social funciona então muito bem em diversos aspectos para o investidor a partir dos parâmetros mercantis, porque há lucro financeiro, estabelecem-se redes de contatos e redes de políticas, além de se realizar propaganda e se criarem novas condições para alcance de públicos que estão em constante transformação numa sociedade global na qual se comunica de diversas formas, como via plataformas de relacionamento instantâneo (Santos, 2023).

Por esse motivo, os negócios sociais seriam benéficos de alguma forma para os novos filantropos no jogo de Estado, mercado e sociedade, com o esvaziamento das lutas de classes permanentes num sistema capitalista, o qual constantemente troca de estampa para se manter hegemônico. Tal seria o caso desse novo mercado no ramo da economia, intitulado de “Setor Dois e Meio”, cujos defensores querem cada vez mais estipular políticas. Essa atuação reflete diretamente no âmbito educacional, porque as mediações de realidades concretas entre os homens exigem perfis sociais com posicionamentos, formas de trabalho, estabelecimento de relações pessoais, sociais e de trabalho, e comportamentos que permeiam a educação (Vale, 2022).

3. A atuação do “Setor Dois e Meio” na condução da vida em sociedade

Historicamente, o primeiro negócio social por meio do “Setor Dois e Meio” emergiu em 1976, a partir de uma experiência do professor de Economia Muhammad Yunus da Universidade de Chittagong – Bangladesch, fundador das Iniciativas Globais da Yunus Social Business (YSB) e do Grameen Bank, conhecido mundialmente como Banco Rural. Desde o referido ano, trabalha na divulgação do conceito de “negócios sociais”. Em 2006, venceu o Nobel da Paz por suas ações no Banco e, em 2010, o mesmo foi apresentado pela revista

inglesa *The New Statesman* como um das "50 figuras mais influentes do mundo". O professor emprestou dinheiro para mulheres artesãs comprarem matéria-prima para que se livrassem de empréstimos conseguidos com agiotas locais, que ficavam com quase toda a produção, fazendo com que a situação dessas mulheres fosse análoga à escravidão (Yunus Social Business, [20--], *on-line*)

Tal resolução do problema local e a forma como foi conduzida poderiam ser multiplicadas infinitamente, o que de fato aconteceu. Em 1983, surgiu o Projeto Social “*grameencredit*”, originando o Grameen Bank enquanto projeto social, já que todas as artesãs pagaram suas dívidas, geraram novos produtos e houve o retorno social de uma iniciativa pioneira de um representante do Segundo Setor (mercado), processo no qual a lógica do lucro responsável surge como inovação dos negócios do mundo financeiro (Grazzioli, 2015, *on-line*).

[..] Hoje o Grameen Bank é festejado como uma pioneira iniciativa do “Setor Dois e Meio”, ao criar um novo conceito do lucro e dos ganhos da mais valia. Nesse contexto há os que creem serem os negócios sociais a face renovada do capitalismo que, de tempos em tempos, absorvido por crises, necessita de renovação, de novas expansões e novas faces. O “Setor Dois e Meio”, pois, exige um modelo especial e eficiente de gestão de empresas (que pertencem ao Segundo Setor) para gerar impacto social (finalidade do Terceiro Setor) (Grazzioli, 2015, *on-line*).

Segundo Machione e Bonfante (2016, *on-line*), o termo começou a ganhar notoriedade no Brasil a partir do ano de 2006, mesmo sendo conhecido mundialmente há algumas décadas como uma excelente opção para as empresas que querem ampliar sua lucratividade. Santos (2023) destaca que tem-se aí uma tendência internacional com relativo consenso, a qual, em decorrência do lucro, está aliada ao aspecto social, sendo benéfica à imagem de qualquer empresário; com isso, o número de investidores tende a aumentar por conta do trabalho social executado, ou seja, é uma estratégia de *marketing* assertiva apropriada ao mundo empresarial marcado por novas formas de fazer negócio.

Nesse viés, o “Setor Dois e Meio” teria essa nomenclatura justamente por ser emergente na consolidação de um novo tipo de mercado, em substituição ao atual modelo de Segundo Setor econômico. Para isso, precisaria de alterações na legislação, como forma de amparar os investimentos dos novos filantropos, com empresas direcionadas para lucrar com os negócios sociais, e não como apêndice, por meio de institutos das empresas.

Ainda no ano de 2006, em interface com o cenário nacional, havia um documentário em fase de finalização intitulado *Setor 2,5 – o filme*, que realizou filmagens em países como

Brasil, Índia e Bangladesh, mostrando o surgimento de um novo capitalismo que passou a integrar a busca pelo retorno financeiro em relação à redução da pobreza a partir de histórias inspiradoras de empreendedores e especialistas, como Muhammad Yunus, que se propuseram a dar novas respostas às questões sociais como educação e meio ambiente (Dois e Meio, [20--]).

[...] até então, era inimaginável que a solução pudesse estar no centro do capitalismo. *Ninguém jamais pensou que um ganhador do Prêmio Nobel da Paz viesse a ser um homem de negócios.* Entretanto, Yunus provou que é possível unir, de forma intensa, a busca de resultados sociais com um modelo de negócios que visa, ao mesmo tempo, lucro (Dois e Meio, [20--], p. 3, grifo do autor).

A estratégia de negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio” tinha como grande propósito à época apresentar exemplos de empreendedores sociais em várias partes do mundo, que produziam mudanças e impactos positivos com chance de serem replicados cada vez mais em âmbito global, pois essas performances de uma nova concepção econômica seriam a melhor alternativa para a sociedade do século XXI (Vale, 2022).

O Setor 2,5 representa o rompimento do paradigma tradicional que considera excludentes os objetivos de transformação sócio-econômicos, mostrando que é possível ganhar na esfera social sem abrir mão dos ganhos financeiros. Os Negócios Sociais mudam a “regra do jogo” por dentro criando um novo formato, que permite a coexistência de negócios tradicionais com social business. Esta convergência se funda na lógica de competitividade, eficiência, time-to-market [tempo de mercado, em tradução livre] dos negócios tradicionais para resolverem os problemas mais críticos da sociedade moderna. Os Negócios Sociais revolucionam a sociedade moderna ao romper com mind-sets [mentalidades, em tradução livre] estabelecidos, criando um sistema capitalista mais inclusivo (Dois e Meio, [20--], p. 3, grifos do autor).

Percebemos que a motivação do “Setor Dois e Meio” está bem alinhada com as vertentes do mercado, quando estas se propõem a prevalecer na esfera social, alterando as formas de negociação a partir de novas roupagens. Outro aspecto está em como não é negada pelos defensores desse Setor a lógica dos negócios, que advém do mercado, no qual o valor é mensurado pelo lucro.

Para sustentar essa nova forma de fazer política, é preciso conceituar o que seria negócio social segundo a realização audiovisual mencionada. Este é entendido como “uma empresa que objetiva promover a transformação social, através de produtos e serviços que impactam diretamente a vida de populações fragilizadas” (Dois e Meio, [20--], p. 4).

O documentário *Setor 2,5 – o filme* foi uma forma de promover as ações de vários líderes mundiais que já atuavam com a causa social, sendo o principal deles Muhammad

A educação nos negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio”

Yunus, cujo pioneirismo nessa causa o levou a ganhar um Prêmio Nobel. Hoje suas ações foram maximizadas por meio da iniciativa YSB, que se tornou um grande conglomerado em rede de formação de novos filantropos, visando à promoção de revitalizadas formas de fazer política em nível global. Em outras palavras, essa iniciativa pode ser considerada uma rede de política, porque pensa um novo tipo de sociedade e propõe a alteração das estruturas sociais e do Estado, que deve investir também no novo modelo de desenvolvimento econômico e social (Vale, 2022).

O documentário *Setor 2,5 (Dois e Meio, [20--])* valoriza as palavras de Yunus como sendo a grande referência mundial no novo tipo de mercado e como forma de atrair novos sujeitos para investirem nesse Setor, como é possível ver a seguir:

Podemos criar uma alternativa poderosa: um setor privado movido pela consciência social, criado por empreendedores sociais [...]
Um dólar doado tem apenas uma vida, enquanto um dólar investido em negócios sociais tem vida eterna. [...]
Muitos dos problemas do mundo permanecem sem solução porque continuamos a ter uma interpretação estreita do capitalismo (Dois e Meio, [20--], p. 1, 2, 4).

Entre as tentativas de criar bases consistentes de conceituação do emergente e concreto “Setor Dois e Meio”, percebemos que o movimento dos novos filantropos almeja romantizar o sistema capitalista dito consciente, que explora, mas devolve à sociedade parte do que ganha – algo pouco provável de ocorrer, já que o anseio capitalista é a sua permanente expansão. Além disso, a ideia de doação como investimento falseia uma realidade de dito “mercado do bem”, que contraditoriamente defende a noção de doação como valor moral, que se materializa como ação natural, sem escolher quem será beneficiado, diferentemente da filantropia intencional.

Entre as tentativas de conceituação desse setor, destaca-se também a apresentada pelo *Guia 2,5*, idealizado e realizado pela Quintessa desde o ano de 2015, com publicação bienal das iniciativas de empreendedores no Brasil que trabalham com negócios de impacto e reconhecem a atuação do setor para o desenvolvimento do país. O *Guia* entende que o Setor Dois e Meio possui características do Segundo e Terceiro e Setor nos negócios de impactos, “uma vez que, por meio da venda de produtos e serviços, trazem soluções para superar relevantes desafios sociais e ambientais” (Quintessa, 2020, p. 8).

O empreendedorismo é uma das bases do “Setor Dois e Meio”, porque estimula que cada um pode ser criativo e fazer pelo planeta o que o poder público não fez. Além de resolver o problema, o sujeito ainda poderia ter lucro, o que seria uma dupla vitória para alguém que

almeja fazer a diferença no mundo.

Em outras palavras, o Setor almeja constituir-se como novo mercado, contraditoriamente desqualificando o princípio original da filantropia como doação, que teria pouca relevância no impacto social, de modo que, se a filantropia tiver direcionamento mercantil, a ação do impacto será maior. Nessa lógica, o “Setor Dois e Meio” se utiliza de um valor humano subjetivo para alavancar suas propostas de mercado e modificar as estruturas de relações sociais, ditando uma forma de viver própria do setor privado.

A lógica dos negócios sociais via “Setor Dois e Meio” funciona como estratégia do sistema capitalista para se adequar às novas demandas sociais, novas formas de ação junto ao público e à mídia, com incorporação de novos termos, como cocriação e coparcerias, numa ilusão de ações construídas a partir de interesses em comum entre Estado, mercado e sociedade, para se consolidar um projeto de sociedade mais dinâmico.

Para Vale (2017), os aspectos democráticos de participação coletiva são reformulados para atender aos interesses empresariais na chamada solidariedade lucrativa por meio dos negócios sociais. Isso se dá quando apresentadores de TV e do *show business* realizam uma espécie da exploração da pobreza midiaticamente, para conseguir audiência alavancada com o espetáculo da degradação da imagem humana e também pela via da caridade “lucrativa” no alinhamento da filantropia ao capitalismo (Ball; Olmedo, 2013).

Os negócios sociais possuem diferentes interpretações no mundo e nas áreas aplicadas, mas “devem gerar riqueza para ser reinvestida no negócio, e esses ganhos devem ser coletivos” (Ilzuka; Varela; Larroudé, 2015, p. 387-388, tradução nossa). Nesse movimento, o trabalho deve ser orientado para alcançar seu duplo objetivo, que é o lucro e o impacto social; por sua vez, estes irão gerar mais lucro, resultando que seu fluxo seja menos de filantropia e mais de negócio, ou como querem, menos Terceiro e mais Segundo Setor.

O “Setor Dois e Meio” possuía inicialmente características tanto do Segundo quanto do Terceiro Setor, mas se diferenciava por privilegiar a mudança social em vez do lucro. Ao “utilizar elementos do Segundo e Terceiro Setores, equilibradamente, funciona como o ‘Setor Dois e Meio’”. Isso certamente aumentará a qualidade do que se faz” (Steuer, 2008, *on-line*). Mais do que isso, Steuer (2008, *on-line*) retrata como o Terceiro Setor cometia alguns equívocos, porque havia a vontade de fazer algo com justificativa social, mas sem plano adequado e eficiência, podendo-se aprender com o mercado para que o êxito da

transformação social ocorresse; assim o “Setor Dois e Meio” seria o mais competente para essa finalidade.

Percebemos que é a partir da crítica da ineficiência de gestão técnica do Terceiro Setor que o “Setor Dois e Meio” apresenta-se como alternativa para executar ações de cunho social em parceria com o Estado ou com autonomia própria. Por meio dessa articulação, um lucro e desenvolvimento, uma vez que as OS inicialmente foram importantes na história da reestruturação das relações sociais, só que agora devem ser minimizadas para se materializar um novo tipo de mercado, que reflete num novo tipo de educação para o homem.

Steuer (2008, *on-line*) destaca que “a paixão sem objetividade beira o irracional, e a técnica sem coração é fria, não motivando as pessoas. Por isso, deve-se buscar o equilíbrio entre a razão e a emoção”. Com isso, há uma supervalorização das ferramentas do mercado, em especial, sua forma de gerir, que é a principal justificativa dos defensores do “Setor Dois e Meio” para atingir os impactos sociais. Esse Setor então seria um novo tipo de mercado emergente, mas que agora utiliza fatores emocionais também para fazer negócio.

Os negócios sociais, por meio do “Setor Dois e Meio”, pretendem mudar o conceito de filantropia, alterando-o de caridade para investimento. Aí os princípios da subjetividade, como amor, empatia, doação, solidariedade – em sua essência, voltados para fazer o bem, independentemente de quem seja o beneficiário da ação –, são elevados a um status de comércio lucrativo, em que se investe (faz-se a caridade) naquelas localidades ou sujeitos que podem gerar algum retorno para o investidor. Tal estratégia se deve ao fato de haver na pobreza uma oportunidade de se fazer negócio, ao passo que as empresas já identificaram essa possibilidade, o que reafirma o “Setor Dois e Meio” como novo mercado por ser decorrente do mundo empresarial e da economia. Portanto, no conjunto de suas ações, causa impactos em diversas áreas, como na Administração, no Serviço Social e na Educação, já que agora até mesmo os sentimentos mais íntimos do homem podem virar negócios (Vale, 2022).

A empresa pioneira nos negócios sociais no Brasil é a Artemisia que, segundo informações de seu canal oficial, foi fundada no ano de 2004, a partir de um “sonho inovador” de possibilitar acesso à saúde, educação e moradia a populações vulneráveis, apoiando negócios para que consigam chegar a um nível de mercado tanto do ponto de vista econômico quanto do lado social, a partir do lema “entre ganhar dinheiro e mudar o mundo, fique com os dois” (Artemisia, [20--], *on-line*).

Em sua pesquisa de mestrado, Vale (2017) compreendeu o “Setor Dois e Meio” como

“pequenos negócios sociais” que realizariam ações direcionadas ao público ou em parceria com o público, sem grandes custos ou visibilidade social, os quais não teriam a intenção de obter lucros exagerados em situações ditas mais modestas, de modo que sua preocupação com o social seria o mais importante. Segundo esse conceito sobre esse Setor, ao não negar o lucro, mesmo de forma mais modesta, este estaria assemelhando-se aos objetivos do mercado.

Após sete anos dessa pesquisa, esse conceito inicial de pequenos negócios sociais já está sendo ampliado em função da dinâmica que envolve o “Setor Dois e Meio”, porque há finalidades lucrativas e perspectiva de alteração social, ou seja, o lucro pode se dar pelo viés financeiro e pelo projeto societário envolvido, já que a disseminação de uma lógica de longo prazo pode ser mais rentável do que uma negociação imediata, feita na atual conformação econômica do que se conhece como mercado no Segundo Setor. O “Setor Dois e Meio” talvez tenha essa nomenclatura justamente pelo fato de ser intermediário entre setores econômicos que ainda precisam de alterações nas legislações internacionais para se consolidar, como ocorre no novo mercado do século XXI (Vale, 2022).

Nessa interação de negócios com aspectos da filantropia direcionada à sociedade, que move as estruturas do emergente “Setor Dois e Meio”, tudo pode virar passe de negociação e lucratividade, porque até a constituição dos princípios desse Setor está afinada com o que há de mais íntimo do homem, que é o seu poder de tomar decisões, ou seja, sua subjetividade e, por conseguinte, sua educação, que lhe dá condições de fazer escolhas. A própria educação faz parte dos fluxos desse Setor em razão de ele alterar as condições de relações humanas, quando refina princípios do neoliberalismo para fazer negócio em tudo o que for possível.

Na concepção dos negócios sociais do “Setor Dois e Meio”, a filantropia aliada ao impacto na sociedade seria uma nova forma de recuperar alguns valores morais e de empatia, que são subjetivos e foram desgastados na relação Estado, mercado e sociedade via relações público-privadas. Isso, porque o dinheiro geralmente só beneficiava um lado da relação, o que se altera nessa nova concepção de relação na qual todos os envolvidos possuem condições de serem beneficiados, de alguma forma, segundo os defensores dessa nova forma de fazer política via economia socialmente criativa (Vale, 2022).

A recuperação de valores morais vem perpassando políticas públicas educacionais no Brasil, uma vez que almeja formar homens comprometidos eticamente com questões que

convêm a ideais privados, como a fé particular a cada um. A doutrinação religiosa é um perigo constante para a sociedade brasileira a partir de relações público-privadas na educação, que chegam às casas legislativas quando alguns querem subordiná-las a uma forma de viver comprometida com a alienação do homem, que não deveria questionar os “desígnios divinos” e apenas aceitá-los passivamente, para que conflitos não sejam gerados e as desigualdades sociais sejam perpetuadas (Frigotto, 2017).

Edwards (2008) destaca que, rotineiramente, grupos filantrópicos atuam nessa vertente original da caridade, do amor, do ajudar ao outro, desprendidos de interesses e distantes dos aspectos competitivos que dominam o mundo global. Seria uma estratégia de viver e de se constituir como homem numa forma de negócio próprio. Entretanto, não é um mercado convencional em seu sentido amplo de negociação, pois:

quando se trata de suas responsabilidades como cidadãos, eles decidiram jogar com outro conjunto de regras – baseado em direitos que são universais, não por acesso [aos bens disponíveis] de acordo com sua renda, reconhecendo o valor intrínseco de relacionamentos saudáveis que não podem ser negociados em troca de custos de produção ou lucro, e tornar realidade o sentido original da filantropia como “amar a humanidade” (Edwards, 2008, p. 11-12, tradução nossa).

A vertente do negócio “na” filantropia vem sendo ressignificada para o negócio “da” filantropia, porque, embora o comércio esteja presente na organização dos filantropos para a finalidade específica de ajudar sem qualquer interesse, trata-se de uma presença associada ao planejamento e não ao lucro decorrente dele. Consideramos importante destacar a gênese da filantropia na sociedade, conforme sua configuração pura de empatia com a causa alheia e vontade de doar para sanar as necessidades do outro, pois o Estado não cumpriria sua função – quando há alguém passando fome, é porque a ação pública faz-se ausente.

A relação direta entre filantropia e políticas públicas, em especial as de cunho social, como a educação, é materializada há longos anos na história da humanidade, em um processo no qual os filantropos ajudariam os mais necessitados nas ações em que o Estado não alcançasse a todos. Particularmente, no caso da educação, a Igreja Católica foi uma das pioneiras nessa condução da filantropia, fazendo com que seus ideais privados fossem disseminados na oferta de escolas conveniadas em cooperação/parcerias com o Estado, cuja relação refina-se com as técnicas, as sociedades e os meios disponíveis rapidamente propagados pela globalização.

As formas como a política educacional, as empresas, a filantropia e o desenvolvimento internacional se organizam e se inter-relacionam estão mudando em função dos métodos daquilo que pode ser entendido como ‘capitalismo social

global'. Dentro dessa nova configuração, soluções inovadoras e velhas soluções para problemas sociais e de desenvolvimento 'baseadas no mercado' estão sendo privilegiadas e fortalecidas através do surgimento de uma nova elite global, conectada em rede, formada por promotores de políticas e 'novos' filantropos (Ball; Olmedo, 2013, p. 33).

O "capitalismo social global" é um termo compreendido por Harvey (2011, p. 173) como capitalismo global, e por Santos (2021, p. 44), como capitalismo globalizado. Ambos se referem ao cenário atual da perversidade das técnicas, para ampliar as desigualdades, no qual a educação do homem é peça essencial para o refinamento de projetos societários.

Os novos filantropos para o novo projeto societário por meio do tripé Estado, mercado e sociedade fazem parte de realidade adaptada para o século XXI e resultam das exigências das técnicas mais sofisticadas e refinadas da política empresarial da era globalizada. Isso, porque as ditas soluções inovadoras para causas sociais estimulam a atuação desses novos filantropos com ações empreendedoras que, na sua essência, almejam desresponsabilizar o Estado quanto à educação ou, pelo menos, causar uma descrença sobre sua competência, numa tentativa de imposição social de que a criatividade individual é o melhor modelo de desenvolvimento (Vale, 2022; Santos, 2023).

Assim, os novos filantropos possuem à sua disposição um cenário ideal para atuação, propiciado pela globalização, pelas articulações em rede de empresas e empresários, pela plataformização de relações e pelos valores do mercado, com a criatividade rentável e cada vez menos atuação do Estado no direcionamento das políticas, uma vez que os novos filantropos possuem ideais mais afinados com as demandas da sociedade conectada em rede.

Ao longo dos anos, a filantropia ganha novas conotações, que se distanciam do seu sentido original de caridade e se aproximam de termos mais modernos. Com isso, os novos filantropos justificam caridade associada ao lucro, numa estreita relação entre ação direcionada ao público e o possível retorno do bem realizado, segundo uma reconfiguração da caridade e da filantropia desprendida de interesses (Ball; Olmedo, 2013). Diante disso,

As formas tradicionais de ajuda não são suficientes para lidar com os grandes desafios globais da nossa era. Soluções baseadas no mercado mostram uma incrível promessa para resolver esses imensos problemas num nível sistêmico e amplamente difundido. Essas abordagens, no entanto, ainda estão num estágio nascente. As empresas estão pesquisando e desenvolvendo melhores práticas de negócios que produzem resultados sociais e ambientais e, ao mesmo tempo, geram lucro [...] (Ball; Olmedo, 2013, p. 37).

Entende-se que a reconfiguração da filantropia é a fase inicial do projeto de sociedade

pensado e proposto pelos empresários, enquanto parte da dinâmica do movimento global, para ocupar espaços diversos onde o Estado e a até instituições em conjunto não chegam. As relações público-privadas para sanar questões sociais, via parcerias, já não são bem-vistas pela sociedade em geral, por conta de diversos casos de corrupção e até mesmo pelo pouco impacto social, que, na educação sistematizada, deveria estar manifesto na elevação de índices.

Quando o mercado diz que é necessário reinventar os negócios, o mesmo já tem alguns indícios de como isso ocorrerá, e o convencimento social é um de seus desafios. Cabe dizer que já há indícios, porque a solução é a própria mediação do mercado, enquanto campo dos empresários, com a utilização de elementos subjetivos e destaque para a filantropia. Apresenta-se aí uma nova conotação capaz de unir a venda positiva das imagens dos empresários como inovadores, de modo que tenham vantagens financeiras de forma direta, para que futuramente não sejam alvos de discursos de corrupção, ou podem ser aqueles que teriam inicialmente apenas o desejo de ajudar a sociedade, daí havendo uma preparação do terreno para atuação dos novos filantropos (Vale, 2022).

Os novos modelos de filantropia antecipam-se a possíveis julgamentos sociais e legais, que causariam descrença nas suas mediações e vinculações por conta de enriquecimento ilícito decorrente de suas ações e/ou em possíveis parcerias com o poder público, como acontecia com o Terceiro Setor, cujos defensores caíram no descrédito, porque, pelo menos no Brasil, atuam desde 1995 de forma mais incisiva e apresentam poucos resultados.

4. Conclusão

Ao se estabelecerem novas agendas de políticas, criam-se estruturas de forma global para as estratégias empresariais com a causa social. É o que se observa por meio de inovação de termos, adaptações de nomenclaturas, tentativas de enfraquecimento da política estatal, por meio dos processos de globalização que colocam a busca pelo dinheiro como motor de progresso social, com novos sujeitos na arena de disputas públicas para fazer política, como o analisado “Setor Dois e Meio”, que utiliza outras roupagens de filantropia para deliberar sobre as decisões sociais em escala global que impactam diversas áreas, a exemplo da educação.

Nesse viés, surgem também novos tipos de empresariamento com causas mais sociais e ditas menos lucrativas, como forma de devolver parte do sucesso à sociedade que consome seus produtos e marcas. Os novos filantropos reinventam a forma de fazer negócios para a

sociedade moderna do século XXI, que tem os meios de comunicação na palma da mão, para deliberar o que antes era limitado do ponto de vista geográfico e das técnicas disponíveis interferindo na educação do homem em seu sentido de formação humana.

Os novos filantropos refinam os princípios do neoliberalismo como estratégia de um projeto de sociedade segundo o qual se devem enfraquecer reivindicações coletivas como parte das lutas de classes, ao mesmo tempo em que o liberalismo e a sua nova roupagem emergem como modo de vida. Com isso, as novas relações sociais decorrentes do Estado, mercado e sociedade são perigosas do ponto de vista da acomodação da forma de fazer política, porque a possível crítica de setores da sociedade é parcialmente enfraquecida nas ações do “Setor Dois e Meio” e seus negócios sociais, na medida em que seus representantes propagam que já fazem o bem e estão preocupados e tentando resolver questões que envolvem a causa alheia, o que envolve a educação com cursos, formações complementares e estímulo ao empreendedorismo que são estratégias mercantis de formação humana em seu sentido amplo e não escolar.

As novas relações sociais são balizadas por simulacros de um tipo de fazer política, orientado pelo mercado, que intensifica a individualização como forma de vida, algo contraditório quanto aos processos de globalização que, em tese, reduzem distâncias e aproximam as pessoas. No entanto, essas mesmas pessoas passam a viver e fazer escolhas cada vez mais balizadas pela autorresponsabilização, autoexclusão, autossuficiência de suas ações, que implicam o empreendedorismo, a sobrecarga de horas de trabalho, a venda de férias ao empregador, sobretudo, quando há relações formais de trabalho e ausência de interesses coletivos, que poderiam ser materializados em políticas públicas sociais dentro do sistema capitalista.

A globalização empresarial intensifica novas formas de relações sociais, desenvolve estratégias próprias com as redes, que mesclam sujeitos de projetos distintos que se fortalecem ao se agruparem para ocupar mais espaços, fazendo negociações em redes locais e globais. Em torno desse esforço, articulam-se formas de impacto com sujeitos estratégicos, a fim de se materializar um novo projeto de sociedade baseado no individualismo e na criatividade imediata, como prescrição de vida social (pro)posta pelos novos filantropos. Desse modo, essa suposta nova forma de fazer política, na sua essência, evidencia como não há nada de novo, apenas readaptações em formas de exploração do homem, que perpassam

pela educação com a finalidade de formar o homem para se tornar adaptável e flexível ao novo tipo de sociedade.

As estratégias desses novos filantropos estão sendo desenvolvidas de maneira mais incisiva, a partir do momento em que se articulam em redes com finalidades específicas, em razão de os representantes do “Setor Dois e Meio” precisarem estar sempre à frente das mudanças sociais, como no relacionamento em rede e na utilização de plataformas para interação social, ambos fenômenos concretos dessa terceira década do século XXI. Como face revitalizada do sistema capitalista, tal Setor naturalmente apresenta novas estampas relativas a sua essência de expansão, especialmente indicando como os negócios sociais devem moldar novos comportamentos sociais, o que passa certamente pela educação.

A perspectiva de educação assumida nesta pesquisa é aquela em que o homem pode desenvolver todas as suas potencialidades e que vai além do ensino sistematizado, que é essencial e um direito primário no Brasil. Essa postura deve ao fato de que, com o desenvolvimento pleno, é possível reivindicar outros direitos que são adquiridos pelas correlações de forças no sistema capitalista na conformação de Estado moderno.

A educação nos negócios sociais por meio do “Setor Dois e Meio” é utilizada pelos novos filantropos para propor e estimular as pessoas a serem adaptáveis, flexíveis, e a adotarem um espírito empreendedor, para acreditarem e defenderem formas atualizadas de viver em sociedade com valores humanos modificados, a serviço do mercado. Diante disso, a filantropia intencional pode demarcar outra etapa do sistema capitalista, agora utilizando elementos mais sutis de conformação social, enquanto continua explorando os mais vulneráveis econômica e socialmente, e assim fortalecendo processos históricos de desigualdades.

Referências

ADRIÃO, T. Prefácio. In: VALE, C.; SANTOS, T.F.A.M. (Org.). **Do público “público” ao público “privado” na educação**. Ed. CRV. Curitiba, 2023.

ARTEMISIA. Quem somos. **Artemisia**, [s. l.], [20--]. Disponível em: <https://tinyurl.com/36wbe74m>. Acesso em: 18 set. 2022.

BALL, S. J.; OLMEDO, A. A ‘nova’ filantropia, o capitalismo social e as redes de políticas globais em educação. In: PERONI, V. M. V. (Org.). **Redefinições das fronteiras entre o público e o privado: implicações para a democratização da educação**. Brasília: Líber Livro, 2013. p. 33-47.

BALL, S. J. Política educacional global: reforma e lucro. **Revista de Estudios Teóricos y Epistemológicos en Política Educativa**, Ponta Grossa, v. 3, p. 1-15, 2018.

BRASIL. **Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998**. Dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a criação do Programa Nacional de Publicização, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1998.

DOIS E MEIO. **Setor 2,5: o filme**. [S. l.]: Dois e Meio; Talk Filmes, [20--].

EDWARDS, M. **Just another emperor?** the myths and realities of philanthrocapitalism. New York: Demos; The Young Foundation, 2008.

FRIGOTTO, G. A gênese das teses do Escola sem Partido: esfinge e ovo da serpente que ameaçam a sociedade e a educação. In: FRIGOTTO, G. (Org.). **Escola “sem” partido**: esfinge que ameaça a educação e a sociedade brasileira. Rio de Janeiro: UERJ; LPP, 2017. p. 17-34.

GRAZZIOLI, A. Nem “Segundo”, nem “Terceiro” Setores, vamos falar de “Setor Dois e Meio”. **Núcleo de Estudos e Pesquisas Avançadas no Terceiro Setor**, [s. l.], 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/2hfn7r79>. Acesso em: 25 ago. 2022.

HARVEY, D. **O enigma do capital**: e as crises do capitalismo. Boitempo: São Paulo, 2011.

ILZUKA, E. S; VARELA, C. A; LARROUDÉ, E. R. A. Social Business dilemmas in Brazil: Rede Asta case. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 55, n. 4, p. 385-396, jul./ago. 2015.

MACHIONE, E. C.; BONFANTE, L. L. Empreender socialmente com o chamado Setor Dois e Meio. **Jornal de Barretos**, Barretos, 10 abr. 2016. Artigos. Disponível em: <https://tinyurl.com/2p8kmfbn>. Acesso em: 10 maio 2022.

MÉSZÁROS, I. **Para além do capital**: rumo a uma teoria da transição. São Paulo: Boitempo, 2011.

MONTAÑO, C. **O canto da sereia**: crítica à ideologia e aos projetos do “Terceiro Setor”. São Paulo: Cortez, 2014.

MORALES, C. A. Nem privado nem estatal: em busca de uma nova estratégia para a provisão de serviços públicos. **Revista do Serviço Público**, Brasília, ano 49, n. 4, p. 115-147, out./dez. 1998.

PERONI, V. M. V. **Implicações da relação público-privada para a democratização da educação**. 2015. Tese (Promoção a Professora Titular do Magistério Superior) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

PERONI, V. M. V.; OLIVEIRA, R. T. C.; FERNANDES, M. D. E. Estado e Terceiro Setor: as novas regulamentações entre o público e o privado na gestão da educação básica brasileira. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 30, n. 108, p. 761-778, out. 2009.

QUINTESSA. **Guia 2.5**: mapeamento de iniciativas que desenvolvem e investem em negócios de impactos no Brasil. São Paulo: Quintessa, 2020.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 20. ed. Rio de Janeiro: Record, 2021.

SANTOS, T.F.A.M. A educação no capitalismo de plataforma. In: VALE, C.; SANTOS, T.F.A.M. (Org.). **Do público “público” ao público “privado” na educação**. Ed. CRV. Curitiba, 2023.

STEUER, R. “Setor Dois e Meio” o ideal para sua instituição. **Filantropia**, [s. l.], 1 nov. 2008. Disponível em: <https://tinyurl.com/y4wh95ek>. Acesso em: 8 jul. 2022.

VALE, Cassio. **Subsunção do público ao privado na educação paraense**. 2017. 124 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2017.

VALE, Cassio. **A educação como negócio social na Amazônia brasileira**. 2022. 199 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2022.

YUNUS SOCIAL BUSINESS. Muhammad Yunus. **Yunus Social Business**, [s. l.], [20--]. Disponível em: <https://tinyurl.com/497m665v>. Acesso em: 7 maio 2022.

Nota

ⁱ Pesquisa vinculada ao estágio de pós-doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Pará (PPGED/UFGPA).

Sobre o autor

Cassio Vale

Doutor em Educação. Pesquisador vinculado ao Grupo de Estudos e Pesquisas Observatório de Gestão Escolar Democrática (Observe-UFGPA). E-mail: cassiovale07@yahoo.com.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8956-4536>.

Recebido em: 05/02/2024

Aceito para publicação em: 08/08/2024