

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FLÁVIA ROBERTA FERNANDES

**COMUNIDADES DE PRÁTICA COMO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO
SOCIAL NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO SUL DO BRASIL**

CURITIBA
2018

FLÁVIA ROBERTA FERNANDES

**COMUNIDADES DE PRÁTICA COMO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO
SOCIAL NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO SUL DO BRASIL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre, no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná. Área de Concentração: Informação, Conhecimento e Estratégia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Helena de Fátima Nunes Silva.

CURITIBA
2018

F363c Fernandes, Flávia Roberta

Comunidades de Prática como incentivo ao empreendedorismo social nas Universidades Federais do Sul do Brasil / Flávia Roberta Fernandes. – Curitiba, 2018.

216p.; il. (algumas color.); 29 cm.

Orientadora: Helena de Fátima Nunes Silva

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação. Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Defesa: Curitiba, 2018.

1. Gestão do conhecimento. 2. Comunidades de Prática. 3. Compartilhamento de Conhecimento. 4. Empreendedorismo Social. I. Silva, Helena de Fátima Nunes. II. Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação. Setor de Ciências Sociais Aplicadas. III. Título.

CDD 658.4038



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO GESTÃO DA
INFORMAÇÃO

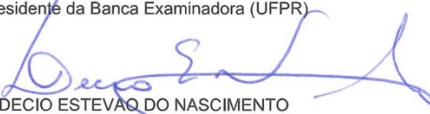
TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em GESTÃO DA INFORMAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **FLÁVIA ROBERTA FERNANDES** intitulada: **COMUNIDADES DE PRÁTICA COMO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO SUL DO BRASIL**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovación no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 21 de Fevereiro de 2018.


HELENA DE FÁTIMA NUNES SILVA
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)


DECIO ESTEVO DO NASCIMENTO
Avaliador Externo (UTFPR)


GLAUCIO GOMES DE MENEZES
Avaliador Interno (UFPR)

Dedico esta dissertação, aos meus pais,
Antonio e Clarice, à minha irmã, Fernanda e ao
meu cunhado Andrew, por me impulsionarem a
voar, mas serem sempre o porto seguro para
onde escolho voltar.

AGRADECIMENTOS

Na escola da vida, o mestrado cumpriu seu importante papel. Ao olhar para estes dois anos, relembro os desafios enfrentados e as oportunidades únicas de aprendizado, sendo este intelectual, mas sobretudo, pessoal e intrínseco, profundamente cravados em minha alma. Sou grata por tudo que ouvi, senti, vivi e principalmente por cada um que compartilhou desta maratona ao meu lado e me impulsionou a cruzar a linha de chegada. Esta conquista não é somente minha, mas de todos que caminharam pacientemente ao meu lado e que registro neste momento minha gratidão:

Aos meus pais, Antonio e Clarice, a minha irmã Fernanda e ao meu cunhado Andrew, pela serenidade, tolerância, palavras de motivação, amor incondicional e principalmente por, no meio de minhas ausências, encontrarem formas de estarem por perto.

À minha querida orientadora, professora Helena de Fátima Nunes Silva, pelo dom nato de ensinar com o coração, pela excelência e dedicação demonstrada em cada fase da minha formação como pesquisadora, pelas broncas que soavam como elogios, pelos puxões de orelha sensíveis e graciosos, pelo conhecimento compartilhado livremente, pelas palavras certas e acolhedoras, em momentos de dificuldade, medo, insegurança, por comemorar comigo conquistas pessoais e acadêmicas e, principalmente, por um dia ter me escolhido e acreditado em meu potencial desde o início.

Aos professores do PPGCGTI pelo conhecimento compartilhado e os aprendizados adquiridos. Especialmente, aos professores, Denise Tsunoda, Edson Guarido Filho, Glauco Gomes de Menezes, Maria do Carmo Freitas e Rodrigo Botelho, pelo apoio e contribuições com o projeto desde seu surgimento.

Aos membros da Banca Examinadora, professores Décio Estevão do Nascimento e Glauco Gomes de Menezes pelo olhar minucioso e importantes contribuições na construção deste projeto.

Ao César Martarello pela assistência enquanto secretário do PPGCGTI, mas além disso, por demonstrar-se um amigo e conselheiro em muitos momentos de angústia acadêmica.

Aos colegas do mestrado que já estavam nesta trajetória quando aqui cheguei (Lívia, Letícia e Paulo), aos que iniciaram a caminhada junto comigo (André, Cláudio,

Cristiane, Fabiele, Jaciara, Jefferson, Rebeca, Ricardo, Rodrigo, Sandro, Valéria e Zanatta) e aos que ainda continuarão nesta estrada por mais algum tempo (Daviane, Mauro, Lucas, Luciane e Eliane), meu agradecimento, pela amizade, parceria, pelas alegrias e “sufocos” que partilhamos e embora tenham sido apenas dois anos juntos, as marcas de todo o aprendizado conjunto seja ele intelectual ou pessoal serão levadas para a vida.

À cunhantã Cristiane Sinimbu, meu agradecimento, não apenas pela parceria acadêmica, mas pela amizade construída com muito zelo e carinho, partilhando de momentos intelectuais, mas também de momentos de descontração e de “aventuras” únicas que levarei para todo o sempre. Cris, nossa amizade é um presente que o mestrado me deu e que carregarei para toda a vida.

À Ana Heise, pela amizade que se fez presente em meio a minha ausência e por seu tempo dedicado, a ler e reler meu projeto muitas vezes na busca dos possíveis erros gramaticais, que eu já não conseguia enxergar.

E, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pela concessão de bolsa de mestrado, durante o desenvolvimento da pesquisa.

“Quando a pesquisa tem uma questão
existencial ela ganha outro sentido”
(GARCIA, 2016).

RESUMO

As Comunidades de Prática (CoPs) são formadas por um grupo de indivíduos que se conectam, possuem interesses comuns e visam a prática de resolução de problemas. Nesse ambiente, as relações dos indivíduos são estabelecidas e o compartilhamento de conhecimento promovido, gerando o desenvolvimento dos membros de forma individual e coletiva. As CoPs aplicam-se a diferentes contextos organizacionais, incluindo as Instituições de Ensino Superior. Nesse contexto, o presente projeto de pesquisa tem como objetivo propor uma Comunidade de Prática para incentivar o Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. O referencial teórico apresentado conceitua os temas Comunidade de Prática, Empreendedorismo Social e compartilhamento de conhecimento. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, utilizando-se de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo e sendo de natureza aplicada. A coleta de dados decorreu de pesquisa bibliográfica e a aplicação de questionário semi aberto em três grupos: coordenadores, professores e alunos. Os resultados demonstram que as ações de Empreendedorismo Social ocorrem por meio de projetos de extensão e disciplinas, assim como as trocas de conhecimento acontecem por meio de mensagens eletrônicas, ambientes virtuais de aprendizagem e reuniões presenciais e virtuais. As tecnologias como fóruns de discussão, redes sociais e e-mails são apontadas como recursos que incentivam a colaboração e a interação entre os indivíduos. Os eventos como congressos seminários e simpósios são apontados como formas de compartilhamento de conhecimento. Destacam-se como facilitadores no compartilhamento de conhecimento, aspectos como colaboração e possibilidade de aprendizado. A partir do levantamento empírico e das análises estatísticas e de conteúdo, a proposta de CoP para o incentivo ao Empreendedorismo Social foi elaborada, pautando-se nas teorias de: (i) Nonaka, Toyama e Konno (2000) e Von Krogh, Ichijo e Nokaka (2001); (ii) Lave e Wenger (1991), Wenger (1998), e Wenger, McDermott e Snyder (2002); e (iii) Brock e AshokaU (2011). Indicou-se o Moodle como ambiente virtual de aprendizagem, estruturando-se, inicialmente, na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Ferramentas do Moodle foram propostas para o estabelecimento das interações e o compartilhamento de conhecimento com base nos: (i) os elementos, domínio, comunidade e prática; (ii) as dimensões, engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado; e (iii) o envolvimento de alunos por meio de disciplinas, programas, projetos e cursos de extensão e iniciação científica.

Palavras-chave: Comunidades de Prática. Compartilhamento de Conhecimento. Empreendedorismo Social.

ABSTRACT

The Communities of Practices (CoPs) are formed by individuals who connect in a group, share common interests and aim to practice problem resolution. In this environment, individual relationships are established and knowledge sharing is promoted, generating the development of members both individually and in the collective. The CoPs apply to different organizational contexts, including the Higher Education Institutes. In this context, this research project aims to propose a Community of Practice to encourage of Social Entrepreneurship in the Federal Public Universities from the south of Brasil. The referenced theories presented conceptualize the themes for Communities of Practice, Social Entrepreneurship and knowledge sharing. The research is characterized as exploratory and descriptive, with a approach qualitative and quantitative, utilizing both bibliographical research and field research of an applied nature. The data collection was based on bibliographic research and the application of semi-open questionnaires in three groups: coordinators, teachers and students. The results demonstrate that the actions of Social Entrepreneurship occur through extension projects and disciplines. These exchanges of knowledge take place through electronic messages, virtual learning environments and face-to-face or virtual meetings. Technologies such as discussion forums, social networks and e-mails are pointed out as resources that encourage collaboration and interaction between individuals. The events, such as congresses, seminars and symposia are pointed as a way of sharing knowledge. The most effective facilitators in the sharing of knowledge are aspects such as collaboration and the possibility of learning. Based on the empirical survey, statistics and content analyzes, the CoP proposal for the encouragement of Social Entrepreneurship was elaborated, based on theories of: (i) Nonaka, Toyama and Konno (2000) and Von Krogh, Ichijo and Nokaka (2001); (ii) Lave and Wenger (1991), Wenger (1998), and Wenger, McDermott and Snyder (2002); and (iii) Brock and AshokaU (2011). Moodle was indicated as a virtual learning environment, structuring, initially, at the Federal University of Paraná (UFPR). Moodle tools were proposed for the establishment of interactions and knowledge sharing based on: (i) elements, domain, community and practice; (ii) the dimensions of mutual engagement, joint venture and shared repertoire; and (iii) the involvement of students through disciplines, programs, projects and extension courses and scientific initiation.

Key-words: Community of Practice. Sharing Knowledge. Social Entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - MODELO DE ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE GESTÃO.....	36
FIGURA 2 - TIPOLOGIA DE EMPREENDIMENTOS.....	42
FIGURA 3 - CONHECIMENTO CRIADO POR MEIO DE UMA ESPIRAL.....	61
FIGURA 4 - TRÊS ELEMENTOS DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO.....	62
FIGURA 5 - BA COMO CONTEXTO COMPARTILHADO EM MOVIMENTO.....	63
FIGURA 6 - CONTEXTO BA E SECI PERMEADOS PELA SOLICITUDE E CONFIANÇA.....	67
FIGURA 7 - DIMENSÕES DAS COMUNIDADES DE PRÁTICA.....	73
FIGURA 8 - NÍVEIS DE PARTICIPAÇÃO NA COPS.....	74
FIGURA 9 - MODELO DE ESTRUTURA PARA A CRIAÇÃO DE UMA COP EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR.....	81
FIGURA 10 - CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	88
FIGURA 11 - FÓRMULAS DO EXCELL PARA CÁLCULO DAS MEDIDAS DE DISPERSÃO.....	105
FIGURA 12 - ESTRUTURA DE ANÁLISE	108
FIGURA 13 - AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COPS.....	109
FIGURA 14 - GRUPOS DE AVALIAÇÃO – COORDENADORES, PROFESSORES E ALUNOS.....	111
FIGURA 15 - QUESTIONAMENTOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COP.....	111
FIGURA 16 - AGRUPAMENTO DOS QUESTIONAMENTOS QUANTO A AVALIAÇÃO.....	112
FIGURA 17 - AGRUPAMENTO DAS RESPOSTAS PRIVADAS.....	112
FIGURA 18 - FORMAS DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL POR GRUPO DE RESPONDENTES.....	125
FIGURA 19 - FORMAS DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NOS TRÊS GRUPOS DE RESPONDENTES.....	126
FIGURA 20 - AMBIENTE E ESTRUTURAÇÃO INICIAL PARA A COP.....	127
FIGURA 21 - ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP.....	128
FIGURA 22 - DIMENSÕES DA COP.....	129

FIGURA 23 - PRINCÍPIOS DA COP.....	129
------------------------------------	-----

LISTA DE QUADROS E TABELAS

QUADRO 1 - LACUNAS A SEREM TRABALHADAS PARA AMPLIAÇÃO DO TEMA EMPREENDEDORISMO.....	26
QUADRO 2 - RESULTADO DA PESQUISA NAS BASES DE DADOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE.....	29
QUADRO 3 - RESULTADO DA PESQUISA EM EVENTOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE.....	30
QUADRO 4 - RESULTADO DA PESQUISA NA BDTD-IBICT PARA COMUNIDADES DE PRÁTICA.....	31
QUADRO 5 - RESULTADO DA PESQUISA NA BDTD-IBICT PARA NEGÓCIOS SOCIAIS.....	32
QUADRO 6 - DESENVOLVIMENTO DA TEORIA DO EMPREENDEDORISMO E DO TERMO EMPREENDEDOR A PARTIR DA IDADE MÉDIA....	38
QUADRO 7 - EMPREENDEDORISMO PRIVADO X EMPREENDEDORISMO SOCIAL.....	39
QUADRO 8 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL – VISÃO INTERNACIONAL.....	45
QUADRO 9 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL – VISÃO NACIONAL.....	47
QUADRO 10 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – ESTADOS UNIDOS E EUROPA.....	47
QUADRO 11 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – BRASIL.....	47
QUADRO 12 - AÇÕES RELACIONADAS AO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	57
QUADRO 13 - AMBIENTE PARA O COMPARTILHAMENTO E CONVERSÃO DO CONHECIMENTO.....	64
QUADRO 14 - FATORES INDIVIDUAIS, ORGANIZACIONAIS E TECNOLÓGICOS PARA FOMENTAR O COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO.....	65
QUADRO 15 - ABORDAGEM E ENFOQUE TEÓRICO PARA A CONCEPÇÃO DE COMUNIDADES DE PRÁTICA.....	69
QUADRO 16 - ELEMENTOS, DESCRIÇÃO E PERGUNTAS PARA ORIENTAR O PROCESSO.....	71

QUADRO 17 - FERRAMENTAS QUE AUXILIAM NO COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO.....	78
QUADRO 18 - FERRAMENTAS PARA ATIVIDADES E TAREFAS ESPECÍFICAS.....	79
QUADRO 19 - FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DAS COPS.....	85
QUADRO 20 - BENEFÍCIO DAS COPS ÀS ORGANIZAÇÕES E AOS MEMBROS.....	86
QUADRO 21 - TOTAL DE UNIVERSIDADES, DE ACORDO COM A ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA.....	90
QUADRO 22 - TOTAL DE UNIVERSIDADES FEDERAIS POR REGIÃO GEOGRÁFICA.....	90
QUADRO 23 - TOTAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO, NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS NA REGIÃO SUL DO BRASIL.....	91
QUADRO 24 - TOTAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO, NA ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS NA REGIÃO SUL DO BRASIL.....	92
QUADRO 25 - RELAÇÃO DE CURSOS DE GRADUAÇÃO QUE NÃO APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISAS.....	93
QUADRO 26 - RELAÇÃO DE CURSOS DE GRADUAÇÃO QUE NÃO DISPONIBILIZARAM INFORMAÇÕES QUANTO A MATRIZ CURRICULAR, EMENTAS E PROJETOS PEDAGÓGICOS.....	95
QUADRO 27 - RELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS ESPECÍFICOS, CONCEITOS E AUTORES, INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	97
QUADRO 28 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS, RESULTADO ESPERADO COM A COLETA DE DADOS, QUESTÕES FORMULADAS E PARTES DO QUESTIONÁRIO.....	100
QUADRO 29 - RESULTADO DO ALFA DE CRONBACH.....	104
QUADRO 30 - ANÁLISES ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS, POR PARTES DO QUESTIONÁRIO.....	106
QUADRO 31 - RESULTADO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO POR GRUPO.....	116
QUADRO 32 - RESULTADO AMBIENTE INSTITUCIONAL POR GRUPO.....	117

QUADRO 33 - RESULTADO COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO POR GRUPO.....	119
QUADRO 34 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO - ELEMENTOS.....	120
QUADRO 35 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO - DIMENSÕES.....	122
QUADRO 36 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO - PARTICIPAÇÃO.....	124
TABELA 1 - TOTAL DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR, CONFORME ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA.....	90

LISTA DE GRÁFICOS

- GRÁFICO 1 - PERFIL DOS RESPONDENTES - CURSOS DE GRADUAÇÃO..... 114
- GRÁFICO 2 - PERFIL DOS RESPONDENTES - UNIVERSIDADES FEDERAIS... 115

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AVA	- Ambiente Virtual de Aprendizagem
BDTD	- Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAPES	- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEATS	- Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor
CEMP	- Centro de Empreendedorismo
CETS	- Centro de Estudos do Terceiro Setor
CIPEAD	- Coordenação de Integração de Políticas de Educação a Distância da Universidade Federal do Paraná
COP	- Comunidade de Prática
COPS	- Comunidades de Prática
COPV	- Comunidades de Prática Virtual
EASP	- Escola de Administração de Empresas de São Paulo
ES	- Empreendedorismo Social
FEA	- Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
FGV	- Fundação Getúlio Vargas
IES	- Instituições de Ensino Superior
IFES	- Instituições Federais de Ensino Superior
IBCTI	- Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
INEP	- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
NITS	- Núcleo de Estudos do Terceiro Setor
ONG	- Organização Não Governamental
OCSNET	- <i>Open and Collaborative Science in Development Network</i>
PUCPR	- Pontifícia Universidade Católica do Paraná
REUNES	- Reunião Universitária para Empreendedorismo Social
RSS	- <i>RDF Site Summary</i> ou <i>Really Simple Syndication</i>
SECI	- Socialização, Externalização, Combinação e Internalização
SEKN	- <i>Social Enterprise Knowledge Network</i>
TI	- Tecnologia da Informação
FURG	- Universidade Federal do Rio Grande
UFCSPA	- Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre

UFFS - Universidade Federal da Fronteira Sul
UFPEL - Universidade Federal de Pelotas
UFPR - Universidade Federal do Paraná
UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina
UFSM - Universidade Federal de Santa Maria
UNILA - Universidade Federal da Integração Latino-Americana
UNIPAMPA - Fundação Universidade Federal do Pampa
USP - Universidade de São Paulo
UTFPR - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	22
1.1	ABORDAGEM DO PROBLEMA	24
1.2	OBJETIVOS DA PESQUISA	28
1.2.1	Objetivo Geral	28
1.2.2	Objetivos Específicos	28
1.3	JUSTIFICATIVA	29
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	34
2	REFERENCIAL TEÓRICO	35
2.1	TRANSFORMAÇÕES ORGANIZACIONAIS E SOCIAIS	35
2.2	EMPREENDEADORISMO SOCIAL	37
2.2.1	Empreendedorismo Social – âmbito Internacional	44
2.2.2	Empreendedorismo Social – âmbito Nacional	46
2.3	EMPREENDEADORISMO SOCIAL NAS UNIVERSIDADES	50
2.4	EMPREENDEADORISMO SOCIAL NAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS	54
2.5	ESPAÇO DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO	60
2.6	COMUNIDADES DE PRÁTICA	69
2.6.1	Elementos de uma Comunidade de Prática	71
2.6.2	Dimensões de uma Comunidade de Prática	72
2.6.3	Participação em Comunidades de Prática	74
2.6.4	Comunidades de Prática Virtuais (CoPsV)	75
2.6.5	Comunidades de Prática Virtual para o Incentivo ao Empreendedorismo Social	80
2.6.6	Princípios para Implementação e Consolidação de uma Comunidade de Prática	83
3	METODOLOGIA DA PESQUISA	88
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	88
3.2	AMBIENTE E AMOSTRA DA PESQUISA	89
3.3	LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	96
3.4	COLETA E ANÁLISE DE DADOS	99
3.4.1	Elaboração do Instrumento de Coleta de Dados	99
3.4.2	Aplicação do Pré-Teste do Instrumento de Coleta de Dados	101
3.4.3	Avaliação do Instrumento de Coleta de Dados	101

3.4.4	Estratégia de Coleta e Análise de Dados.....	102
3.4.5	Elaboração e Estratégia de Avaliação da Proposta de CoP para o incentivo ao Empreendedorismo Social	108
4	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	114
4.1	PERFIL DOS RESPONDENTES	114
4.2	ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO E AMBIENTE INSTITUCIONAL PARA O INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL	115
4.3	COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO E COMUNIDADE DE PRÁTICA.....	119
4.4	AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COMUNIDADE DE PRÁTICA.....	126
5	PROPOSTA DE COMUNIDADE DE PRÁTICA	131
5.1.	AMBIENTE PARA A COMUNIDADE DE PRÁTICA - MOODLE	131
5.2	ESTRUTURAÇÃO INICIAL DA COMUNIDADE DE PRÁTICA	131
5.3	ESTABELECIMENTO DAS INTERAÇÕES E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO.....	132
5.4	ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP	133
5.5	DIMENSÕES DA COP	135
5.6	IDENTIDADE/PARTICIPAÇÃO	136
5.7	PRINCÍPIOS DE UMA COP.....	137
5.8	PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL ALÉM DA COP.....	139
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	141
	REFERÊNCIAS	146
	APÊNDICE A - CONCEITOS UTILIZADOS PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO PARA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES).....	158
	APÊNDICE B - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL	161
	APÊNDICE C – RELAÇÃO DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO, QUE APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISADOS EM SUAS RESPECTIVAS UNIVERSIDADES.....	167
	APÊNDICE D - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADES FEDERAIS E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO	169
	APÊNDICE E – CARTA DE APRESENTAÇÃO PARA COLETA DE DADOS	173
	APÊNDICE F –TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	174

APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO COORDENADOR/PROFESSOR/ALUNO DE CURSO.....	175
APÊNDICE H – TABELAS DAS ANÁLISES ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS E RESULTADO PERCENTUAL (NÍVEL DE CONCORDÂNCIA) POR PARTES DO QUESTIONÁRIO E POR GRUPO.....	179
APÊNDICE I – CARTA PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COP	197
APÊNDICE J – TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL	198
APÊNDICE K – PROPOSTA DE COPS APRESENTADA PARA A AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES.....	205
APÊNDICE L – QUESTIONAMENTOS NORTEADORES PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COPS PARA INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL.....	213
ANEXO A – OFÍCIO DE SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÕES	215
ANEXO B – OFÍCIO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO	216

1 INTRODUÇÃO

A partir do início de 1990, o conhecimento destaca-se como um importante recurso organizacional e uma vantagem competitiva (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001). Para Davenport e Prusak (1999), as mudanças econômicas, mercadológicas, tecnológicas e sociais impulsionaram a geração do conhecimento, entendida como uma forma de sobrevivência institucional. Nas organizações, a criação e uso do conhecimento ocorre à medida em que se estabelece uma interação com o ambiente, existe a absorção da informação, e sua utilização ocorre de maneira prática (DAVENPORT; PRUSAK, 1999). Segundo Drucker (2003), para que negócios em geral se desenvolvam, os empreendedores devem considerar o conhecimento como a base para explorar novas oportunidades e promover inovação tanto econômica, como social.

Nesse processo, os indivíduos são considerados como parte fundamental, uma vez que o conhecimento organizacional é a soma dos conhecimentos individuais, envolvendo um contexto favorável ao compartilhamento e geração de aprendizado (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Entretanto, para as organizações o desafio consiste em criar condições para o desenvolvimento e utilização do conhecimento individual (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001), assim como devido as constantes mudanças por qual passam, faz-se necessário que revejam suas formas de aprendizados para que o conhecimento produzido atenda às demandas necessárias da instituição (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011a).

Do mesmo modo que as organizações tradicionais, as instituições de ensino, enfrentam desafios crescentes com o conhecimento e precisam integrar-se a um sistema de aprendizado amplo e não restrito à sala de aula (WENGER-TRAYNER, 2015a). As Universidades desempenham um papel social na formação do indivíduo e precisam preocupar-se com as formas de retorno do conhecimento à sociedade, frente aos problemas de natureza social (ZEN, 2010), além disso, é necessário exercer, ainda, um papel importante na formação dos profissionais, que precisam ser preparados com habilidades que visem a cidadania e o bem comum (KIM; LEU, 2011).

A Lei nº 9394/96, acerca das diretrizes e bases da Educação Nacional, destaca dentre os seus objetivos, que a formação do estudante e a produção do conhecimento visa beneficiar a sociedade (BRASIL, 1996; LDB, 2016). A educação deve estar

relacionada ao mercado profissional e à prática social, baseando-se “nos princípios de liberdade e nos **ideais de solidariedade humana**, tendo por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho” (BRASIL, 1996, p. 7, LDB, 2016, p.8, destaque da autora).

Neste contexto, temas como o Empreendedorismo Social, têm feito parte do ensino e pesquisa das instituições de ensino globalmente reconhecidas (KIM; LEU, 2011) e as ações e iniciativas promovidas em proporções locais ou globais refletem em contribuições para a formação de indivíduos, para o crescimento econômico de seus países, bem como provê uma melhoria de vida de uma população desfavorecida (DOBELE, 2016; POPOVICIU; POPOVICIU, 2011). No Brasil, embora haja interesse e receptividade ao empreendedorismo por parte dos brasileiros, os indivíduos entre 18 e 24 anos e os que concluíram o Ensino Superior são a minoria engajada nesse processo (GEM, 2015). Para Limeira (2014, p. 54), um dos fatores que pode alavancar o Empreendedorismo Social é o desenvolvimento de negócios sociais, que para o autor, envolve a "nova geração de empreendedores, mais jovens e qualificados". Para tanto, o tema precisa ser abordado na educação, desde o nível básico ao superior, e ter como suporte tecnologias da informação (GEM, 2015).

As Instituições de Ensino Superior podem ser consideradas um ambiente favorável para o incentivo ao Empreendedorismo Social e de ações que reforcem a preocupação com demandas e problemas sociais. Assim sendo, se faz necessário que a Universidade se aproxime do mercado, da comunidade e dos empreendedores, para então, desenvolver atividades que atendam às necessidades da sociedade e às expectativas dos alunos (ENDEAVOR, 2016). Contudo, para desenvolver o aprendizado e potencial empreendedor dos alunos é necessário o uso de um "conjunto de ferramentas que busquem quebrar paradigmas" e os conduzam a uma nova perspectiva, com ações que trabalhem as atitudes, o conhecimento e aplicação prática (OLIVEIRA, 2006, p. 72). A quebra de paradigmas pode ser associada a novas formas de negócios que privilegiem as questões sociais. Além disso, é necessário que se repensem as formas de engajamento dos estudantes nas ações desenvolvidas nas universidades. A geração jovem tem interesse em metodologias de ensino que se aproximem das ferramentas que eles utilizam para se conectar no seu dia a dia, como por exemplo, as mídias sociais.

Desta forma, o incentivo ao Empreendedorismo Social no meio acadêmico, com base no compartilhamento de conhecimentos em Comunidades de Prática (CoPs), pode ser o embrião que motive os estudantes a participarem de forma mais ativa, das ações de natureza social, bem como demais atividades propostas pelas universidades, além disso, pode ser uma possibilidade do futuro profissional atuar na sociedade. As CoPs assumem como característica a informalidade e são formadas por pessoas que compartilham interesses em comum, buscando apoiar-se mutuamente na resolução de problemas, utilizando para isto, o conhecimento individual e do grupo. As CoPs aplicam-se a diversos contextos, podendo ser virtuais ou presenciais, locais ou globais e não limitadas a um número de pessoas. Os seus membros podem ser internos ou externos aos espaços onde estão inseridas e sua duração pode ser estabelecida por um período de tempo, de acordo com seu ciclo de vida (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

Diante desse desafio, as Comunidades de Prática podem se tornar um mecanismo que incentiva o Empreendedorismo Social, visto que as CoPs permitem que “os acadêmicos em busca de conhecimento se conectem com aqueles que o possuem e desta forma eles são capazes de melhorar sua prática e criar uma vantagem competitiva sustentável para si e para a instituição” (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011a, p. 104, tradução nossa).

1.1 ABORDAGEM DO PROBLEMA

Segundo o Relatório do Desenvolvimento Humano – 2015, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a multinacionalização, a abertura de mercados e a tecnologia influenciaram o mercado de trabalho e as relações estabelecidas entre as empresas e os empregados. As organizações passaram a exigir dos indivíduos aptidões, resiliência e busca por novas ideias e oportunidades (PNUD, 2015). Desse modo, a “geração do milênio”, indivíduos nascidos após 1980, expandiu suas percepções em relação à colocação profissional e passou a ter como pretensão um emprego que tenha como foco atender a demandas sociais, ambientais e não apenas a geração de lucro (PNUD, 2015, p. 9). Essa geração, que soma quase metade da população mundial, cresceu “em uma era de democracia generalizada,

com expectativas de liberdade e igualdade” e preocupada com questões econômicas, sociais e ambientais (GERGER; REGO, 2014, p. 2, tradução nossa).

Nesse contexto de mudanças nas características profissionais e foco em questões sociais, surge o Empreendedorismo Social (ES), com o objetivo de gerar iniciativas que beneficiem a sociedade em questões de natureza social, podendo ou não gerar retorno financeiro (YUNUS, 2008). Esse modelo pode ser considerado uma categoria do empreendedorismo, uma vez que sua diferenciação do modelo tradicional, encontra-se no propósito ao qual o negócio se destina (DEES, 2001). O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) define empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM 2015, p. 7). Limeira (2014) define que o empreendedorismo é uma alternativa para geração de empregos, recuperação e alavancagem da economia, considerando ainda, problemas ambientais e sociais.

O tema empreendedorismo tem sido abordado em Universidades em nível mundial. As ações e iniciativas promovidas por essas instituições, com o foco no tema, registram contribuições para a formação dos acadêmicos e para o crescimento econômico de seus países (ENDEAVOR, 2016). O Relatório mundial sobre Empreendedorismo Social da *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2009, p. 5), destaca que a porcentagem de alunos mundialmente graduados, envolvidos em ações sociais é de 2,07%. No Brasil, o envolvimento dos alunos que concluíram o Ensino Superior, em ações empreendedoras é de 7% na fase de estruturação de um negócio e de 5% com empreendimentos estabelecidos (GEM, 2015). A formação empreendedora ganha destaque no meio acadêmico nacional, porém a abrangência do Empreendedorismo Social ainda é incipiente (ENDEAVOR, 2016; SANTOS; GALLELI, 2013).

Nesse contexto, a pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, analisou como tem sido abordado o tema “Empreendedorismo” e apontou lacunas a serem trabalhadas para ampliação deste tema, nas Universidades Brasileiras, conforme apresentado no Quadro 1 (ENDEAVOR, 2016).

QUADRO 1 - LACUNAS A SEREM TRABALHADAS PARA AMPLIAÇÃO DO TEMA EMPREENDEDORISMO

Abrangência	Lacunas a serem trabalhadas
Institucional	<ul style="list-style-type: none"> - há disciplinas que motivam o aluno a empreender, mas não dão sequência no processo; - ausência de programas de empreendedorismo institucionalizados; - dependência do professor ou dos alunos para atividades de empreendedorismo; - ações de empreendedorismo isoladas e restrita a cursos específicos; - as universidades não possuem ou têm ainda apenas um núcleo responsável por ações de Empreendedorismo.
Docente	<ul style="list-style-type: none"> - falta de experiência com o tema empreendedorismo;
Discente	<ul style="list-style-type: none"> - apenas 6% dos estudantes universitários brasileiros são empreendedores; - 21% dos alunos vislumbram empreender no futuro; - oferecer um produto ou serviço novo, não faz parte do escopo desses empreendedores; - os alunos não encontram referências ou suporte nos professores para o tema Empreendedorismo;

Fonte: Adaptado de Endeavor (2016).

Oliveira (2004a) complementa os fatores apresentados, no âmbito institucional, destacando a necessidade, de:

- a) integrar o tema na formação profissional;
- b) gerar ambientes para o suporte e fomento ao tema;
- c) desenvolver ações que envolvam a comunidade externa à universidade.

Pode-se perceber que, conforme as informações apresentadas no Quadro 1, existem lacunas que sugerem que a Universidade precisa incentivar o Empreendedorismo Social, para a atuação e participação dos indivíduos junto à sociedade e às demandas advindas da comunidade externa, por meio do engajamento, motivação e suporte aos alunos, ações que abranjam todos os cursos da universidade, treinamento dos professores, espaços para criação e desenvolvimento e suporte aos projetos dos alunos (ENDEAVOR, 2016).

As Instituições de Ensino Superior exercem um papel preponderante na formação profissional e podem ser consideradas um espaço de incentivo ao Empreendedorismo Social e de ações que visem a busca de resolução de problemas sociais. Entretanto, é necessário que as universidades atentem para as expectativas dos alunos e ponderem as demandas e necessidades do mercado e da sociedade, para então, desenvolver suas ações (ENDEAVOR, 2016). A promoção ao tema nas universidades repercute na formação pessoal dos indivíduos, desenvolvendo a conscientização e sensibilidade diante de questões de natureza social, bem como

afetam habilidades profissionais, auxiliando os indivíduos na resolução de problemas, na busca de recursos e oportunidades criativas, além de refletir no desenvolvimento e progresso da sociedade (DOBELE, 2016; DRAYTON, 2013). Para Dobele (2016, p. 234, tradução nossa), "a educação para o empreendedorismo social promove a resolução de problemas sociais na sociedade, aumenta o bem-estar social e contribui para o desenvolvimento de uma economia nacional sustentável".

Segundo Oliveira (2006), a Universidade pode intermediar e conectar os mecanismos de fomento ao Empreendedorismo, uma vez que "não existe uma linha norteadora de ações, tanto na esfera das políticas públicas como na linha da educação, que pretenda auxiliar na formação de empreendedores" (OLIVEIRA, 2006, p. 16). Para a autora, a articulação dos mecanismos, como: financeiro; assessoria de negócios; educacional e desenvolvimento do potencial empreendedor; suporte a pesquisa, tecnologia e inovação; e suporte legal; pode alavancar o empreendedorismo e a Universidade é um agente central nesse processo, além de desempenhar o papel de educar, profissionalizar e pode promover o pensamento empreendedor entre os alunos (OLIVEIRA, 2006). De acordo com Yunus (2008, p. 191), os jovens são um potencial para geração de empresas sociais, porém para que isso ocorra é necessário "viabilizar uma estrutura social e econômica que a torne possível, para ensinar os conhecimentos necessários e incentivar a participação". Uma maneira prática de promover ações que auxiliem na redução dos problemas sociais e torne o "mundo um lugar melhor" (YUNUS, 2008, p. 231) seria a criação de um "grupo de ação social", que definiria um problema local a ser resolvido e proporia um plano de atividades a ser trabalhado anualmente. Yunus (2008) sugere ainda, a criação de uma plataforma virtual, para que os projetos possam ser registrados, acompanhados e gerando interação com outros grupos, além de disseminar o conhecimento produzido.

No contexto universitário brasileiro, embora existam ações isoladas, o que se percebe é a inexistência de ambientes presenciais ou virtuais que se preocupem em resolver problemas na temática Empreendedorismo Social. Diante desse cenário, as Comunidades de Prática podem se tornar um recurso que incentiva o Empreendedorismo Social, visto que a CoP se propõe a estabelecer relações, criar, expandir e promover a troca de conhecimento, assim como desenvolver capacidades individuais (WENGER-TRAYNER, 2015b).

As CoPs combinam três elementos, representados pelo domínio, comunidade e prática. Além disso, apresentam como benefícios aos membros participantes: ajuda

na resolução de problemas e desafios; acesso a conhecimentos especializados; aprimoramento profissional; desenvolvimento pessoal; e acesso a rede de contatos (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Nesse contexto, pretende-se com a pesquisa responder a seguinte questão: Como as Comunidades de Prática podem incentivar o Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Os objetivos se dividem em objetivo geral e cinco objetivos específicos.

1.2.1 Objetivo Geral

Propor uma Comunidade de Prática para incentivar o Empreendedorismo Social nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) identificar como ocorrem as ações de Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;
- b) identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;
- c) identificar nas Universidades, a existência ou não, dos elementos necessários à implementação e consolidação de uma CoP;
- d) identificar os elementos necessários à criação de uma CoP nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;
- e) avaliar a proposta de CoP, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, junto à amostra selecionada, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

1.3 JUSTIFICATIVA

Em relação ao tema, realizaram-se pesquisas em quatro bases de dados, sendo uma nacional e três internacionais, selecionadas por abranger coleções de publicações periódicas, com concentração nas áreas de conhecimento Administração e Ciências da Informação, no período de 1996 a 2016. Os resultados das buscas realizadas são apresentados no Quadro 2.

QUADRO 2 – RESULTADO DA PESQUISA NAS BASES DE DADOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE

(continua)

Termo pesquisado	Bases de Dados				
	EBSCO (ISTA e LISTA)	PRO QUEST (LISA)	WEB OF SCIENCE	SCIELO	TOTAL
("Negócio* Socia*") OR ("Empreendedorismo Social")	0	2	0	29	31
("Social Business") OR ("Social Entrepreneurship")	44	120	1.001	52	1.217
Total de artigos encontrados com o foco em Empreendedorismo Social e Negócio Social (sem filtro)	44	122	1.001	81	1.248
("Comunidade* de prática")	5	0	0	59	64
("Comunidade* de prática virtual")	0	0	0	0	0
("Comunidade* de prática") AND ("Negócio* Socia*" OR "Empreendedorismo Social")	0	0	0	0	0
("Comunidade* de prática virtual") AND ("Negócio* Socia*" OR "Empreendedorismo Social")	0	0	0	0	0
("Comunidade* de prática") AND (Compartilhamento de conhecimento OR Compartilhamento de informação OR Transferência de Conhecimento)	1	0	0	2	3
("Comunidade* de prática virtual") AND (Compartilhamento de conhecimento OR Compartilhamento de informação OR Transferência de Conhecimento)	0	0	0	0	0
("Communit* of practice")	754	2.100	4.021	108	6.983
("Virtual communit* of practice")	41	111	144	4	300
("Communit* of practice") AND ("Social Business" OR "Social Entrepreneurship")	0	11	4	0	15
("Virtual Communit* of practice") AND ("Social Business" OR "Social Entrepreneurship")	0	1	0	0	1
("Communit* of practice") AND ("Sharing Knowledge" OR "Sharing Information" OR "Knowledge Transfer")	66	746	145	2	959
("Virtual communit* of practice") AND ("Sharing Knowledge" OR "Sharing Information" OR "Knowledge Transfer")	8	73	11	0	92

QUADRO 2 – RESULTADO DA PESQUISA NAS BASES DE DADOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE

(conclusão)

Termo pesquisado	Bases de Dados				
	EBSCO (ISTA e LISTA)	PROQUEST (LISA)	WEB OF SCIENCE	SCIELO	TOTAL
Total de artigos encontrados com o foco em Comunidades de Prática (sem filtro)	875	3.042	4.325	175	8.417
EBSCO – ISTA (<i>Information Science & Technology Abstract</i>); EBSCO – LISTA (<i>Library, Information Science & Technology Abstract</i>); PROQUEST – LISA (<i>Library and Information Science Abstracts</i>);					

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O Quadro 2 indica que o termo Comunidade de Prática está amplamente difundido, sendo abordado em 8.417 artigos. Os conceitos de Empreendedorismo Social e Negócios Sociais, aparecem em menor proporção, em 1.248 artigos. Entretanto, observa-se que em relação aos artigos identificados, a referência a Comunidades de Prática nos Negócios Sociais é escassa, sendo identificada em apenas dezesseis artigos internacionais.

Considerou-se uma segunda análise, baseada nas publicações de quatro eventos, nas áreas de Administração e Ciências da Informação: ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisas em Ciência da Informação; EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração; ENADI – Encontro de Administração da Informação; e KM Brasil - *Knowledge Management* Brasil. As pesquisas realizadas consideraram os resultados a partir da primeira edição dos eventos, sendo seus resultados apresentados no Quadro 3.

QUADRO 3 – RESULTADO DA PESQUISA EM EVENTOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE

(continua)

Termo pesquisado	Eventos			
	ENANCIB (1994-2014)	EnANPAD (1997-2016)	ENADI (2007-2015)	KM Brasil (2002-2016)
"Comunidade de prática" OR "Comunidades de prática"	2	18	0	8
"Comunidade de prática virtual" OR "Comunidades de prática virtual"	0	1	0	3
"Community of practice" OR "Communities of practice"	0	0	0	0
"Virtual community of practice" OR "Virtual communities of practice"	0	0	0	0

QUADRO 3 – RESULTADO DA PESQUISA EM EVENTOS CONFORME PALAVRAS-CHAVE
(conclusão)

Termo pesquisado	Eventos			
	ENANCIB (1994-2014)	EnANPAD (1997-2016)	ENADI (2007-2015)	KM Brasil (2002-2016)
"Negócio Social" OR "Negócios Sociais" OR "Empreendedorismo Social" OR "Social Business" OR "Social Entrepreneurship"	0	23	0	0
Total de artigos encontrados (sem filtro)	2	42	0	11

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Nos quatro eventos pesquisados, observa-se um total geral de 55 trabalhos, sendo que destes, 23 são apontados com o tema Empreendedorismo Social ou Negócio Social e sua maior incidência ocorre no evento EnANPAD.

A terceira análise realizada quanto à importância do tema CoP teve por base teses e dissertações apresentadas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – BDTD/IBICTI, buscando identificar estudos, sem limitação temporal, já realizados sobre Comunidades de Prática (Quadro 4).

QUADRO 4 – RESULTADO DA PESQUISA NA BDTD-IBICT PARA COMUNIDADES DE PRÁTICA

Termo pesquisado	BDTD - IBICT
"Comunidade de prática"	210
"Comunidade de prática virtual"	6
"Community of practice"	196
"Virtual community of practice"	17
"Compartilhamento de conhecimento"	119
"Compartilhamento de informação"	49
"Transferência de conhecimento"	161
"Sharing Knowledge"	311
"Sharing Information"	251
"Knowledge Transfer"	128
Total de teses e dissertações utilizadas para análise	1148

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A terceira análise, observou ainda na mesma Base de Dados, estudos sobre o tema Negócios Sociais (Quadro 5).

QUADRO 5 - RESULTADO DA PESQUISA NA BDTD - IBICT PARA NEGÓCIOS SOCIAIS

Termo pesquisado	BDTD - IBICT
"Negócio Social"	13
"Negócios Sociais"	15
"Empreendedorismo Social"	58
" <i>Social Business</i> "	39
" <i>Social Entrepreneurship</i> "	39
Total de pesquisas encontradas (sem filtro)	164
1º filtro (exclusão de duplicidades de pesquisas - menos 76)	88
2º filtro (leitura do título e palavras chave - menos 34 - Não condizentes com os termos pesquisados)	54
Total de teses e dissertações utilizadas para análise	54

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O levantamento elaborado com base na BDTD/IBICTI não delimitou um período específico das publicações, uma vez que objetivou-se recuperar o maior número de pesquisas que abrangessem os termos pesquisados. Observou-se que 1.448 teses e dissertações abordam o tema “Comunidades de Prática”, porém, o termo “Negócio Social” ou “Empreendedorismo Social” foi registrado em 54 pesquisas, sendo que nenhum trabalho foi desenvolvido estabelecendo a relação entre Comunidades de Prática e Empreendedorismo Social ou Negócios Sociais. Em decorrência do resultado, compreende-se que há pertinência na proposta de aprofundar as pesquisas envolvendo os temas Comunidades de Prática e Empreendedorismo Social.

Cabe ressaltar a importância da pesquisa para o Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação - PPGGI, linha de pesquisa Informação, Conhecimento e Estratégia, que associa em suas pesquisas os processos da Gestão da Informação e do Conhecimento, direcionado aos indivíduos, organizações, processos, produtos e serviços como forma de diferencial competitivo. Neste sentido, o estudo alinhando o tema Empreendedorismo Social, por meio de uma das práticas de Gestão do Conhecimento - as Comunidades de Prática, apresenta uma perspectiva para aprofundamento do tema nas Universidades.

No Programa foram realizados, até o ano de 2016, três estudos sobre Comunidades de Prática, intitulados “Comunidades de Prática e suas Contribuições no Processo de Troca e Criação de Conhecimento no âmbito das Micro e Pequenas Empresas: o papel das ferramentas colaborativas da web” (SARRUFI, 2011); “Contribuições do Movimento Nós Podemos Paraná para a Criação e Compartilhamento do Conhecimento nos Núcleos Locais de Trabalho” (DRAGO,

2011) e “Aproximações dos Conceitos de Comunidades de Prática e Intervisão em Terapia Comunitária: contribuições para o compartilhamento e a produção de conhecimento em saúde mental no Paraná” (HOLZMANN, 2013). Constata-se que na área pretendida, não houve estudos realizados no Programa, sendo assim uma oportunidade de aprimoramento do tema.

Com base nas quatro análises realizadas, considera-se relevante a abordagem do problema de pesquisa, visto que há um número reduzido de estudos que abordam a convergência do tema Comunidades de Prática e Empreendedorismo Social. Além disso, reforça-se a importância da análise em bases internacionais para a ampliação e abrangência do estudo.

Quanto à justificativa social e econômica, embora o Empreendedorismo Social seja um fenômeno recente (FUNDAÇ O AVINA; POTENCIA VETURES, 2012), o tema apresenta importante contribuição na formação profissional e cidadã dos indivíduos, sendo este um assunto observado em universidades mundialmente reconhecidas e que desenvolvem a temática. Da mesma forma, o tema contribui para o crescimento econômico, visto que este fator é observado em países que se destacam no desenvolvimento de estudos em instituições de ensino superior (DOBELE, 2016).

Por fim, a justificativa pessoal deste projeto tem como origem a experiência profissional da pesquisadora, como analista de projetos comunitários e mentora no curso de Extensão em Empreendedorismo Social, promovido pelo Núcleo de Projetos Comunitários da PUCPR, entre o período de abril de 2014 a outubro de 2016. O curso de extensão proporcionou à pesquisadora o acompanhamento de projetos sociais desenvolvidos em comunidades vulneráveis social e economicamente, assim como o exercício da atividade de mentoria de projetos de empreendedorismo social, elaborados por estudantes universitários. A mentoria dos projetos era realizada desde o planejamento até a execução e acompanhada de vivências práticas, incluindo a moradia nas comunidades. Neste processo, observou-se nos acadêmicos, o engajamento e pretensão em utilizar sua formação técnica para o desenvolvimento de projetos e negócios que solucionassem problemas sociais, bem como identificou-se nos membros da comunidade, autonomia frente a demanda de cada comunidade, protagonismo jovem, fortalecimento de ações e atividades locais e o estabelecimento de diálogos com e entre as lideranças locais (PUCPR, 2016).

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O projeto de pesquisa divide-se em cinco seções. A primeira, aborda a introdução que apresenta o tema de pesquisa, a abordagem do problema, o objetivo geral e objetivos específicos, assim como a justificativa que respalda o trabalho.

A segunda seção, indica o referencial teórico no qual são apresentados o pensamento dos principais autores sobre Empreendedorismo Social, Empreendedorismo Social nas Universidades (internacionais e nacionais), o espaço para compartilhamento de conhecimento, as Comunidades de Prática presenciais e Virtuais para o incentivo ao Empreendedorismo Social.

A terceira seção, apresenta a metodologia utilizada para a pesquisa, a caracterização, o ambiente de pesquisa, a população e amostra, a coleta e a análise de dados, assim como a elaboração do instrumento de pesquisa e a estratégia de análise dos resultados. Além disso, traz os passos metodológicos para elaboração e avaliação da proposta de Comunidades de Prática para o incentivo ao Empreendedorismo Social, a partir dos levantamento bibliográfico e pesquisa empírica.

A quarta seção apresenta os resultados obtidos, subdivididos em: (i) perfil dos respondentes; (ii) ensino, pesquisa e extensão e ambiente institucional para o incentivo ao Empreendedorismo Social; (iii) compartilhamento de conhecimento e Comunidade de Prática; e (iv) expõe o resultado da avaliação da proposta de CoPs.

A quinta seção, expõe a elaboração da proposta de Comunidade de Prática, subdividida em: (i) ambiente para a CoP – Moodle; (ii) estruturação inicial da CoP; (iii) estabelecimento as interações e compartilhamento de conhecimento; (iv) elementos estruturantes da CoP; (v) dimensões da CoP; (vi) identidade e participação; (vii) princípios de uma CoP; e (viii) promover o Empreendedorismo Social além da CoP.

A sexta seção apresenta as considerações finais, as limitações da pesquisa e a indicação de trabalhos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

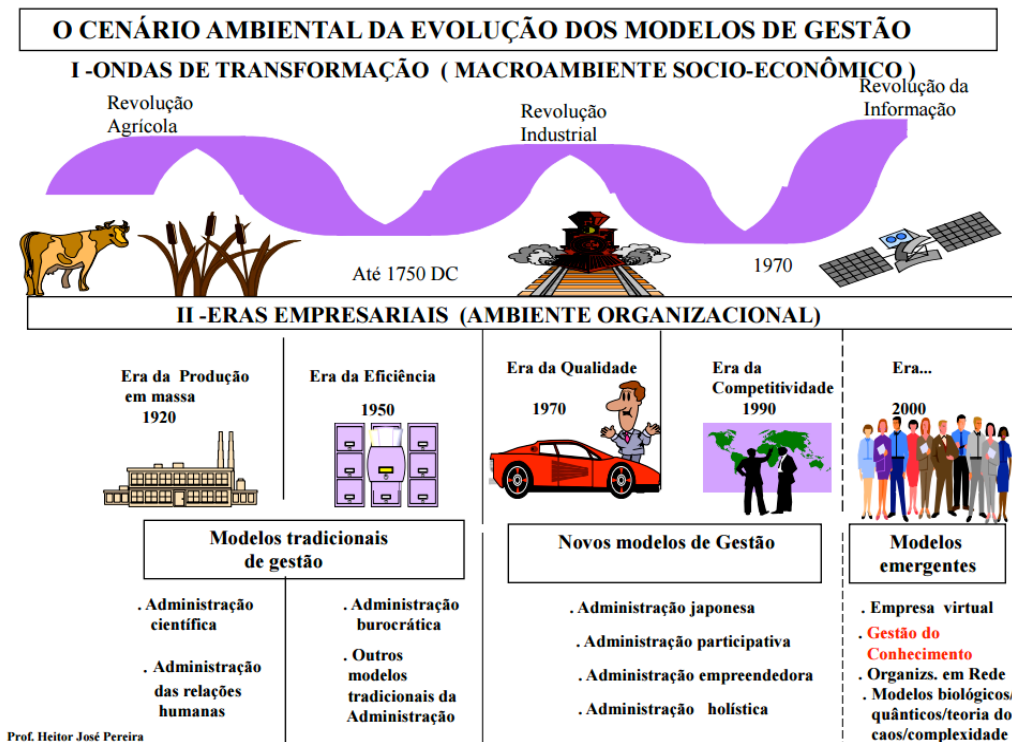
O problema de pesquisa será embasado nas teorias já existentes e em temas que irão compor o projeto, sendo: Transformações organizacionais e sociais; Empreendedorismo Social; Empreendedorismo Social nas Universidades, Empreendedorismo Social nas Universidades Brasileiras, Espaço para o compartilhamento de conhecimento, Comunidades de Prática; e Comunidades de Prática para o incentivo ao Empreendedorismo Social.

2.1 TRANSFORMAÇÕES ORGANIZACIONAIS E SOCIAIS

Segundo Toffler (1980), a sociedade percorreu três estágios de evolução, denominados como “Ondas de Transformação”, sendo o primeiro, da Invenção da Agricultura, o segundo, com a Revolução Industrial e o terceiro, a Idade da Informação.

No cenário de análise da evolução dos modelos de gestão, apresentado na Figura 1, Pereira (1995) contrasta o conceito "Ondas de Transformação", de Toffler (1980), perpassando pelas Revoluções Agrícola, Industrial e a da Informação e o conceito de "Eras Empresariais" de Maranaldo (1989), com as Eras da Produção, Eficiência, Qualidade e Competitividade.

FIGURA 1 - MODELO DE ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE GESTÃO



O século XXI, sucedeu a Era Industrial e deu início à Era da Informação, em que os fenômenos surgiam em um ritmo acelerado e avançavam sem seguir uma ordem ou sucessão dos fatos (LEONARDI; BASTOS, 2014). De acordo com Pereira (1995), as organizações passaram por Eras Empresarias e períodos de evolução, apresentando características como, a produção padronizada em grande quantidade, a gestão dos processos internos e a qualidade nos processos e serviços, atendendo as necessidades dos clientes internos e externo. Para o autor, organizações e os modelos de gestão utilizados, foram determinados pelas mudanças na sociedade.

Na medida em que as organizações fazem parte de um sistema político, social e econômico, as mudanças ambientais afetam todos os tipos de organização públicas e privadas; pequenas ou grandes; com objetivos lucrativos ou não. Assim, todas estas organizações têm sido afetadas nas últimas décadas por um conjunto de transformações que representam um novo paradigma: a emergência de uma nova Sociedade que vai "suceder" ao modo de vida determinado até então pela Revolução Industrial. (PEREIRA, 1995, p. 38).

As transformações sociais impulsionaram o avanço das organizações e os novos modelos de gestão evidenciaram os esforços das organizações em implantar práticas que gerenciassem o conhecimento (SANTOS *et al.* 2001). Entretanto,

paralelo a esse evento, a crescente industrialização gerou um aumento dos problemas de natureza social (ASHOKA; MCKINSEY, 2001). Com o intuito de absorver demandas sociais que o Estado não supria, surgiram nos anos 70, as Organizações Não Governamentais - ONG's (ASHOKA; MCKINSEY, 2001). Segundo Comini (2011), a partir de 1990, além das ações desenvolvidas pelas ONGs, frente às demandas sociais, identifica-se uma atuação das organizações privadas, por meio da filantropia e no mesmo período, com a diminuição dos recursos nacionais e internacionais, destinados às ONG's, estas passam a introduzir ações para a diversificação de receita (ASHOKA; MCKINSEY, 2001).

De acordo com Dees (2001), a ineficiência das ações governamentais e das instituições com o foco na área social, fazem emergir novos modelos de organizações que atendam as demandas da sociedade. Neste contexto, no século 21, percebe-se o surgimento dos negócios sociais, ou ainda denominados como, empresas sociais e negócios inclusivos (COMINI, 2011), tornando-se uma opção e uma “alternativa criativa de desenvolvimento, geração de emprego e renda e incentivo ao empreendedorismo” (ASHOKA; MCKINSEY, 2006, p.13).

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Segundo Melo Neto e Froes (2002, p. 5), empreendedorismo, uma tradução para “*entrepreneurship*”, é utilizado para referir-se ao perfil, características e atividades do indivíduo que empreende. Os estudos de empreendedorismo são direcionados por alguns especialistas para: processos organizacionais; formação e desenvolvimento do empreendedor; e ações do governo como forma de desenvolvimento econômico. De maneira conceitual, o empreendedorismo é considerado um processo que envolve os indivíduos que “identificam ideias e oportunidades econômicas e atuam desenvolvendo-as e transformando-as, em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços” (MELO NETO; FROES, 2002, p. 9).

Conforme Dees (2001), o termo empreendedor surge nos séculos 17 e 18, na França, apontado por Jean Baptiste Say, para referir-se aos indivíduos que encontram alternativas de fazer algo novo ou promover melhorias contribuindo assim, para o desenvolvimento econômico. No século seguinte o termo foi abordado por Joseph

Schumpeter, definindo o empreendedor como um “agente de mudança” cuja função é “reformular ou revolucionar o padrão de produção” (DEES, 2001, p.1). Entretanto, Mendes (2006) pontua o surgimento do empreendedor, a partir da Idade Média (Quadro 6).

QUADRO 6 - DESENVOLVIMENTO DA TEORIA DO EMPREENDEDORISMO E DO TERMO EMPREENDEDOR A PARTIR DA IDADE MÉDIA

PERÍODO	AUTOR	CONCEITO
Idade Média	Desconhecido	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII	Desconhecido	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
1725	Richard Cantillon	Pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say	Lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876	Francis Walker	Distinguir entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter	O empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961	David McClelland	O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964	Peter Drucker	O empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos e aceita os riscos do fracasso.
1980	Karl Vesper	O empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot	O intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich	O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.
2001	José Carlos Assis Dornelas	O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.

Fonte: Mendes (2006) adaptado de Hisrich (2004, p. 27).

Observa-se, no Quadro 6, diferentes enfoques dados ao empreendedor e inclusive uma complementariedade nos conceitos. De acordo com Martin e Osberg (2007, tradução nossa, não paginado), "o empreendedorismo descreve a combinação de um contexto em que se situa uma oportunidade, um conjunto de características

peçoais necessárias para identificar e buscar essa oportunidade e a criação de um resultado particular".

De acordo com Yunus (2010), o empreendedor é caracterizado como:

alguém que assume riscos, uma pessoa movida pelo desejo ardente de colocar em ação sua ideia de um negócio. Está pronto para enfrentar dificuldades, fazer experiências ousadas, trabalhar longas horas e passar por reveses e decepções sem se desencorajar. Não se satisfaz até que seu projeto seja implementado com sucesso e esteja produzindo os resultados desejados - sejam essas recompensas financeiras (no caso de um negócio voltado para a maximização do lucro) ou a melhora de uma situação social (no caso de um negócio social) (YUNUS, 2010, p. 43).

Melo Neto e Froes (2002) diferenciam o empreendedorismo entre dois modelos: o empreendedorismo privado e o empreendedorismo social (Quadro 7):

QUADRO 7 - EMPREENDEDORISMO PRIVADO X EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Empreendedorismo privado	Empreendedorismo social
1. é individual	1. é coletivo
2. produz bens e serviços para o mercado	2. produz bens e serviços para a comunidade
3. tem o foco no mercado	3. tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais
4. sua medida de desempenho é o lucro	4. sua medida de desempenho é o impacto social
5. visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	5. visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p. 11).

Uma distinção é observada entre os dois modelos. O empreendedorismo privado é individual, seus produtos e serviços têm como foco o mercado, visando o lucro e atendendo as necessidades dos clientes. Em contrapartida, o empreendedorismo social envolve a coletividade e os membros internos e externos que se relacionam com a organização. Os produtos e serviços visam sanar problemas sociais, beneficiar a sociedade e resgatá-las de situações de vulnerabilidade. Outra diferenciação apontada entre os modelos diz respeito à produção intelectual dos empreendedores, em que nos negócios tradicionais e as ideias transformam-se em produtos ou patentes, enquanto que os empreendedores sociais têm como objetivo a replicação e a escalabilidade de suas ideias e projetos (MELO NETO; FROES, 2002).

Segundo Martin e Osberg (2007), a distinção entre o empreendedor comercial e o empreendedor social, encontra-se na motivação a partir da identificação de uma

oportunidade. O primeiro tem seu estímulo na obtenção de lucro e o segundo move-se por um traço altruísta (MARTIN; OSBERG, 2007).

Para Bornstein (2006), os empreendedores comerciais foram estudados minuciosamente no Século XX, enquanto empreendedores sociais não receberam a mesma importância. Para a área de negócios, os empreendedores são considerados como atores que promovem uma transformação, diferentemente dos empreendedores sociais, cujo o foco concentra-se na mudança que a ideia promove no indivíduo. Para o autor, os empreendedores sociais sempre estiveram presentes na sociedade, entretanto nas últimas três décadas percebe-se uma maior manifestação e desenvolvimento global, das "organizações cidadãs" (BORNSTEIN, 2006, p. 18). O termo "organizações cidadãs", foi adotado para identificar as organizações sem fins lucrativos ou não governamentais e que compõem o denominado Terceiro Setor, ou o "Setor Cidadão" (BORNSTEIN, 2006, p. 20).

Apesar da existência e atuação dos empreendedores sociais não ser recente, o termo é (DEES, 2001). Para Comini (2011), as produções acadêmicas são incipientes e não se identifica uma definição conceitual única. Contudo, os termos com maior incidência em publicações científicas são "empreendedorismo social" e "empresa social" (COMINI; TISCOSKI; ROSOLEN, 2015, p. 162).

O conceito de empreendedorismo social está relacionado com a transformação e benefícios sociais que uma organização gera por meio das atividades que realiza (COMINI; TISCOSKI; ROSOLEN, 2015) e pode ser considerado uma categoria do empreendedorismo, uma vez que sua diferenciação do modelo tradicional, encontra-se no propósito ao qual o negócio se destina (DEES, 2001). Para Yunus (2010) o Empreendedorismo Social:

descreve uma iniciativa que tem consequências sociais e que foi criada por um empresário com visão social. Tal iniciativa pode ser de natureza não econômica, ou uma instituição de caridade, ou uma iniciativa empresarial com ou sem lucro pessoal. Alguns empreendedores sociais abrigam seus projetos em organizações não governamentais tradicionais (ONGs), enquanto outros estão envolvidos em atividades voltadas para o lucro (YUNUS, 2010, p. 22).

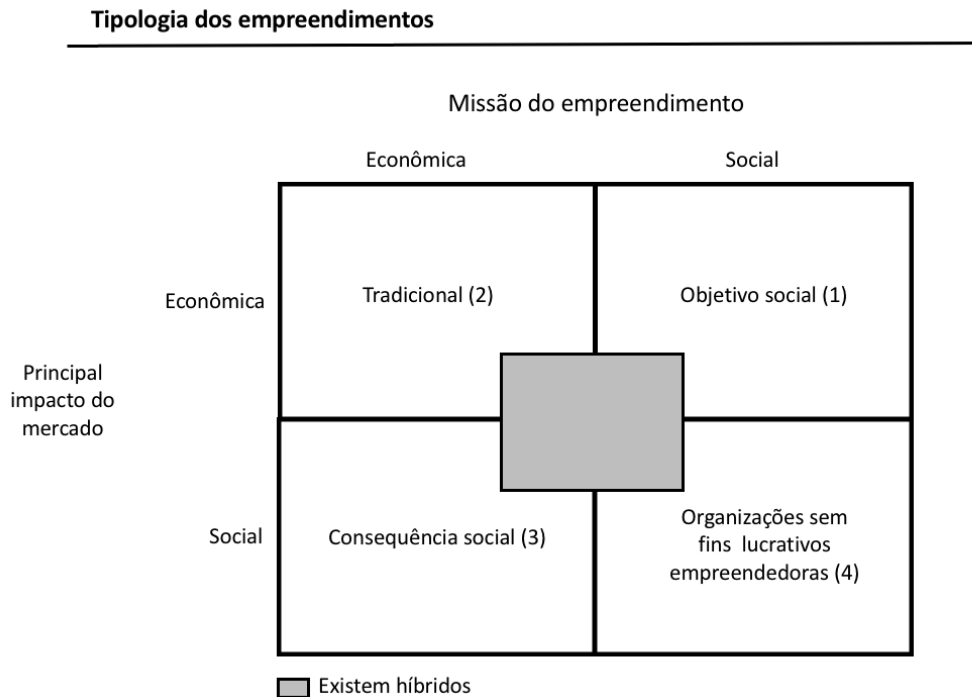
O foco dos empreendedores sociais está associado a uma missão social (DEES, 2001; DRAYTON, 2013) e sendo seu objetivo o impacto e não a obtenção de retorno financeiro (DEES, 2001). No setor social, esses indivíduos assumem o papel de agentes de transformação por: (i) "adotar uma missão para criar e manter valor social"; (ii) buscar oportunidades baseadas na sua missão; (iii) buscar continuamente

"inovação, adaptação e aprendizagem"; (iv) não limitar-se a disponibilidade de recursos; (v) atentar às prestações de contas e à transparência (DEES, 2001, p. 4).

A atuação de empreendedores sociais pode ocorrer por meio empresas, negócios sociais ou por meio de organizações não governamentais, entretanto cabe destacar a diferenciação entre os Negócios Sociais (categoria do empreendedorismo social) e as organizações do Terceiro Setor (YUNUS, 2008). O Terceiro Setor, constituído por organizações privadas sem fins lucrativos, exerce importante papel na sociedade frente as demandas de natureza social, entretanto sua sustentabilidade financeira está vinculada a doações e a dependência de recursos governamentais, bem como suas atividades não têm por finalidade o lucro. No caso dos Negócios Sociais, estes permitem que a resolução de problemas que afetam a sociedade não dependa unicamente do poder público, mas que possa ser atendido e ter a participação dos próprios indivíduos e seus produtos ou serviços podem gerar retornos financeiros que são reinvestidos no empreendimento ou redistribuídos aos investidores ou os empreendedores (YUNUS, 2008, 2010).

De acordo com Neck *et al.* (2009) e Dornelas, Spinelli e Adams (2014, p. 160), não existe um modelo único de Empreendedorismo Social, sendo que podem ser englobados neste conceito "empreendimentos lucrativos e sem fins lucrativos" (Figura 2), do mesmo modo que sua atuação pode unir as vertentes de gerar impacto social e gerar lucro econômico.

FIGURA 2: TIPOLOGIA DE EMPREENDIMENTOS



Fonte: Traduzido de Neck *et al.* (2009).

As definições apresentadas tem como semelhança a finalidade e benefício social, assim como seu método e ações são com foco empreendedor (NECK *et al.*, 2009; DORNELAS; SPINELLI; ADAMS, 2014), sendo que: (i) os empreendimentos com objetivos sociais buscam a **resolução do problema social**, embora seu impacto seja considerado econômico e vise o lucro; (ii) organizações tradicionais possuem uma missão e um objetivo, **cumprem um papel social**, entretanto seu foco está no retorno econômico e lucro (iii) organizações com consequência social, têm um foco no retorno econômico, semelhantemente as organizações tradicionais, todavia certas práticas e ações **apresentam resultados e retornos sociais**; (iv) as organizações sem fins lucrativos, embora tenham em suas atividades a aplicação de princípios empreendedores, focam sua **atenção a demandas sociais** e buscam uma sustentabilidade econômica; por fim (v) organizações híbridas possuem características de mais de um empreendimento, sendo instituições que abarcam **objetivos econômicos e sociais**, igualmente. Segundo Neck *et al.* (2009), três dos quatro empreendimentos têm o foco social (1, 3 e 4) e o que os determina no campo do empreendedorismo social é a missão a que se propõem, desta forma os autores consideram que os “empreendimentos de finalidade social e sem fins lucrativos são o

domínio particular do empreendedorismo social (NECK et al, 2009, p. 16), visto que cumprem um objetivo social, independente de obter-se retorno financeiro ou não.

Corroborando o exposto por Neck *et al.* (2009) e Dornelas, Spinelli e Adams (2014), o presente projeto utilizará como base a conceituação e diferenciação para o Empreendedorismo Social, exposta por Yunus (2008), que apresenta a relação entre os termos Empreendedorismo Social e Empresa/Negócio Social, com à resolução de problemas sociais, em organizações tradicionais e sem fins lucrativos, entretanto, aborda uma diferenciação entre os conceitos, onde o Empreendedorismo Social pode ser considerado "qualquer iniciativa inovadora de ajudar as pessoas" (YUNUS, 2008, p. 45) e que pretende ou não gerar retorno financeiro (YUNUS, 2010, p. 30), enquanto que a empresa/negócio social é uma nova forma de negócio e uma categoria do Empreendedorismo Social.

As empresas sociais, ou negócios sociais são consideradas semelhantes às organizações tradicionais em se tratando de características e estrutura (HOWORTH; SMITH; PARKINSON, 2012; YUNUS, 2008). Contudo, a empresa tradicional visa "a maximização dos lucros", e a empresa social visa gerar impacto e beneficiar a sociedade, frente às questões sociais (YUNUS, 2008, p. 35). Os empreendedores sociais utilizam-se de mecanismos de negócios, como análise de mercado, identificação de oportunidades, para o suporte e desenvolvimento econômico de seu negócio (HOWORTH; SMITH; PARKINSON, 2012). Yunus (2008, p. 35) define o negócio social, "tal como as outras empresas, ela emprega funcionários, cria bens ou serviços e fornece-os aos clientes a um preço compatível com seu propósito". Para tanto, em suas atividades, são inclusos serviços e produtos que garantem sua sustentabilidade e obtenção do retorno dos custos e investimento financeiro. Todavia, seus produtos e serviços têm em vista taxas compatíveis como benefício social que se propõem, sem o foco na obtenção do maior lucro praticável (YUNUS, 2008).

Os negócios sociais possuem três perspectivas, conforme aponta Comini (2011), sendo a europeia, norte-americana e de países em desenvolvimento. Na abordagem europeia, o termo predominante é empresa social e aponta as organizações da sociedade civil, desempenhando uma função do Estado, assemelhando-se às ONGs no Brasil. A tomada de decisão é participativa envolvendo os indivíduos que estabelecem uma relação com organizações e os principais serviços prestados estão voltados para as áreas de educação, cultura e ambiental. Na abordagem norte-americana, o termo em destaque é negócio social e destaca

instituições privadas, atuantes no mercado, produzindo produtos e serviços para atender a um problema de natureza social. A abordagem adotada em países em desenvolvimento, engloba iniciativas, que se utilizam de uma lógica de mercado, mas que visam transformar a realidade de indivíduos social ou economicamente vulneráveis. Há uma proximidade da abordagem latino-americana e asiática, que visam o impacto social e a redução da pobreza (COMINI, 2011).

2.2.1 Empreendedorismo Social – âmbito Internacional

De acordo com Oliveira (2004b, p. 201), os principais pontos abordados internacionalmente, quanto ao tema Empreendedorismo Social, podem ser sintetizados em:

- a) o conceito é considerado recente, mas as atividades já são realizadas há algum tempo;
- b) o conceito assume um novo entendimento em; decorrência do: crescimento econômico e aumento das questões sociais; aumento das instituições sem fins lucrativos; deficiência das ações do estado em atenção aos problemas sociais (OLIVEIRA, 2004b); o aumento das ONGs e questões geopolíticas ocasionaram a redução das fontes de recursos e a busca pela diversificação de receitas:

Em meados da década de 80 a abertura política e econômica de países do Leste europeu e as crises sociais no continente africano levaram as fundações internacionais e órgãos de cooperação a redirecionar parte dos seus recursos para financiar programas de desenvolvimento naquelas áreas do mundo, forçando as organizações latino-americanas a buscarem alternativas para sua sustentabilidade (ASHOKA; MCKINSEY, 2001, p. 15).

- c) o empreendedorismo social, traz em termos de gestão para as ONGs, a lógica dos negócios com o objetivo social;
- d) não há um consenso quanto a terminologia do Empreendedorismo Social;
- e) os termos e ferramentas utilizados têm uma base empresarial;
- f) organizações de fomento possuem foco distinto de investimento em negócios de cunho social;
- g) os fatores comuns são: união dos esforços entre governo, empresa e sociedade civil; foco na inovação; foco em projetos que possam ser

escalonáveis; formação do empreendedor social; a identificação da origem do empreendedorismo social está associada aos indivíduos;

h) as organizações de fomento têm como pilares: capacitação de empreendedores; pesquisa e divulgação; consultoria e assessoria como prestação de serviço; suporte financeiro a empreendedores; e

i) a disseminação do conhecimento;

Os conceitos sobre Empreendedorismo Social, que têm sido abordados por organizações internacionais conhecidas por difundirem o tema e as práticas são apontados por Oliveira (2004b) no Quadro 8.

QUADRO 8 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL – VISÃO INTERNACIONAL

ORGANIZAÇÃO	ORGANIZAÇÃO ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de ideias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam ideias inovadoras e veem oportunidades onde outros não veem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion Kauffman Foundation	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

Fonte: Oliveira (2004a, 2004b).

Os conceitos de empreendedorismo social adotados apresentam enfoques como: o empreendedor é um indivíduo que objetiva o bem social em lugar do lucro financeiro (SSE Reino Unido); as características como visão, determinação, (CCSE Canadá) e criatividade são utilizadas para a promoção de mudanças sociais (Ashoka); os serviços e produtos estão alinhados a práticas de inovação (Foud Schwab) e a organização tem como foco a missão social (Erwing Marion).

Do ponto de vista de Oliveira (2004b, p. 449-465), no Brasil, o tema é exposto baseado em seis aspectos:

- a) um paradigma: uma nova forma de ver o mundo e as formas de intervenção;
- b) um processo: volta-se para promover uma mudança social por meio da inovação de suas atividades e processos;
- c) uma ciência e arte: cada indivíduo, executa uma mesma atividade de formas diferentes, tornando-a singular, agregando ferramentas e conhecimentos específicos;
- d) um indutor de auto-organização social: "induzido a este novo movimento de ver e agir sobre a realidade e em específico sobre as questões sociais";
- e) um estilo de inovação em tecnologia e gestão social: o processo de inovação é considerado contínuo no empreendedorismo social;
- f) tem como principais objetivos: atender a realidade local, identificar os problemas sociais; criar uma ideia e solução inovadora; promover o envolvimento da comunidade; promover, desenvolver e tornar a ideia institucionalizada; corrigir a ideia; fortalecer o capital social e a concretização da ideia com o envolvimento da comunidade;

2.2.2 Empreendedorismo Social – mbito Nacional

No Brasil, de acordo com Oliveira (2004b), os autores que conceituam o tema Empreendedorismo Social são: Leite (2002), Ashoka Empreendedores Sociais e Mckisey (2001), Melo Neto e Froes (2001), Rao (2002) e Rouere e Pádua (2001), conforme Quadro 9:

QUADRO 9 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL – VISÃO NACIONAL

ORGANIZAÇÃO	ORGANIZAÇÃO ENTENDIMENTO
Leite (2002)	“O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. [...] São empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita.”
Ashoka Empreendedores Sociais e Mckisey e Cia. INC (2001)	“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o improviso.”
Melo Neto e Froes (2001)	“Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.”
Rao (2002)	“Empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.”
Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”

Fonte: Oliveira (2004a, 2004b).

A conceituação do tema no Brasil, destaca aspectos como: o empreendedorismo social enquanto categoria do empreendedorismo empresarial (LEITE, 2002); a distinção entre as características do empreendedor social e o empreendedor tradicional (ASHOKA; MCKINSEY, 2001); o tema referindo-se a um novo paradigma (MELO NETO; FROES, 2001); o objetivo da organização focado no benefício social gerado (RAO, 2002); e na produção de desenvolvimento sustentável e qualidade de vida (ROUERE; PÁDUA, 2001).

De acordo com Limeira (2015), estudos e pesquisas, envolvendo a produção científica, programas, cursos e disciplinas no tema são registrados desde 1960 em países como Estados Unidos, Europa (Quadro 10), e Brasil (Quadro 11).

QUADRO 10 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – ESTADOS UNIDOS E EUROPA (continua)

Ano	País	Eventos
1960	EUA e Europa	Surgem as iniciativas nas organizações da sociedade civil.
1980	EUA e Reino Unido	Com a redução dos investimentos governamentais na área social, há uma expansão do movimento e a busca pela geração de receita própria por parte das organizações.
1982	EUA	Primeiro livro é lançado " <i>Successful Business Ventures for Non-Profit Organizations</i> " (Charles Cagnon).

QUADRO 10 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – ESTADOS UNIDOS E EUROPA
(conclusão)

Ano	País	Eventos
1993	EUA	Primeiro Programa e curso voltado para Empreendedorismo Social, em uma instituição de Ensino Superior (Harvard Business School).
1983	EUA	Primeiro artigo publicado " <i>Should Not-for-Profits Go into Business?</i> " (Harvard Business Review).
1990	Inglaterra	Tema difundido por acadêmicos: Charles Leadbeater, autor do artigo " <i>The Rise of the Social Entrepreneur</i> " e Michael Young, fundador da <i>School for Social Entrepreneurs</i> .
1997	EUA	Surge organizações de apoio ao Empreendedorismo Social como, <i>Nonprofit Enterprise Self-Sustainability Team</i> (NESsT) e a <i>Social Enterprise Alliance</i> .
1998	EUA	Gregory Dees publicou o artigo " <i>The Meaning of Social Entrepreneurship</i> ".
1999	EUA	Surge o <i>Institute for Social Entrepreneurs</i> .
[199?]	EUA	Na década de 90, a <i>Fuqua School Business da Duke University</i> criou um centro de pesquisa para o tema; e publicações debatem o tema: " <i>Journal of Social Entrepreneurship</i> "; <i>Internacional Journal of Social Entrepreneurship and Innovation</i> ; <i>Social Enterprise Journal</i> ; e <i>Stanford Social Innovation</i> .
[199?]	Inglaterra	Inauguração de centros de pesquisa nas universidades, como: <i>Skoll Centre for Social Entrepreneurship</i> da <i>Saidd Business School</i> .
Atualmente	Inglaterra	Organizações independentes (<i>Social Enterprise UK</i>) que buscam intervir em políticas públicas para o setor.

Fonte: Adaptado de Limeira (2015).

Os Estados Unidos e a Europa, registram as primeiras produções acadêmicas em 1982, seguido da criação de programas e cursos em 1993, bem como a fundação de organizações de apoio a Empreendedores Sociais, a partir de 1997. No Brasil, embora as iniciativas de empreendedorismo Social estejam registradas a partir de 1980, somente em 1998, foi criado o primeiro centro de estudos no tema (Quadro 11).

QUADRO 11 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – BRASIL
(continua)

Ano	País	Eventos
1980	Brasil	Surgimento das iniciativas no campo de Empreendedorismo Social.
1998	Brasil	Na área acadêmica: constituição do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) - Universidade de São Paulo.
1994	Brasil	Na área acadêmica: constituição Centro de Estudos do Terceiro Setor (CETS) - Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.
2001	Brasil	Primeiras publicações de livros e artigos: Ashoka e McKinsey (2001); Rouere e Pádua (2001); Melo Neto e Froes (2002); e Oliveira (2004).
2001	América Latina	Fundação da rede <i>Social Enterprise Knowledge Network (SEKN)</i> , com pesquisadores das faculdades.
2004	Brasil	Na área acadêmica: constituição do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Gvcenn).

QUADRO 11 - EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL – BRASIL

(conclusão)

Ano	País	Eventos
2009	Brasil	Na área acadêmica: constituição do Centro de Empreendedorismo (CEMP) – INSPER.
[200-]	Brasil	Organizações que apoiam empreendedores sociais se estabeleceram no Brasil: Ashoka; Artemisia; a Fundación Avina e a NEEsT.

Fonte: Adaptado de Limeira (2015).

No Brasil, segundo Limeira (2015), identifica-se desde 1998, a constituição de apenas quatro centros de pesquisa no tema: Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) - Universidade de São Paulo; Centro de Estudos do Terceiro Setor (CETS) - Fundação Getúlio Vargas de São Paulo; Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Gvcenn); e o Centro de Empreendedorismo (CEMP) – INSPER. A Rede *Social Enterprise Knowledge Network* (SEKN) envolve universidades da América Latina que desenvolvem pesquisas no tema e no Brasil, sua parceria é estabelecida com Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEAUSP (SEKN, 2017).

Para Martin e Osberg (2007, tradução nossa, não paginado), o empreendedorismo social “é tão vital para o progresso das sociedades quanto o empreendedorismo para o progresso das economias, e merece atenção mais rigorosa e séria do que tem atraído até agora”. Conforme Oliveira (2004b), dentre as formas de disseminar o empreendedorismo social, apontam-se as ações: (i) incluir o tema na formação dos indivíduos, tanto no ensino médio, quanto no ensino superior; (ii) desenvolver o tema por meio de projetos de extensão, nas universidades; e (iii) promover espaços para o "apoio, incentivo, pesquisa e disseminação dos fundamentos e das estratégias do empreendedorismo social no Brasil, como uma política nacional de estímulo à inovação de novas tecnologias sociais empreendedoras" (OLIVEIRA, 2004b, p. 470).

Diante desse cenário, conforme pontuado por Martin e Osberg (2007) e por Oliveira (2004b), o desenvolvimento do tema e das práticas de Empreendedorismo Social, pode considerar nas relações com a educação, uma forma de impulsionar a difusão do conhecimento e as Universidades podem promover o espaço necessário para que o conhecimento produzido, retorne e contribua com a sociedade na forma de projetos e negócios de natureza social.

2.3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS UNIVERSIDADES

A formação dos empreendedores sociais, teve sua primeira fase de desenvolvimento com o surgimento dos cursos de pós-graduação em universidades como *Harvard*, *Genebra* e *Stanford*. Todavia, o tema se integrava apenas às escolas de negócios. A segunda fase (época atual) envolve a expansão do empreendedorismo para os demais cursos e escolas da universidade e a formação do aluno visando a relação do ensino teórico, com a prática do Empreendedorismo Social. Além do ensino da temática ser considerado pelos representantes das instituições, um diferencial na seleção e no engajamento dos alunos, é um fator que atrai investidores financeiros (KIM; LEU, 2011).

A terceira fase, ainda a ser desenvolvida, considera as universidades um mecanismo para alavancar o Empreendedorismo Social e a resolução de desafios sociais com os quais a sociedade se depara. "O desenvolvimento de competências do estudante vai depender da criação de pedagogias e metodologias para garantir resultados eficazes" (KIM; LEU, 2011, p. 5, tradução nossa). No campo da pesquisa, as Universidades podem promover "abordagens eficazes em diversos contextos e aprofundar a compreensão do campo da interação entre negócios, filantropia, gestão sem fins lucrativos, a inovação social, a empresa social e empreendedorismo social" (KIM; LEU, 2011, p. 5, tradução nossa).

Segundo os registros da Ashoka, em 2008 havia um total de 78 faculdades e universidades no mundo desenvolvendo o tema de Empreendedorismo Social, por meio de cursos, disciplinas, certificações e programas (LEAMAN, 2014 apud JOOS; LEAMAN, 2014). Em 2011, o número ultrapassava 81 instituições (BROCK; ASHOKA U, 2011), enquanto que em 2013, o número ultrapassava 215 instituições (ASHOKA, 2014 apud WILLEY; BERRY, 2015). Um ponto a ser destacado é que embora registre-se um aumento institucional da tratativa do tema, apenas 15% dos professores e 23% dos alunos conscientizam-se sobre as ações em Empreendedorismo Social, assim como a liderança das ações exercidas por professores é pequena e realizada por apenas 12% deste grupo (LEAMAN, 2014 apud JOOS; LEAMAN, 2014).

Segundo Ashoka (2014, apud WILLEY; BERRY, 2015), o aumento do tema nas universidades pelo mundo ocorre devido a três fatores: (i) interesse e procura dos alunos pelo tema; (ii) as universidades têm buscado uma aproximação com a comunidade externa e com as necessidades sociais advindas da sociedade; e (iii) os

líderes institucionais compreendem a relevância do tema para a instituição e para a formação profissional e cidadã dos estudantes.

De acordo com a Ashoka¹ (2017a, 2017b) e Kim e Krapetz (2016), 37 faculdades e universidades pelo mundo integram o consórcio da Ashoka U (Apêndice B) e desenvolvem cursos, projetos, programas, centros e institutos que trabalham o tema empreendedorismo social, fundamentado nos “elementos de excelência” tornando-se um modelo de referência para demais universidades que buscam desenvolver o tema. Com base nessa visão e na busca por alavancar a educação e os resultados em Empreendedorismo Social, a Ashoka U elaborou diretrizes norteadoras para a promoção de ambientes que formem e desenvolvam empreendedores sociais e agentes de mudança. Para tanto, 2.500 empreendedores da rede Ashoka, universidades afiliadas e especialistas na área, foram indagados sobre "o que torna um ambiente propício para empreendedores sociais e agentes de mudança?" (BROCK; ASHOKA U, 2011, p.11).

As diretrizes norteadoras, denominados de "elementos de excelência", abordam seis fatores a serem adotados pelas instituições de ensino superior: ensino e currículo; pesquisa; aprendizagem e aprendizagem aplicada; recursos; modelos; e comunidade e cultura (BROCK; ASHOKA U, 2011, p. 11-12).

Ensino e Currículo:

- a) a instituição oferece um curso em empreendedorismo social, constituído por no mínimo quatro disciplinas;
- b) o tema empreendedorismo social integra uma quantidade representativa de disciplinas e práticas docentes;
- c) uma quantidade representativa de estudantes demonstra habilidades e competências como agentes de mudança;

Pesquisa:

- a) professores e pesquisadores produzirem avanços sociais alinhando teoria e prática;

¹ A experiência da Ashoka, envolve 35 anos de apoio a empreendedores sociais, compreendendo uma rede de 3000 empreendedores, em 93 países (ASHOKA, 2017c). Sua atuação ocorre globalmente, por meio dos programas: *Ashoka Support Network*; **AshokaU**; *Ashoka Changemakers*; *Ashoka Changemaker Schools*; *Ashoka Executive in Residence*; *Ashoka Globalizer*; *Ashoka Social Financial Services*; *Ashoka Venture and Fellowship*; e *Ashoka Youth Venture* (ASHOKA, 2017d).

- b) professores e alunos elaborarem pesquisas integrando o tema empreendedorismo social multidisciplinarmente;

Aprendizagem e aprendizagem aplicada:

- a) oferece-se programas de aprendizagem formal no tema e interação com agentes de mudança social;
- b) promove-se a participação em propostas de aprendizagem experiencial, buscando o crescimento do conhecimento em impacto social;
- c) estabelece-se parcerias com empresas sociais para absorver os profissionais formados;

Recursos:

- a) a universidade dispõe de uma equipe para coordenar e dar suporte aos empreendedores sociais e atividades desempenhadas nesta área, assim como articular os seis elementos na instituição;
- b) a instituição possui investimentos financeiros nesta área, assim como viabiliza formas de angariar recursos para subsidiar projetos que beneficiem a instituição, seja de professores, alunos, funcionários e demais indivíduos que estabeleçam relação com a instituição.

Modelos:

- a) desenvolve-se espaços de interação entre alunos e empreendedores sociais, por meio de eventos, palestras e aulas com especialistas da área;
- b) a instituição promove o relacionamento e interação entre empreendedores sociais, mentores e demais membros que contribuam para a formação do estudante.

Comunidade e cultura:

- a) a instituição promove experiências com o tema de empreendedorismo social, interligando teoria, prática, relações individuais e sociais;
- b) estabelece-se um conselho consultivo da instituição, sendo composto por representantes docentes, alunos, funcionários e demais membros que tenham relação com o tema e a instituição;
- c) estabelece-se uma equipe que garante a condução, a qualidade e a institucionalização do tema Empreendedorismo Social.

O programa Ashoka U tem sua atuação focada nas faculdades e universidades e sua visão é que essas instituições promovam um "ambiente favorável para o empreendedorismo social e que todos tenham acesso a oportunidades de aprendizagem, modelos recursos e pares necessários para a concretizar o seu potencial como empresários e agentes de mudança social" (BROCK; ASHOKA U, 2011, p.11, tradução nossa). Segundo Enos (2016), não há um único modelo para se trabalhar e desenvolver o Empreendedorismo Social nas universidades, uma vez que cada instituição possui características específicas. Entretanto, a Ashoka U, busca subsidiar informações por meio de metodologias, ferramentas e materiais de suporte, a fim de que o tema seja desenvolvido por líderes institucionais, professores, alunos e demais envolvidos (ASHOKA U, 2011a, 2011b; KIM; KRAMPETZ, 2016).

Para Yunus (2010), as universidades exercem uma importante função na sociedade e estabelecem relacionamentos e conexões com demais instituições para alavancar o empreendedorismo social, além de dispor do conhecimento de **professores e pesquisadores** de diversas áreas e de **alunos** "cheios de energia, idealismo e curiosidade, muitos deles ansiosos para explorar novos conceitos, na esperança de causar grande impacto no mundo que, em breve herdarão" (YUNUS, 2010, p. 165).

De acordo com Degen (2008), os negócios que tiveram sucesso nos Estados Unidos, tais como: Apple, Microsoft, Google e Yahoo foram desenvolvidos dentro da academia, por colegas de graduação, que tinham habilidades complementares no desenvolvimento dos negócios. Embora voltados ao contexto comercial, a constituição desses negócios demonstra o papel da Universidade em inserir o aluno no mundo do trabalho, em desenvolver habilidades empreendedoras e participativa entre os indivíduos, para desenvolver negócios tanto comerciais quanto de natureza social (DEGEN, 2008). Para Yunus (2010), o projeto do Grameen Bank², também surgiu no contexto universitário e recebeu o apoio e a contribuição dos alunos que posteriormente tornaram-se funcionários no negócio.

No contexto mundial, ações e atividades vêm sendo desenvolvidas, no ambiente universitário, quanto ao tema de Empreendedorismo Social, demonstrando ser esse um espaço propício para a potencialização de projetos e negócios voltados

² Grameen Bank, banco de microcrédito e também conhecido como banco dos pobres, foi constituído com o objetivo de erradicar a pobreza por meio da concessão de crédito a indivíduos de baixa renda. (YUNUS, 2008; 2010).

às demandas da sociedade. Entretanto, no Brasil, o cenário da tratativa do tema nas universidades precisa avançar considerando a participação ativa de professores, alunos, representantes institucionais e demais envolvidos (SANTOS; GALLELI, 2013).

2.4 EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

No Brasil, de acordo com o incisos II e IV, do artigo 43 da Lei Federal 9394 de 20 de dezembro de 1996³, a Educação Superior tem como papel, “formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a **participação no desenvolvimento da sociedade brasileira**, e colaborar na sua formação contínua” e “**estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente**, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade” (BRASIL, 1996, p. 20-21, LDB, 2016, p. 16, destaque da autora).

A Lei 9394/16 apresenta o processo de ensino constituindo-se de uma integração entre família, instituições de ensino e a sociedade, bem como sua relação com a formação para o mercado profissional e sua aplicação prática (BRASIL, 1996, LDB, 2016). Do mesmo modo estabelece que “as universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano” tendo como um de seus aspectos a “produção intelectual institucionalizada mediante **o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional**” (BRASIL, 1996, p. 23, LDB, 2016, p. 18, destaque da autora).

Neste contexto, os profissionais que estão sendo formados no ensino superior, podem considerar no Empreendedorismo Social, uma nova perspectiva profissional (BORNSTEIN, 2006), à medida que participam do desenvolvimento social e têm seu conhecimento formado a partir de demandas oriundas da sociedade.

Santos e Galleli (2013) observam em seu artigo "O ensino de Empreendedorismo Social nos cursos de Administração das Universidades Públicas Brasileira" que não foram identificadas a incidência, da disciplina de

³ Lei Federal nº 9394 de 20 de dezembro de 1996, referente as diretrizes e bases da Educação Nacional.

Empreendedorismo Social, nos cursos de Administração, das Universidades Federais e Estaduais. Os autores ampliaram a pesquisa, considerando os termos relacionados, como 'cooperativismo', 'terceiro setor', 'economia solidária', 'gestão social' e outros e os resultados foram pequenos, uma segunda ampliação envolveu os temas, 'responsabilidade social', 'ética empresarial', 'sustentabilidade' e outros (SANTOS; GALLELI, 2013, p. 75). Após levantamento, os autores verificaram que as disciplinas que se assemelham ao tema de empreendedorismo social são específicas, sendo de natureza teórica e com duração de um semestre. Santos e Galleli (2013, p. 78) afirmam que "somente o fato de que a denominação 'empreendedorismo social' não tenha sido encontrada em nenhum currículo das principais Universidades Públicas Brasileiras já denuncia a imaturidade da tratativa do tema nas instituições de ensino".

Da mesma forma que ocorre com o Empreendedorismo Social, o empreendedorismo tradicional, embora constituído seu ensino oficial a partir de 1981, com o curso Novos Negócios – EASP/FGV (DEGEN, 2008), encontra-se, nas universidades brasileiras, em fase de desenvolvimento.

Segundo a pesquisa "Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras", realizada pela Endeavor (2016), os elementos que repercutem no desenvolvimento do empreendedorismo nas universidades brasileiras podem ser observados em quatro instâncias: instituição, corpo docente, corpo discente e comunidade, conforme detalhado a seguir:

- a) Instituição:** a promoção de ações de empreendedorismo nas universidades é incipiente sendo identificada em poucas instituições e restringem-se a eventos e palestras onde o aluno assume a posição de ouvinte e não de forma ativa e prática. As disciplinas ofertadas no tema apoiam-se no ensino de conceitos básicos e introdutórios e a maior concentração de conhecimento sobre a temática encontra-se nas escolas de negócios e cursos de administração. Identifica-se no assunto, um campo a ser explorado pelas universidades, para a produção de pesquisas, "já que nenhuma iniciativa é abordada por mais da metade das instituições e tanto empreendedorismo quanto o empreendedor são temas de interesse crescente nos últimos anos" (ENDEAVOR, 2016, p. 36).
- b) Corpo docente:** os professores apresentam um nível de contentamento com as ações de empreendedorismo (65%), enquanto que, entre os alunos esse índice é menor (35%). Menos da metade dos docentes e especialistas no tema empreendedorismo, possuem experiências prática como empreendedor e

apenas 6,3% dos profissionais atualizam-se no tema e estabelecem uma aproximação e diálogo com o mercado. Os professores não são identificados pelos alunos como um suporte e apoio para o desenvolvimento de um negócio (ENDEAVOR, 2016).

- c) **Corpo discente:** os universitários demonstram interesse em empreender, entretanto menos de 10% empreendem efetivamente. O foco do negócio está na geração de renda e não o desenvolvimento de um produto ou serviço transformador para a sociedade. O aluno identifica a importância do tema para a formação do perfil empreendedor, assim como valoriza a suporte de um mentor para acompanhar e orientar no desenvolvimento de negócios (ENDEAVOR, 2016).
- d) **Comunidade:** as universidades não apresentam uma relação com a comunidade, além de ser apontado um distanciamento na abordagem teórica com a prática e o mercado (ENDEAVOR, 2016).

O “Índice de Universidades Empreendedoras”, elaborado pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores (BRASIL JUNIOR, 2016), reforça os pontos destacados por Endeavor (2016) quanto à tratativa do tema empreendedorismo nas universidades, indica uma desatualização dos métodos de ensino e nas grades curriculares, aponta a ausência da prática empreendedora e a relação com o mercado empreendedor por parte dos professores e pontua os baixos investimentos realizados nas instituições para o ensino, pesquisa e extensão (BRASIL JUNIOR, 2016). A pesquisa teve como objetivo verificar o nível de empreendedorismo nas universidades brasileiras, a partir de seis eixos: **cultura empreendedora** (postura empreendedora discente e docente e disciplinas de empreendedorismo); **extensão** (redes e projetos de extensão); **inovação** (pesquisas, patentes e proximidade IES-empresa); **infraestrutura** (qualidade e parque tecnológico); **internalização** (intercâmbio e publicações e citações internacional); e **capital financeiro** (orçamento e *endowment*⁴) (BRASIL JUNIOR, 2016).

⁴ *Endowment*- “consiste na criação de um patrimônio perpétuo que gera recursos contínuos para a conservação, expansão e promoção de uma determinada atividade, por meio da utilização dos rendimentos desse patrimônio” (ENDOWMENT DIREITO GV, 2017).

Com base nos seis fatores selecionados, as universidades que ocuparam as 10 primeiras posições são: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO), Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal de Viçosa (UFV), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) Universidade Estadual de Maringá (UEM) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Identifica-se neste levantamento: uma universidade é privada (PUC RIO); duas universidades estaduais (UNICAMP e UEM); e sete Universidades Federais, distribuídas nas regiões: Nordeste (1), Sudeste (5) e Sul (2). Observa-se uma maior concentração de universidades empreendedoras na região sudeste, inclusive ocupando no ranking os primeiros lugares. As regiões sul e nordeste, permanecem em menor proporção em relação com a região sudeste, indicando com isso, que são regiões onde existe um campo para a expansão de ações nas universidades.

O uso de pesquisas abordando o tema Empreendedorismo nas universidades brasileiras levou em consideração a ausência de levantamentos específicos, neste âmbito para o tema Empreendedorismo Social. Com isso, reforça-se o exposto por Comini (2011) de que as produções acadêmicas são incipientes, bem como a imaturidade da tratativa do assunto nas universidades (SANTOS; GALLELI, 2013). Todavia, com o intuito de identificar ações voltadas ao ensino do Empreendedorismo Social, buscou-se por meio de uma ampla pesquisa na internet e em redes de referência no tema, organizações que desenvolvam atualmente a promoção e disseminação do Empreendedorismo Social no âmbito acadêmico no Brasil (Quadro 12).

QUADRO 12 - AÇÕES RELACIONADAS AO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL
(continua)

Centros de Pesquisa	Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) - Universidade de São Paulo	O Centro tem como missão "gerar e disseminar conhecimentos e práticas de gestão em Empreendedorismo Social através de pesquisas, cursos e publicações focados no Desenvolvimento Socioambiental Sustentável" (CEATS, 2017).
	Centro de Estudos do Terceiro Setor (CETS) - Fundação Getúlio Vargas de São Paulo	O CETS tem seu foco destinado a pesquisa e assessoria para as organizações do Terceiro Setor. O site não foi localizado entre os centros e núcleos da FGV.

QUADRO 12 - AÇÕES RELACIONADAS AO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL
(conclusão)

Ação	Instituição	Descrição
Centros de Pesquisa	Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Gvcenn) - FGV	O Centro busca a promoção do tema empreendedorismo, por meio de pesquisas, cursos, eventos e competições. Possui um Núcleo de Negócios de Impacto.
	Centro de Empreendedorismo (CEMP) – INSPER	Apoia e desenvolve as competências empreendedoras nos indivíduos.
Redes	Ashoka U	Uma rede de universidades (Changemaker Campus) que por meio do ensino, da cultura institucional e seus processos, buscam alavancar o impacto social. Não há universidades brasileiras que componham a rede.
	Rede Yunus de Universidades	A rede surgiu com objetivo de ensinar e capacitar os alunos nas universidades quanto ao tema. A rede não divulgou a relação das Universidades conveniadas no Brasil.
Movimento	Choice – Artemísia	Rede de universitários que busca a disseminação do conceito de negócio de impacto social, por meio de palestras. Entretanto o programa foi reformulado e engloba soluções para problemas globais, além dos negócios de impacto social.
Eventos	Reunião Universitária para Empreendedorismo Social – REUNES	Instituído em 2007, por alunos universitários com o objetivo de promover o tema, com uma imersão de dois dias em palestras e workshops.
	Enactus Brasil	Organização internacional sem fins lucrativos que promove a ação empreendedora entre os alunos. Está presente em 36 países e promove um evento nacional no tema e uma competição para que equipes de universitários, possam apresentar projetos desenvolvidos com base em demandas reais e que gere benefícios a comunidade.
Universidades	Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade da Universidade de São Paulo - FEA/USP	Identificada como a única universidade brasileira a integrar a Rede SEKN, que tem como objetivo difundir o tema e iniciativas de empreendedorismo social, por meio de estudos e pesquisas.
Universidades Federais da Região Sul do Brasil	Universidade Federal do Paraná – NITS	O Núcleo de Estudos do Terceiro Setor, desenvolve projetos e pesquisas voltados para o Terceiro Setor e os Negócios Social. O objetivo do NITS é ampliar o envolvimento da Universidade com a comunidade externa e sua atuação em demandas nestas áreas.

Fonte: Elaborado a partir de AshokaU (2017a), CEATS (2017), Choice (2017), Enactus (2017), FGV (2017), INSPER (2017), Limeira (2015), NITS (2017), Reunes (2017), SEKN (2017) e Yunus (2017).

Foram identificadas ações por meio de centros de pesquisa, redes, movimentos ou eventos e universidades. Os Centros de pesquisa, desenvolvem estudos, cursos de graduação e pós-graduação (FGV, 2017), assim como cursos de extensão

universitária (CEATS, 2017) no tema ou em temas correlatos (INSPER, 2017). As redes Ashoka e Yunus, apresentam em seu escopo atividades destinadas a universitários, porém a Rede Ashoka não apresenta em seu consórcio, nenhuma universidade brasileira (ASHOKAU, 2017a) e Rede Yunus não divulga suas universidades parceiras no Brasil (YUNUS, 2017). O Movimento Choice (CHOICE, 2017) e o Reunes (REUNES, 2017) não apresentam a relação de universidades que foram impactadas pelos eventos promovidos. O evento Enactus (ENACTUS, 2017) registra a participação de 117 times, de 90 universidades públicas e privadas, distribuídas nas regiões: Norte (14), Nordeste (25), Centro-Oeste (4), Sudeste (65) e Sul (7), que participam do evento anual, cujo os projetos são avaliados com base em critérios definidos (quanto as ações empreendedoras utilizadas para a resolução de um problema real, envolvendo os indivíduos e a comunidade beneficiada), sendo que o melhor projeto é indicado para o evento internacional. A Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), está indicada como única parceira da Rede Latino Americana - SEKN (SEKN, 2017) que dissemina o tema por meio de estudos e pesquisas. Do mesmo modo que, considerando as Universidades Federais da Região Sul do Brasil, a Universidade Federal do Paraná é a única a apresentar um Núcleo de Estudos destinado ao tema.

A partir do Quadro 12, observa-se ações pontuais, com o envolvimento dos alunos por meio de cursos ou eventos. Embora o evento Enactus promova o engajamento de alunos na resolução prática de um problema, esses ocorrem isoladamente nas universidades com times cadastrados e o evento promovido busca compartilhar os resultados do projeto, de forma competitiva, em vez do compartilhamento colaborativo do conhecimento. Corroborando o que foi apontado por Brasil Junior (2016), observa-se a aglutinação dos centros de pesquisa, na região sudeste, assim como a localização da Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade – FEA/SP. Na região sudeste, registra-se a maior incidência de times Enactus, seguido das regiões nordeste e norte do Brasil.

De acordo com o exposto nesta seção, o tema Empreendedorismo Social no âmbito acadêmico, encontra-se em um estágio inicial, assim como também ocorre com o tema empreendedorismo. As atividades são específicas, há fatores a serem incentivados e desenvolvidos e a ocorrência de instituições que desenvolvem alguma atividade com o tema, estão em sua maioria aglutinadas na região sudeste. Desse modo, identifica-se a possibilidade de expansão e desenvolvimento da temática nas

regiões sul, centro-oeste, norte e nordeste, assim como considera-se as Universidades Federais um espaço propício ao desenvolvimento de ações no assunto.

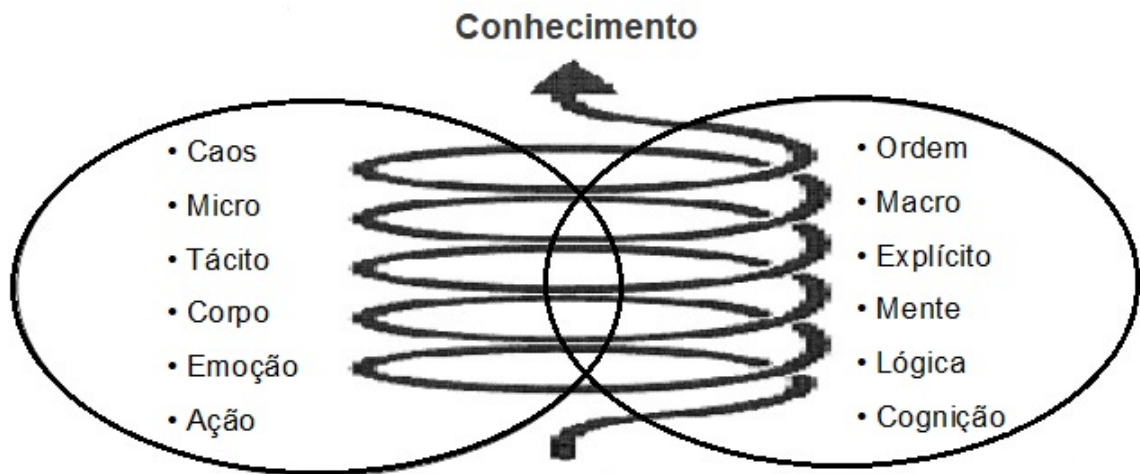
A disseminação do empreendedorismo social e o desenvolvimento de ações que alavanquem o tema nas Universidades, deve considerar além do conhecimento produzido no âmbito acadêmico, a criação de ambientes que promovam o compartilhamento do conhecimento, estabelecendo interações entre alunos, professores, pesquisadores e demais envolvidos institucionais, de forma prática, ativa e que transponham as salas de aula.

2.5 ESPAÇO DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

O conhecimento tem sua base formada por dados e informações. Para Davenport e Prusak (1999, p. 2), dados são "um conjunto de fatos distintos e objetivos, relativos a eventos", enquanto que, a informação, constitui-se de dados interpretados e atribuídos de valor. Segundo Choo (2006), a informação envolve um processo de busca fundamentado na necessidade do indivíduo e da organização, tornando-se útil de três formas: na adaptação a mudança do ambiente; na geração do conhecimento; e na tomada de decisão. Contudo, para que a informação se torne uma estratégia e vantagem competitiva é necessário que ela se transforme em conhecimento (CHOO, 2006).

Conforme Nonaka, Toyama e Konno (2000, p. 7, tradução nossa), para que a informação se torne conhecimento, requer-se que seja exposta a um contexto e lhe seja atribuído valor. Desta forma, "as informações tornam-se conhecidas quando são interpretadas por indivíduos, contextualizadas e ancoradas nas crenças e compromissos dos indivíduos". O conhecimento, cria-se perpassando por conceitos dialéticos, como: "ordem e caos, micro e macro, parte e todo, mente e corpo, tácito e explícito, eu e outro, dedução e indução, e criatividade e controle" (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000, p. 7, tradução nossa), apresentados na Figura 3:

FIGURA 3: CONHECIMENTO CRIADO POR MEIO DE UMA ESPIRAL



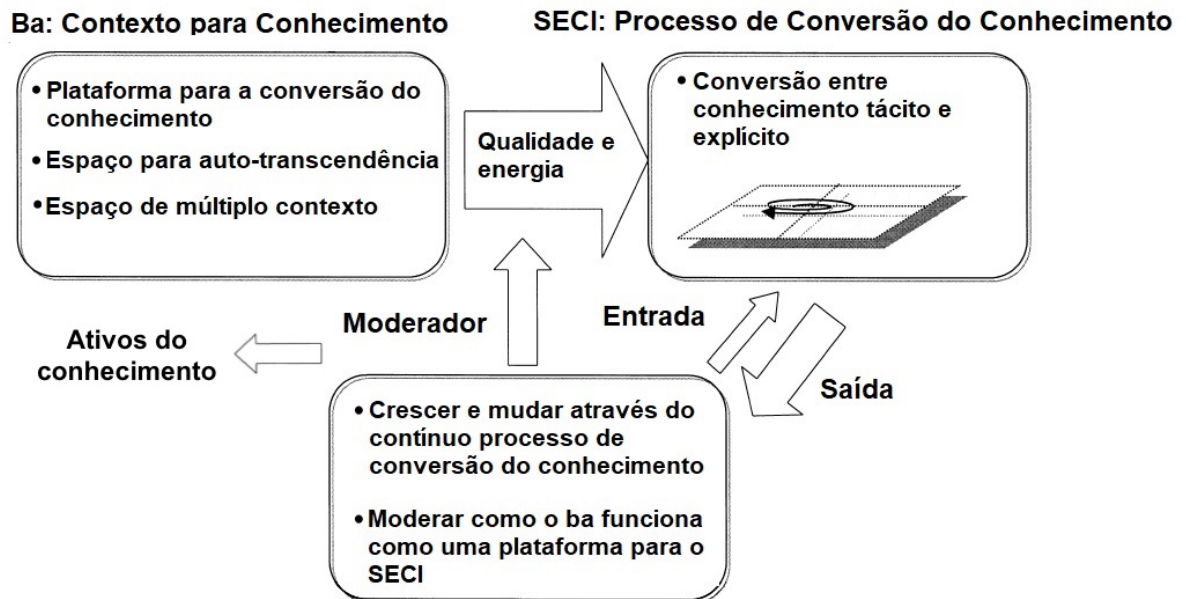
Fonte: Traduzido de Nonaka, Toyama e Konno (2000).

O processo para construção do conhecimento é constante e permite a transformação do indivíduo, por meio do contexto e dos conhecimentos adquiridos, além de superar barreiras limitantes (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000).

A criação de conhecimento é um contínuo processo auto transcendente, através do qual se transcende o limite do eu antigo, para um novo eu ao adquirir um novo contexto, uma nova visão do mundo e novos conhecimentos (...). Também transcende o limite entre si e os outros, à medida que o conhecimento é criado por meio das interações entre indivíduos ou entre indivíduos e seu ambiente (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000, p. 8, tradução nossa).

Para que o processo de criação do conhecimento ocorra, os autores Nonaka, Toyama e Konno (2000) propõem um modelo composto por três elementos que devem interagir entre si, sendo: “Ba”, SECI e ativos do conhecimento (Figura 4):

FIGURA 4 - TRÊS ELEMENTOS DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO



Fonte: Adaptado de Nonaka, Toyama, Konno (2000).

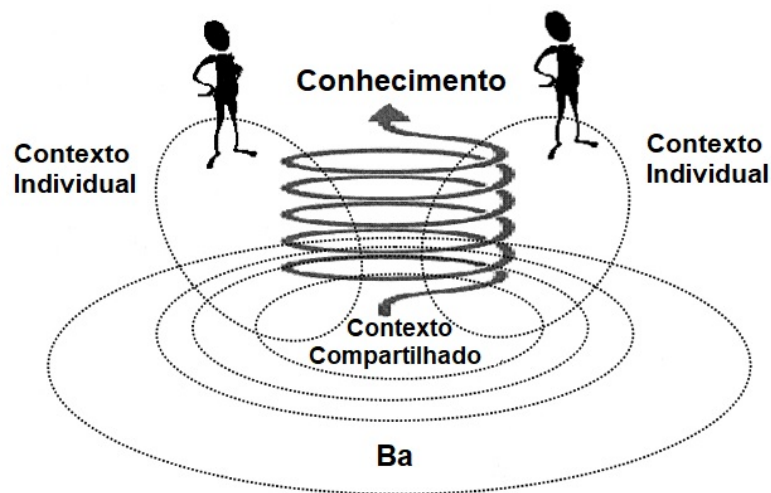
O **SECI** compreende a conversão dos conhecimentos tácito e explícito, o **Ba**, por sua vez, refere-se ao contexto para o compartilhamento do conhecimento e os **ativos do conhecimento**, são considerados os insumos, as saídas e o moderador do processo (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000).

De acordo com Nonaka e Takeuchi (1997), o SECI, processo de conversão do conhecimento, ocorre por meio da: (i) Socialização - tácito em tácito; (ii) Externalização - tácito em explícito; (iii) Combinação - explícito em explícito; e (iv) Internalização - explícito em tácito. O conhecimento tácito define-se por ser intrínseco ao indivíduo, baseado em suas experiências e visto como de difícil formalização. O conhecimento explícito, por sua vez, pode ser observado na forma de registros e documentos (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Contudo, o conhecimento retido no próprio indivíduo não produz mudanças para as organizações, neste sentido faz-se necessário que o conhecimento tácito se converta em conhecimento explícito (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Segundo Queiroz, Silva e Quandt (2015, p. 148), "A externalização é um processo pelo qual o indivíduo cede seu conhecimento a outrem, enquanto que, por meio do processo de internalização, o receptor do conhecimento dá sentido ao conhecimento que recebeu".

Esse processo de conversão é "dinâmico", iniciando-se no indivíduo e expandindo-se pelos setores da organização, assim como para fora dela (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000, p. 12). Portanto, a organização tem o papel de promover

um ambiente para a criação do conhecimento, onde os indivíduos possam compartilhar suas experiências e gerar aprendizados (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). “Ba”, considerado o espaço para o compartilhamento do conhecimento (Figura 5), tem como elementos para a criação do conhecimento neste ambiente, os indivíduos, suas interações e o contexto em que está estabelecido (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000).

FIGURA 5 - BA COMO CONTEXTO COMPARTILHADO EM MOVIMENTO



Fonte: Traduzido de Nonaka, Toyama, Konno (2000).

O ambiente promovido por “Ba” permite que as informações sejam absorvidas, processadas e se tornem conhecimento (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000). O contexto compartilhado (Ba) proporciona o ambiente necessário para que as conversões do conhecimento ocorram, na esfera individual e ao longo dos processos de SECI. A criação do conhecimento não envolve somente a compreensão do indivíduo perante a um fato ou informação, mas está relacionada com a interação deste com outros, por meio dos relacionamentos estabelecidos e a inserção em um contexto (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000). O “Ba”, pode ser definido como o espaço físico, virtual, mental (ou ainda, a junção dos três espaços), em que os indivíduos criam, compartilham e utilizam o conhecimento (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000). Segundo Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001), o conhecimento tem como base os valores individuais e a subjetividade, entretanto se constitui nas interações sociais e nos contextos de inserção. “O conhecimento está essencialmente relacionado à ação humana, e o processo de criação de conhecimento depende dos

participantes e das formas de atuação" (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001, p. 65).

De acordo com Nonaka, Toyama e Konno (2000), o Ba divide-se em quatro esferas: Ba origem (*originating ba*), Ba diálogo (*dialoguing ba*), Ba sistematização (*systemising ba*) e Ba operacionalização (*exercising ba*) e cada uma das quatro etapas, fornece um contexto para a criação do conhecimento:

Ba Origem: Esta etapa envolve o contato face-a-face dos indivíduos. Nesta fase os indivíduos se conhecem mutuamente tendo contato com os sentimentos, emoções e experiências dos demais. Desta forma, surge entre os indivíduos, os sentimentos de "cuidado, amor, confiança e compromisso, que formam a base para a conversão do conhecimento entre os indivíduos". Neste momento ocorre a socialização (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000, p. 17, tradução nossa).

Ba Diálogo: o diálogo ocorre de maneira consciente, por meio da interação face-a-face entre os indivíduos. Os diálogos promovem o compartilhamento do conhecimento tácito dos integrantes e a articulação das experiências e dos modelos mentais em conceitos para o grupo. Neste momento ocorre a externalização.

Ba Sistematização: as interações ocorrem em grupo e virtualmente e o conhecimento registrado pode ser compartilhado para um número maior de pessoas. As tecnologias da informação exercem importante papel no auxílio e promoção da troca de informação nesta etapa, sendo por meio de redes on-line, banco de dados e listas de correio eletrônico. Nesta fase ocorre o processo de combinação.

Ba Operacionalização: Neste momento os conhecimentos explícitos passam a compor o repertório pessoal os conhecimentos dos indivíduos. Neste momento ocorre a internalização.

No Quadro 13, são apresentados as relações entre: os tipos de Ba, o processo de conversão do conhecimento (SECI), os tipos de interação (individual e coletivo) os meios (face a face, em grupo e virtual) e os elementos constitutivos de cada etapa do Ba.

QUADRO 13 - AMBIENTE PARA O COMPARTILHAMENTO E CONVERSÃO DO CONHECIMENTO
(continua)

TIPOS DE BA	CONVERSÃO DO CONHECIMENTO	TIPOS DE INTERAÇÃO	MEIOS	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE BA
Ba Origem	Socialização	Individual	Face a face	experiências; sentimentos (cuidado, amor, confiança e compromisso); emoções; modelos mentais.

QUADRO 13 - AMBIENTE PARA O COMPARTILHAMENTO E CONVERSÃO DO CONHECIMENTO
(conclusão)

TIPOS DE BA	CONVERSÃO DO CONHECIMENTO	TIPOS DE INTERAÇÃO	MEIOS	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE BA
Ba Diálogo	Externalização	Coletivo	Em grupo	Habilidades, termos comuns, conceitos.
Ba Sistematização	Combinação	Coletivo	Em grupo e virtual	Tecnologia da informação, redes, <i>groupware</i> , bancos de dados, documentos, correio eletrônico.
Ba Operacionalização	Internalização	Individual	Virtual	Mídia, manuais escritos, programas de simulação.

Fonte: Elaborado pela autora (2017), com base em Nonaka; Toyama; Konno (2000).

Como já mencionando, o Ba proporciona o ambiente necessário para que as conversões do conhecimento ocorram, no contexto individual e em grupo e ao longo do processo de conversão do conhecimento (SECI). Do mesmo modo que o Ba é considerado propício ao compartilhamento de conhecimento, outros fatores são apontados como determinantes neste processo. Baseando-se em uma revisão de literatura sobre o compartilhamento de conhecimento, Ordaz, Cruz e Ginel (2009), pontuam os fatores individuais, organizacionais e tecnológicos que constituem o compartilhamento de conhecimento (Quadro 14):

QUADRO 14 - FATORES INDIVIDUAIS, ORGANIZACIONAIS E TECNOLÓGICOS PARA FOMENTAR O COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

(continua)

Categoria	Fatores	Autores
Fatores individuais	Habilidade	Lee e Choi (2003); Cho e outros (2005).
	Confiança	Roberts (2000); Ardichvili (2008); Vithessonthi (2008).
	Compromisso	Cabrera e outros (2006); Vithessonthi (2008).
	Personalidade	Cho e outros (2005); Cabrera e outros (2006).
	Autoeficiência	Bock e outros (2005); Cho e outros (2005); Cabrera e outros (2006) Lin (2007); Huang e outros (2008).
	Bem estar por ajudar terceiros	Lin (2007).
	Individualismo/Coletivismo	Wolfe e Loraas (2008).
Fatores de grupo	Clima organizacional	Bock e outros (2005); Lin e Lee (2006); Wolfe e Loraas (2008).
	Cultura organizacional	Lee e Choi (2003); Kim e Lee (2006); Ardichvili (2008).
	Estrutura organizativa	Lee e Choi (2003); Kim e Lee (2006); Ardichvili (2008).
	Apoio percebido	Cabrera e outros (2006); Lin (2007); Vithessonthi (2008).
	Autonomia	Cabrera e outros (2006).
	Sistema de recompensas	Ipe (2003); Bock e outros (2005); Cho e outros (2005); Cabrera e outros (2006); Lee e Ahn (2007); Huang e outros (2008); Wolfe e Loraas (2008).
	Práticas de gestão RRHH	Cabrera e Cabrera (2005).

QUADRO 14 - FATORES INDIVIDUAIS, ORGANIZACIONAIS E TECNOLÓGICOS PARA FOMENTAR O COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

(conclusão)

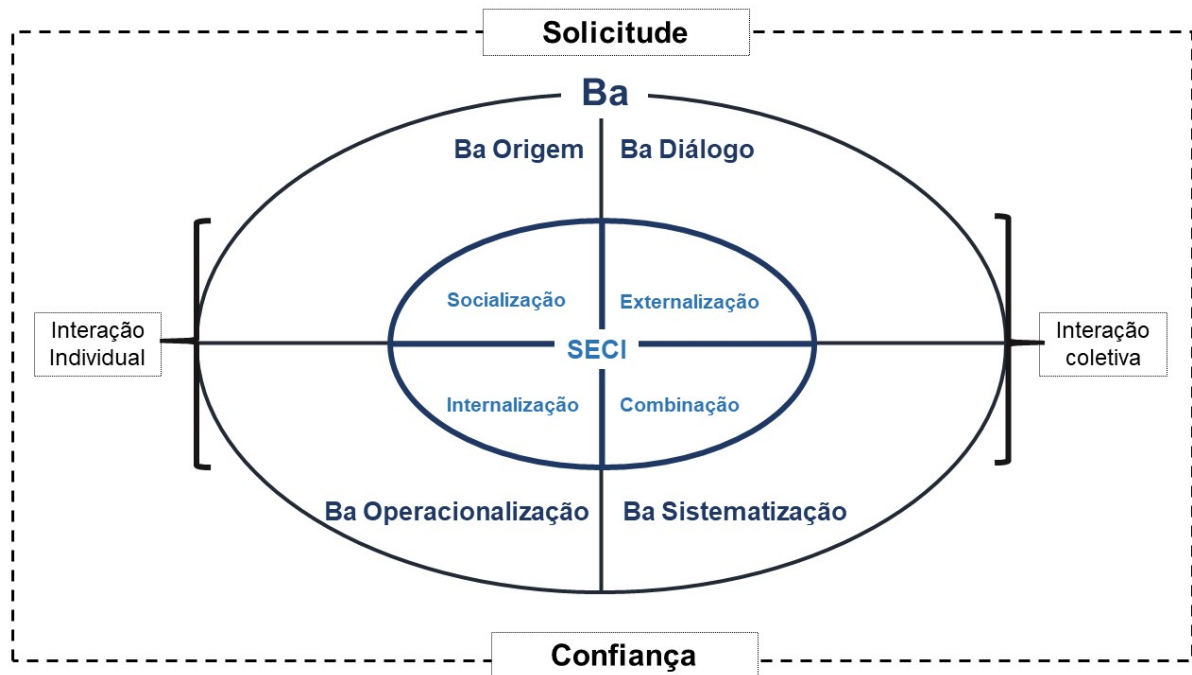
Fatores tecnológicos	TICs/Sistemas de Gestão do Conhecimento	Roberts (2000); Lee e Choi (2003); Cabrera e outros (2006); Kim e Lee (2006); Lin e Lee (2006); Lin (2007); Ardichvili (2008).
----------------------	---	--

Fonte: Ordaz, Cruz e Ginel (2009).

Segundo Ordaz, Cruz e Ginel (2009), o interesse em compartilhar o conhecimento surge a partir do indivíduo, tendo como fatores o compromisso com o grupo, a confiança estabelecida, o bem-estar em ajudar o outro, a reciprocidade (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2010) e a generosidade (ANAND; WALSH, 2016). Os fatores quanto ao grupo dizem respeito às condições promovidas pela instituição, como o clima e cultura organizacional, apoio e autonomia (ANAND; WALSH, 2016; ORDAZ; CRUZ; GINEL, 2009). As Tecnologias da Informação (TI) são outro fator destacado por prover as condições e ferramentas para troca entre o grupo (FERRAZ; DORNELAS, 2015; HOOFF; HUYSMAN, 2009; ORDAZ; CRUZ; GINEL, 2009; SARTORI, 2012). Um motivo que impede o compartilhamento do conhecimento, corresponde ao fato dos indivíduos considerá-lo uma fonte de poder (ANAND; WALSH, 2016; ARDICHVILI, 2008; BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2010; REGO; FONTES; LIMA, 2013). Por esse motivo, a confiança é considerada um importante fator, uma vez que propicia o estreitamento das relações (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011b; REGO; FONTES; LIMA, 2013; ORDAZ; CRUZ; GINEL, 2009; DI CHIARA; ALCARA; TOMAEL, 2010) e “é vista como um meio através do qual o conhecimento pode ser trocado suavemente. Portanto, o alto nível de confiança ajuda a facilitar o compartilhamento de conhecimento”. (TAN *et al.*, 2010, p. 194, tradução nossa),

Segundo Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001), um ambiente é considerado propício à interação dos indivíduos e ao compartilhamento de conhecimento, quando pautado na confiança e na solicitude. Devido à abrangência da solicitude, os autores a desmembram em cinco dimensões: confiança mútua; empatia ativa; acesso à ajuda; leniência no julgamento; e coragem, descritas a seguir. A Figura 6 apresenta os contextos (Ba) para a criação e compartilhamento do conhecimento, o modo de conversão e esses processos permeados pela confiança e pela solicitude.

FIGURA 6 - CONTEXTO BA E SECI PERMEADOS PELA SOLICITUDE E CONFIANÇA



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Nonaka; Toyama; Konno (2000) e Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001).

Confiança mútua: a confiança é considerada a base da solicitude e estabelece-se a partir da reciprocidade entre os indivíduos. Nas relações estabelecidas, as pessoas expõem e enfatizam certos fatos e podem não dar a devida importância a outros. Para tanto, a compreensão sobre o conhecimento do outro pode levar um certo tempo para ocorrer. Entretanto, “não se ajudam as pessoas a crescer e a realizar-se a não ser que se confie nelas no sentido de que usarão os ensinamentos e conselhos de quem pretende ajudá-las da melhor maneira possível” (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001, p. 67).

Empatia ativa: considerada como uma maneira de reconhecer a necessidade das pessoas, colocando-se em uma situação de compreensão baseando-se na perspectiva do outro. A empatia ativa contribui para a construção de uma base emocional nos indivíduos a fim de que ganhem segurança e possam expor suas emoções, sentimentos e necessidades. Esse processo pode auxiliar os participantes a exporem seu conhecimento tácito e “em condições adequadas, os conflitos emocionais, uma vez validados e compreendidos, podem redundar em soluções inovadoras” (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001, p. 68).

Acesso à ajuda: a solicitude deve ser demonstrada na prática e a ajuda deve estar disponível àqueles que precisam fazer uso dela. Uma forma de tornar a ajuda disponível é por meio do comprometimento das pessoas em obter o conhecimento e compartilhá-lo. O indivíduo que detém mais experiência torna-se responsável, neste processo de auxílio, para com os que estão iniciando ou estão em um nível menor de entendimento sobre determinado conhecimento. Nos grupos em que os participantes possuem diferentes níveis de conhecimento, torna-se fundamental o apoio e auxílio para a construção do conhecimento (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001).

Leniência nos julgamentos: essa dimensão assemelha-se aos julgamentos realizados em tribunais, no qual o juiz, pondera em sua decisão, vários fatores que podem estar relacionadas ao ato praticado pelo réu. Em um grupo, “nem os participantes do processo de criação de conhecimento, nem os observadores dos resultados, em termos de conceitos e protótipos, têm condições de julgar em sua plenitude se a microcomunidade estava dando o melhor de si” (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001, p. 70). Nesse contexto, os julgamentos, se não forem aplicados de forma moderada e permitindo que os indivíduos experimentem, podem impedir a criação do conhecimento.

Coragem: a coragem é um elemento demonstrado na relação entre os indivíduos, uma vez que os membros precisam desta atitude para: reconhecerem e aceitarem os experimentos pessoais e do grupo; estarem dispostos a receber os julgamentos do grupo quanto as suas ideias; e ajudarem ao grupo, com suas considerações e contribuições, de forma moderada (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001).

Os relacionamentos estabelecidos e respaldados pela solicitude e suas dimensões, permite que as ideias expostas entre os indivíduos, sejam feitas de maneira despreocupada, sem desconfiança, produzindo um diálogo sem julgamentos e baseado na ajuda, tanto para a construção do conhecimento, quanto a formação de microcomunidades (VON KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001). Segundo Silva, Sartori e Schimiguel (2016, p. 7), "as comunidades se tornam ferramentas importantes na criação e compartilhamento de conhecimento e no avanço do aprendizado individual de um grupo ou organização". Para Wenger, McDermott e Snyder (2002), as Comunidades de Prática (CoPs) podem ser consideradas a forma de promover o ambiente para a criação e compartilhamento do conhecimento.

2.6 COMUNIDADES DE PRÁTICA

Os estudos em Comunidades de Prática (CoPs) vêm sendo desenvolvidos desde a década de 1990, quando se deu o surgimento do conceito (BOLISARI; SCARSO, 2014; LAVE; WENGER, 1991; SARTORI, 2012), demonstrando sua aplicabilidade em áreas governamentais, educacionais, bem como sua amplitude prática em áreas organizacionais (BOLISARI; SCARSO, 2014; COX, 2005; MENDES; URBINA, 2015; WENGER-TRAYNER, 2015a). Segundo Sartori (2012, p. 41), as CoPs “são consideradas como sistemas de gestão eficazes para criar e compartilhar conhecimento, independentemente do local, ou de serem realizadas num ambiente presencial ou virtual”.

Para uma compreensão da abordagem teórica referente aos estudos seminais de CoPs, Cox (2005) realizou uma análise comparativa entre as obras dos autores: Lave e Wenger (1991), Brown e Duguid (1991) Wenger (1998) e Wenger, McDermott e Snyder (2002). O autor evidencia o enfoque dado por cada autor ao utilizar a concepção de CoPs (Quadro 15):

QUADRO 15 - ABORDAGEM E ENFOQUE TEÓRICO PARA A CONCEPÇÃO DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

	Lave e Wenger (1991)	Brown e Duguid (1991)	Wenger (1998)	Wenger, McDermott e Snyder (2002)
Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • aprendizagem estabelecida; • a interação social é o fator para a aprendizagem; 	<ul style="list-style-type: none"> • aprendizagem organizacional; • a união e a resolução de problemas têm como objetivo a inovação; 	<ul style="list-style-type: none"> • aprendizagem, significado e identidade; • destaca a trajetória pelos níveis de participação; 	<ul style="list-style-type: none"> • desenvolvimento de grupos informais; • forma prática para implementar e consolidar uma CoP;
Conceito de comunidade	<ul style="list-style-type: none"> • grupo envolvido em uma atividade prática coerente; 	<ul style="list-style-type: none"> • grupo informal de indivíduos que desenvolvem as mesmas atividades; 	<ul style="list-style-type: none"> • relações sociais e significados crescem em torno do trabalho quando apropriado pelos membros; 	<ul style="list-style-type: none"> • clube informal ou grupo de interesse, dentro de uma organização, favorecendo o aprendizado coletivo;
Visão da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none"> • considera central e ocorre com a socialização de novos membros por participação periférica; 	<ul style="list-style-type: none"> • ocorre de forma coletiva, por meio de soluções colaborativas de problemas do grupo através de narrativas; 	<ul style="list-style-type: none"> • a aprendizagem individual parte da identificação com diferentes comunidades de práticas e pela trajetória das comunidades; 	<ul style="list-style-type: none"> • ocorre por meio da resolução de problemas, reunindo especialistas na aprendizagem de comunidades;

Fonte: Adaptado de Cox (2005).

Como observa-se no Quadro 15, Lave e Wenger (1991), Wenger (1998) e Wenger, McDermott e Snyder (2002) apresentam uma abordagem direcionada a aprendizagem por meio da participação e das interações sociais entre os indivíduos, considerando a heterogeneidade do grupo. Enquanto que Brown e Duguid (1991), definem a comunidade como um ambiente que promove a união de indivíduos de uma mesma área ou que desenvolvam as mesmas atividades, com o objetivo de promover a inovação (COX, 2005). O embasamento teórico para CoPs utilizado neste projeto será pautado nos estudos de Lave e Wenger (1991), Wenger (1998) e Wenger, McDermott e Snyder (2002), em virtude da abordagem dos autores seminais, isto é do processo de aprendizagem por meio das interações, da participação, do contexto social e da diversidade do grupo.

Outro fator destacado para a escolha do embasamento teórico, diz respeito ao fato de Jean Lave e Etienne Wenger, serem os autores que cunharam o termo Comunidade de Prática no ano de 1991 (BOLISAR; SCARSO, 2014; LAVE; WENGER, 1991), definindo-o como “um conjunto de relações entre pessoas, atividades e o mundo” (LAVE; WENGER, 1991, p. 98, tradução nossa). Embora o termo tenha surgido em 1991, a existência das CoPs está presente na história da civilização, desde a Pré-História, percorrendo pela Roma antiga, Idade Média, Revolução Industrial e perdurando até os dias atuais (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

As CoPs traduzem-se em um grupo de indivíduos que possuem interesses ou paixões comuns, que visam o aprimoramento de seus conhecimentos, o compartilhamento de informações e a resolução de problemas (WENGER, 1998; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Nesse contexto os membros interagem, desenvolvem relacionamentos, identificam-se e podem ter diferentes perspectivas diante das experiências produzidas (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Segundo Lave e Wenger (1991), o que define uma comunidade são as relações estabelecidas e o ambiente de aprendizado.

As CoPs assumem diferentes formatos, adequando-se ao ambiente no qual estão inseridas. Sua proposta surge de forma espontânea ou intencional, podendo ser ou não institucionalizada, o grupo de participantes pode ser pequeno ou grande e ainda, envolver indivíduos de um único setor ou de vários departamentos da organização. As CoPs não se limitam à sua estrutura física, estendendo-se geograficamente a outros espaços e empresas e seu ciclo de vida pode ser longo ou

com um prazo determinado para seu encerramento (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

2.6.1 Elementos de uma Comunidade de Prática

O desenvolvimento de uma CoP ocorre com o alinhamento de três elementos: domínio, comunidade e prática. Cada elemento promove de maneira prática o desenvolvimento de uma CoP, baseando-se em algumas perguntas para a orientação do processo, conforme apresentado no Quadro 16 (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002, p. 45-46):

QUADRO 16 - ELEMENTOS, DESCRIÇÃO E PERGUNTAS PARA ORIENTAR O PROCESSO
(continua)

Elementos	Descrição	Perguntas para orientar o processo
Domínio	<ul style="list-style-type: none"> os membros identificam-se com a comunidade e constrói-se um sentido, uma identidade e um senso de responsabilidade comum a todo o grupo. A participação dos indivíduos direciona o aprendizado e traz sentido às atividades. “Um domínio bem definido legitima a comunidade, afirmando seu propósito e valor para os membros e outras partes interessadas (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002, p. 28, tradução nossa). 	<ul style="list-style-type: none"> quais temas e questões interessam aos membros? quais temas estão relacionados com a estratégia da organização e tem importância para os membros? os membros estão preparados para liderar e assumir papéis para promover os temas a serem desenvolvidos? e qual a atuação e influência que os membros desejam manifestar no grupo e externo a ele?
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> define-se pelo engajamento, relações estabelecidas e pela interação contínua dos membros em um ambiente de aprendizado, baseado no respeito e na confiança. A comunidade torna-se o espaço onde os membros têm a liberdade de expor suas ideias, opiniões, ouvir, falar e aprender. Cada indivíduo desenvolve uma identidade em relação à comunidade e a comunidade promove um ambiente de aprendizado. 	<ul style="list-style-type: none"> quais papéis os indivíduos desempenharão? como o encontro ocorrerá e como se estabelecerá a conexão e interação contínua dos membros? quais atividades manterão a energia e o ritmo do grupo e estabelecerão a confiança? como a comunidade irá ponderar os diversos interesses e necessidades dos membros? como o grupo lidará com as divergências entre os membros do grupo? e como os novatos iniciarão sua participação na comunidade?

QUADRO 16 - ELEMENTOS, DESCRIÇÃO E PERGUNTAS PARA ORIENTAR O PROCESSO
(conclusão)

Elementos	Descrição	Perguntas para orientar o processo
Prática	<ul style="list-style-type: none"> utiliza-se o conhecimento para a resolução dos problemas, conforme a agenda de aprendizado estipulada pelos membros. Refere-se à forma de fazer algo e trata-se de ações práticas do conhecimento tácito e explícito. "A prática é um conjunto de estruturas, ideias, ferramentas, informações, estilos, linguagem, histórias e documentos compartilhados pelos membros" (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002, p. 29, tradução nossa). 	<ul style="list-style-type: none"> quais conhecimentos devem ser compartilhados, desenvolvidos e registrados? quais atividades desenvolvidas pelo grupo devem ser organizadas e sistematizadas? como deve ser a organização do repositório de práticas da comunidade? como devem ser padronizados os processos de aprendizado e funcionamento da CoP; qual deve ser o projeto de desenvolvimento a ser realizado? e em qual local encontram-se as fontes de conhecimento?

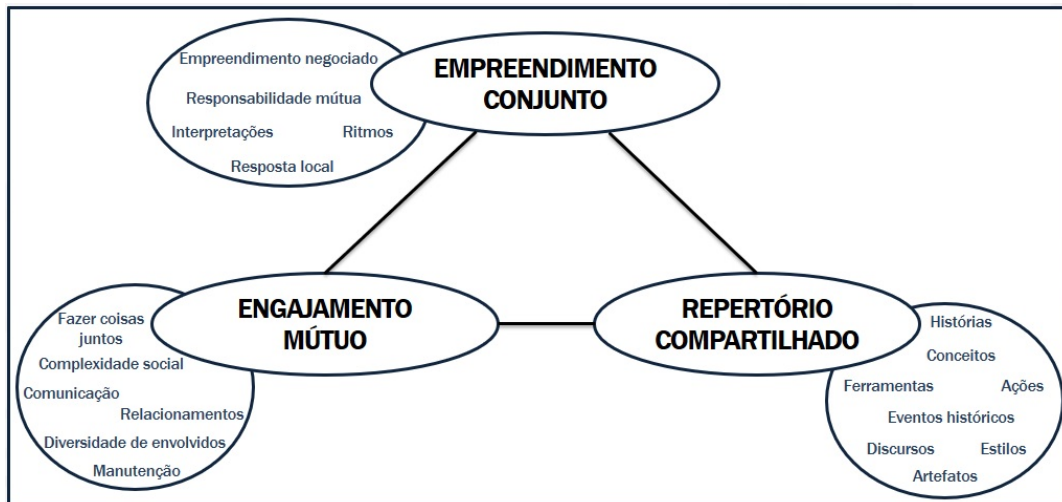
Fonte: Adaptado de Wenger, McDermott e Snyder (2002).

Os três elementos são fundamentais para a constituição de uma CoP. O domínio reflete o interesse de aprendizado do grupo, a comunidade estabelece as relações em um ambiente de confiança e a prática promove o compartilhamento de conhecimento em prol da resolução de um problema. De acordo com Wenger, McDermott e Snyder (2002), "a arte de desenvolvimento da comunidade é usar a sinergia entre domínio, comunidade e prática para ajudar uma comunidade a evoluir e atingir seu potencial" (WENGER, 2002, p. 47, tradução nossa).

2.6.2 Dimensões de uma Comunidade de Prática

Segundo Wenger (1998), as CoPs envolvem três dimensões: engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado (Figura 7).

FIGURA 7 - DIMENSÕES DAS COMUNIDADES DE PRÁTICA



Fonte: Traduzido de Wenger (1998).

Para Wenger (1998), a prática de uma comunidade ocorre por meio do envolvimento dos indivíduos em ações que têm seu significado negociado com os demais. A prática reside nas interações com os membros e a participação dos indivíduos está relacionada com o **engajamento mútuo**. A proposta da comunidade e a coerência de suas ações e atividades envolve um esforço e compromisso dos membros bem como, a sua manutenção torna-se um fator determinante da prática (WENGER, 1998). O compromisso estabelecido na comunidade, permite que exista uma diversidade de conhecimentos no grupo, não sendo necessário a constituição de uma comunidade homogênea. Neste sentido, cada membro encontra seu espaço e sua identidade na comunidade e por meio do engajamento mútuo conecta-se com outros membros. Esse processo envolve as competências e as formas como os indivíduos “fazem” e “sabem”, e como unem-se com os demais. Na comunidade de prática ações de desacordo também sinalizam um tipo de engajamento e participação (WENGER, 1998, p. 77, tradução nossa).

As CoPs desenvolvem-se em contextos históricos, sociais, culturais e institucionais demonstrando que não são independentes e que são influenciadas por tais contextos. Os membros de uma comunidade moldam as condições, recursos e demandas para a prática da comunidade. Para tanto, o **empreendimento conjunto** refere-se a um processo e estabelece a responsabilidade mútua entre os membros. Desta forma, inclui-se pontos como o que falar e o que fazer, prestação de contas, o que importa ao grupo, o que funciona ou não, o que precisa ser melhorado e demais ações que relacionem-se com a comunidade (WENGER, 1998).

O **repertório compartilhado** é composto por elementos que podem ser considerados semelhantes e de produções da comunidade, como: rotinas, conceitos, ferramentas, histórias, símbolos, maneira de fazer algo. "O repertório de uma comunidade é um recurso para a negociação de significado, que é compartilhado em um sentido dinâmico e interativo" (WENGER, 1998, p. 84).

2.6.3 Participação em Comunidades de Prática

O envolvimento dos membros nas CoPs ocorre voluntariamente e por diferentes motivos e interesses, seja pelo conhecimento em um tema específico, pelos relacionamentos estabelecidos ou por uma prática que pretendem conhecer (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). A participação dos membros denota identidade com o grupo e neste processo existe uma ação e conexão, tanto pessoal como social (WENGER, 1998).

Wenger, McDermott e Snyder (2002) definem três grupos de participantes das CoPs: grupo principal, grupo ativo e os periféricos e Wenger-Trayner (2011b), inclui os grupos ocasionais e transacionais (Figura 8):

FIGURA 8 - NÍVEIS DE PARTICIPAÇÃO NA COPS



Fonte: Traduzido de Wenger-Trayner (2011b).

Segundo Wenger, McDermott e Snyder (2002) e Wenger-Trayner (2011b), cada grupo apresentado na Figura 7, possui características e interesses distintos em sua participação.

- a. grupo principal: considerado o núcleo central e que mantém a energia da comunidade. Compreende um número pequeno de pessoas, entre 10% e 15% da comunidade;
- b. grupo ativo: este grupo participa de ocasiões específicas, sem a intensidade do grupo principal. Abrange entre 15% e 20% da comunidade;
- c. grupo ocasional: a participação deste grupo ocorre, em determinados momentos, devido ao interesse na abordagem de temas específicos;
- d. grupo periférico: este grupo observa as atividades da comunidade e participa esporadicamente. Envolve a maioria dos membros da comunidade;
- e. grupo transacionais: a participação deste grupo envolve a prestação de determinado serviço, ou a busca pela obtenção de determinada informação, ou acesso ao conhecimento produzido pela comunidade.

Os indivíduos podem transicionar de grupo conforme seu envolvimento com as CoPs e o ingresso de novos membros traz novas perspectivas, ideias e novos direcionamentos (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Os membros de uma CoP contribuem com suas competências e habilidades e os conhecimentos produzidos pelo grupo são disseminados nas áreas e setores onde os membros estão inseridos e exercem suas funções. As CoPs não restringem o conhecimento a um instrumento, mas o integram as suas atividades e ações de forma prática (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

2.6.4 Comunidades de Prática Virtuais (CoPsV)

As CoPs baseiam-se no interesse comum, no compartilhamento de conhecimento na prática de resolução de problemas. A forma como os membros se conectam, presencialmente ou virtualmente, não interfere na configuração de uma CoPs (WENGER-TRAYNER, 2011a). Segundo Wenger *et al.* (2005, p. 2), "uma comunidade implica uma experiência de união que se estende através do tempo e

espaço", a sequência da união se baseia nas ações de interações e atividades entre os indivíduos. Neste processo, a tecnologia proporciona a aproximação não presencial dos indivíduos, considerando o tempo e o espaço (WENGER *et al.*, 2005).

Segundo Castells (1999), a internet permite ampliar as relações, as interações e a cooperação entre os indivíduos.

A internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica. Parece que as comunidades virtuais são mais fortes do que os observadores em geral acreditam. Existe indícios substanciais de solidariedade recíproca na Rede, mesmo com usuários com laços fracos entre si. (Castells, 1999, p. 445).

A internet permitiu que as CoPs Virtuais se tornassem um instrumento essencial para o compartilhamento de conhecimento (TERRA; GORDON, 2002), bem como as Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC's) proporcionam o desenvolvimento das comunidades (LEE; HONG; SUH, 2016; NISTOR *et al.*, 2013; SILVA; SARTORI; SCHIMIGUEL, 2016). Segundo Chiu, Hsu e Wang (2006), as comunidades virtuais são um grupo de pessoas com interesses e práticas comuns que interagem para o compartilhamento de conhecimento por meio de redes virtuais, bem como interagem por meio de mensagens eletrônicas (LEE; HONG; SUH, 2016). A motivação e a confiança são fatores para as trocas das CoPsV e as atividades são consideradas bem-sucedidas quando envolvem a participação ativa dos membros (CHIU; HSU; WANG, 2006; ARDICHVILI, 2008).

De acordo com Ardichvili (2008), os fatores que determinam o sucesso das CoPsV, podem ser divididos em: a) fatores motivacionais à participação nas CoPsV; b) barreiras a participação; c) facilitadores à participação;

a) **Os fatores motivacionais à participação nas CoPs**, dividem-se em benefícios pessoais, relacionados à comunidade e em normativas:

1. **Benefícios pessoais:** status e o avanço da carreira; melhoria de reputação profissional; benefícios emocionais (aumento da autoestima; capacidade em contribuir; e sentir-se útil); benefícios intelectuais (desenvolvimento de competências; expansão de perspectiva; e encontrar novos desafios); e ganho material (participação da comunidade ligada à remuneração e benefícios);
2. **Relacionadas com a comunidade:** compartilhar o conhecimento como forma de estabelecer laços com outros; compartilhar como

meio de construir uma comunidade mais forte; e fortalecer a estrutura da comunidade como forma de protegê-la de ameaças externas;

3. **Normativas:** valores e visão compartilhados; conformidade; e reciprocidade.

b) **As barreiras a participação:** considerações interpessoais; falta de compreensão quanto aos benefícios; falta de aptidão tecnológica; e normas culturais (ARDICHVILI, 2008).

c) **Os facilitadores a participação:** cultura organizacional e liderança; ambiente de confiança; ferramentas e suporte de apoio; tecnologias adequadas (ARDICHVILI, 2008); e recursos de fácil acesso e compreensão (BARNETT *et al.*, 2012; NISTOR *et al.*, 2013).

Os fatores motivacionais podem ser incentivados a partir do sentimento de pertencimento à comunidade, sendo este fomentado por condições de diálogo, troca de conhecimento e experiências. O compartilhamento de conhecimento pode se dar a partir da remoção das barreiras, aliado à criação e desenvolvimento dos facilitadores. O fator motivacional para o compartilhamento de conhecimento encontra-se nos benefícios pessoais que a comunidade pode proporcionar (ARDICHVILI, 2008). Os indivíduos têm interesses em participar de uma comunidade e fazer parte do grupo, entretanto buscam uma recompensa pessoal e ter uma reputação diante dos membros (LEE *et al.*, 2015).

Segundo Wenger *et al.* (2005), os recursos, ferramentas e plataformas de CoPs podem variar de acordo com as necessidades, as evoluções, o interesse e as perspectivas dos membros. Em razão da diversidade de tecnologias disponíveis, as CoPs podem utilizar-se de ferramentas para auxiliar no compartilhamento de conhecimento (NISTOR *et al.*, 2013; WENGER *et al.*, 2005). As ferramentas e recursos apontados por Wenger *et al.* (2005) e os autores Aula Planeta (2015), Cardona (2010), Corcoran e Duane (2016), Edgar *et al.* (2010), Leão (2015) e Kay e Andrade (2014) são agrupadas de acordo com o tipo de atividade (assíncronas, síncronas e de publicação e atividades de construção (participação individual e cultivo de comunidade), conforme apresentado no Quadro 17.

QUADRO 17 – FERRAMENTAS QUE AUXILIAM NO COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

Interações		Ferramentas/Recursos apontadas por Wenger <i>et al.</i> (2005)	Ferramentas/Recursos apontadas por Aula Planeta (2015); Cardona (2010), Corcoran e Duane (2016); Edgar <i>et al.</i> (2010); Leão (2015); e Kay e Andrade (2014)
Tipo de atividades	Interações Síncronas e Assíncronas	e-mail, fórum de discussão, lista de e-mails, wiki e blog, mensagens instantâneas, chats, indicadores de presença, telefonia, vídeo, compartilhamento de aplicativos, apresentação de slides e vídeos, <i>white board</i> , e <i>podcasting</i> .	e-mail, fórum de discussão, lista de distribuição, wiki e blog, chats, vídeo, videoconferência, <i>podcasting</i> , entrevista com especialistas reuniões em grupo, glossário e diário.
	Publicação	<i>podcasting</i> , calendário, newsletters, controle de versão, repositório de documentos, RSS feeds, biblioteca, compartilhamento de arquivos, gerenciamento de objetos, wikis e blogs.	<i>podcasting</i> , agregadores de conteúdo (RSS), wikis e blogs.
Atividades de construção	Participação Individual	bloco de anotações, personalização, perguntas e respostas, assinaturas, novos indicadores, agregadores RSS, página pessoal de perfil, pesquisa, índice de site e navegação.	questionários; e agregadores de conteúdo (RSS).
	Cultivo da Comunidade	estatísticas de participação, reflexo da comunidade, gerenciamento de segurança, programação, subgrupos, diretório de membros.	-

Fonte: Elaborado a partir de Aula Planeta (2015), Cardona (2010), Corcoran e Duane (2016), Edgar *et al.* (2010), Leão (2015), Kay e Andrade (2014) e Wenger *et al.*, 2005.

Os recursos e ferramentas apoiados pela tecnologia facilitam a aproximação dos indivíduos (LAVHENGWA *et al.*, 2014) e produzem formas diferenciadas de comunicação e interação (CARDONA, 2010; EDGAR *et al.*, 2010). Visto que são indicadas como mediadoras no processo de criação e compartilhamento de conhecimento, bem como na aprendizagem de um grupo de indivíduos (AULA PLANETA, 2015; CARDONA, 2010, CORCORAN; DUANE, 2016; EDGAR *et al.*, 2010; LEÃO, 2015; LEE *et al.*, 2015). Além disso, as ações de um grupo podem dispor de ferramentas específicas, de acordo com as atividades e tarefas que pretendem ser desenvolvidas pelos indivíduos (ACTUALIDAD PEDAGÓGICA, 2013; AULA PLANETA, 2015; CARDONA, 2010; LEÃO, 2015) conforme apresentado no Quadro 18.

QUADRO 18 – FERRAMENTAS PARA ATIVIDADES E TAREFAS ESPECÍFICAS

Atividades e tarefas	Ferramentas
Comunicação oral e escrita	Google Hangouts; Skype; e Twitter.
Iniciativas pessoais colaboração e empreendedorismo	Wikis; blogs; Softwares para construção de mapas mentais e conceituais; programas organização de ideias e brainstorm.
Habilidades colaborativas e interpessoais	Google Drive; e Draftin.
Responsabilidade Social	Plataformas de financiamento coletivo.
Organização da informação e do conhecimento (elaboração de diagramas)	Softwares para construção de mapas mentais e conceituais; programas para elaboração de diagramas e tabelas; calendários; gerenciador de tarefas; blocos de notas.
Compartilhamento e edição conjunta de arquivos	Dropbox; e Google Drive;
Interface Web 2.0	Redes sociais; podcastng; e videocasting.

Fonte: Elaborado a partir de Actualidad Pedagógica (2013), Aula Planeta (2015), Cardona (2010) e Leão (2015).

As ferramentas apresentadas suportam o processo de aprendizado, tal como a atuação e a colaboração dos indivíduos (AULA PLANETA, 2015). Segundo Lavhengwa *et al.* (2014), o conhecimento pode ser desenvolvido, por meio da criação de plataformas que estimulem e promovam o trabalho em conjunto. Para Wenger *et al.* (2005), existem plataformas que combinam mais de um recurso/ferramenta apontadas nos Quadros 17 e 18, para o auxílio e suporte ao compartilhamento de conhecimento nas CoPs. De acordo com Fiorio, Silva e Ribeiro (2011), ambientes virtuais de aprendizagem (AVA) como o Moodle, tornam-se uma oportunidade para a constituição de CoPs visto que apresentam ferramentas de interação assíncronas ou síncronas, acessível aos usuários e sem exigir prévios conhecimentos para acesso às plataformas. O uso de recursos simplificados e de fácil utilização e compreensão, favorecem a aceitação da tecnologia e a participação nas CoPsV (NISTOR *et al.*, 2013). Para tanto, a plataforma Moodle oferece opções de interações entre indivíduos e grupos, tratando assuntos específicos e a resolução de problemas (FIORIO; SILVA; RIBEIRO, 2011), além de serem ambientes que auxiliam no desenvolvimento de competências e habilidades dos indivíduos (KAHANE, 2016).

A ComPrática⁵, uma CoPV formada por professores, alunos e pesquisadores na área de biologia, utiliza-se da plataforma Moodle selecionada por ser considerado um ambiente que promove o aprendizado de forma colaborativa, fazendo uso de

⁵ ComPrática – Comunidade de Prática Virtual entre professores, alunos e pesquisadores da Universidade Federal da Bahia-UFBA (<http://www.antigomoodle.ufba.br/course/view.php?id=8823>).

interações assíncronas (fóruns) e síncronas (chats), assim como por permitir o registro de materiais produzidos pelo grupo e de repositórios (EL-HANI; GRECA, 2011).

As CoPs apresentam características próprias, alocam-se em diferentes instituições e compreendem interesses e necessidade diversificadas. Por esse motivo, as CoPsV precisam ser elaboradas de maneira específica para cada grupo. Para tanto, alguns fatores devem ser considerados, como: (i) o nível de conhecimento tecnológico dos membros; (ii) os recursos financeiros para o custeio das ferramentas; (iii) o uso de aplicativos simplificados; e (iv) a compatibilidade com softwares utilizados pelas instituições em que a CoP será inserida (WENGER *et al.*, 2005).

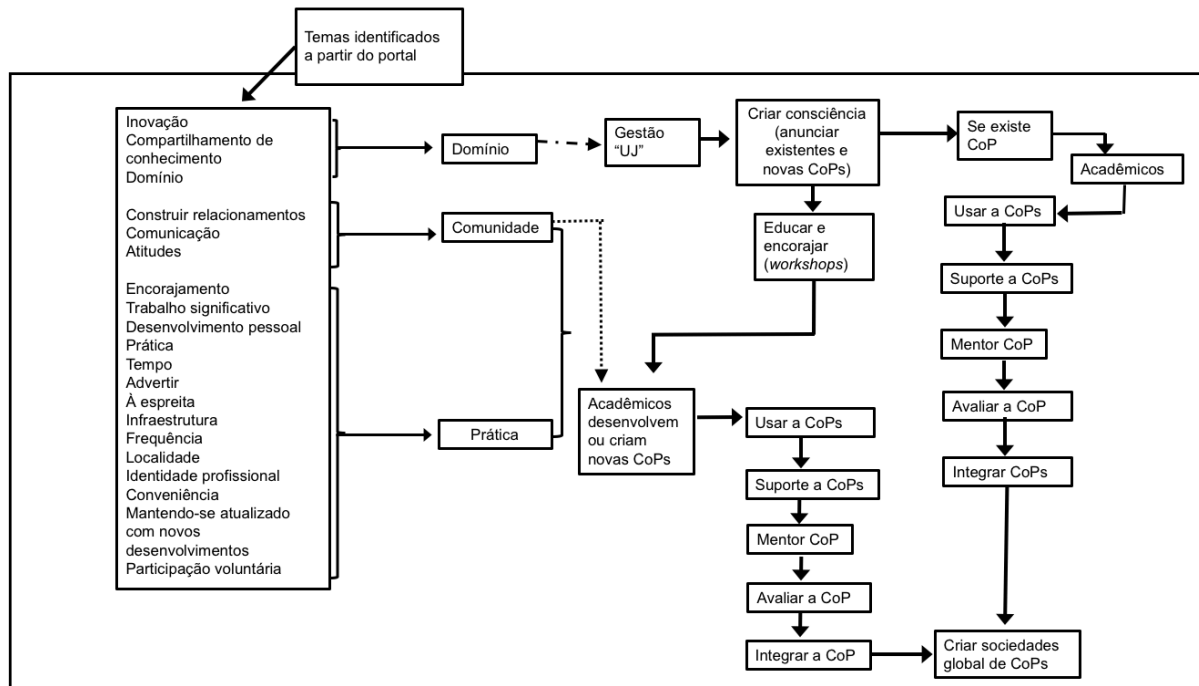
2.6.5 Comunidades de Prática Virtual para o Incentivo ao Empreendedorismo Social

De acordo com Buckley e Strydom (2015, p. 49, tradução nossa), as CoPs nas Instituições de Ensino Superior possibilitam que as salas de aula se abram ao mundo, “permitindo que diversas equipes de estudantes, formadas por membros de vários cantos do planeta, colaborem e resolvam problemas do mundo real e os males da sociedade”. As CoPs são uma forma de conectar acadêmicos e tornar essa prática um diferencial para a instituição:

Pode-se argumentar que os acadêmicos em busca de conhecimento se conectam com aqueles que a possuem e desta forma eles são capazes de melhorar sua prática e criar uma vantagem competitiva sustentável para si e para a instituição. Uma maneira de conseguir isso é através de uma COP. (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011a, p. 104, tradução nossa).

Para que as CoPs sejam desenvolvidas e tenham êxito nas Instituições de Ensino Superior, a gestão deve apoiar esse processo ativamente (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011a). A Figura 9, apresenta um modelo de estrutura desenvolvido por Buckley e Giannakopoulos (2011a) para a criação de uma CoP em uma Instituição de Ensino Superior.

FIGURA 9 - MODELO DE ESTRUTURA PARA A CRIAÇÃO DE UMA COP EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR



Fonte: Adaptado de Buckley e Giannakoupolos (2011a).

O modelo proposto por Buckley e Giannakoupolos (2011a) apresenta uma forma de auxiliar na criação ou no suporte de CoPs, bem como aponta esse ambiente propício ao compartilhamento de conhecimento nas universidades. O modelo usou como base os elementos: domínio, comunidade e prática. O domínio foi atribuído a gestão da instituição, por ser a responsável por prover os recursos para o fornecimento de conhecimento e a comunidade e a prática foram atribuídas aos alunos. Segundo Buckley e Toit (2009), as CoPs são uma forma de disseminar e potencializar o aprendizado e seu sucesso envolve o interesse do indivíduo em compartilhar o conhecimento e em participar ativamente da comunidade. Em uma Instituição de Ensino Superior, o interesse por parte do indivíduo em compartilhar o conhecimento associado às tecnologias de comunicação, podem ser as condições necessárias para a criação de uma CoP (BUCKLEY; GIANNAKOPOULOS, 2011a). As CoPs no contexto universitário devem ser valorizadas, considerando o compartilhamento do conhecimento uma ferramenta de sobrevivência institucional.

A relevância das CoPs, envolvendo pesquisadores e o compartilhamento de conhecimento colaborativo com o intuito de resolver problemas globais é percebido no movimento de ciência aberta na Rede *Open and Collaborative Science in Development Network - OCSNet*, que tem como objetivo mobilizar e apoiar

pesquisadores e projetos da rede Sul Global, verificar as práticas de conhecimento das redes que discutem o tema, bem como se pauta na colaboração e participação de indivíduos de diversos contextos institucionais. A rede considera que países em desenvolvimento devem fortalecer redes de pesquisadores que concentrem suas pesquisas e a produção de conhecimento em prol da resolução de problemas sociais e locais (CHAN; OKUNE; SAMBULI, 2015; OCSD, 2017). CoPs que envolvem professores, pesquisadores e alunos podem promover uma aproximação entre a pesquisa e a aplicação prática, uma vez que este ambiente promove o trabalho conjunto e colaborativo. Este ambiente pode contribuir para pesquisas e o desenvolvimento de projetos conjuntos (EL-HANI; GRECA, 2011).

Diante deste contexto, a proposição de uma Comunidade de Prática para o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil, considerou como atores no processo, os alunos, os professores e os coordenadores, bem como incluiu como fatores para a estruturação da proposta: (i) os elementos (domínio, comunidade e prática); (ii) as dimensões (engajamento mútuo, empreendimento conjunto, repertório compartilhado); e (iii) a participação e o nível de envolvimento dos membros (WENGER, 1998). Do mesmo modo, que fundamentou-se nos aspectos:

- a) A Comunidade de Prática como um ambiente de aprendizagem em que os indivíduos possuem interesses comuns, estabelecem relações, constroem e compartilham conhecimento, por meio da prática de resolução de problemas (WENGER, 1998; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002), bem como, um espaço para desenvolver os elementos de excelência que contibuem para as ações de Empreendedorismo Social nas Universidades (BROCK; ASHOKA U; 2011);
- b) A Universidade, como um espaço para a disseminação do tema e de práticas de Empreendedorismo o Social (OLIVEIRA, 2004b), incluindo nesse processo coordenadores, professores, pesquisadores e alunos (YUNUS, 2010). No âmbito universitário, as CoPs podem contribuir para que a produção e compartilhamento de conhecimento gerado, vise resolver problemas de natureza social e que o conhecimento retorne à sociedade, na forma de iniciativas, projetos e possíveis negócios e empresas sociais.

c) O incentivo ao Empreendedorismo Social considera a abrangência do termo por envolver iniciativas que pode assumir ou não, o formato de um negócio ou empresa social.

A proposição da Comunidade de Prática destinada para o incentivo ao Empreendedorismo Social, deve pautar-se nos fatores destacados e fundamentar-se nos princípios de implementação e consolidação de uma CoP.

2.6.6 Princípios para Implementação e Consolidação de uma Comunidade de Prática

As ações e atividades das CoPs são pautadas em sete princípios, que visam auxiliar a compreensão e implementação da comunidade (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002), sendo estes:

1) projeto para evolução: as comunidades são orgânicas e por esse motivo sua constituição não se estabelece do zero. O dinamismo das CoPs é fundamental para sua evolução, uma vez que são constantemente permeadas pela entrada de novos membros e novos conhecimentos, por mudanças no ambiente onde estão inseridas, por avanços tecnológicos e por demais fatores que podem interferir em sua evolução. O modelo proposto envolve seu desenho e seu redesenho ao longo de sua existência. A evolução deve combinar elementos para projetar e acelerar seu desenvolvimento(WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

2) abrir-se ao diálogo entre perspectivas internas e externas: a construção de uma comunidade ocorre por meio da experiência e do conhecimento coletivo dos participantes. Os membros internos compreendem as questões do domínio, comunidade e prática, reconhecendo as reais necessidades da comunidade. No entanto, uma perspectiva de indivíduos externos à comunidade auxilia a vislumbrar outras possibilidades e esses indivíduos trazem informações sobre o que comunidade pode alcançar e como crescer (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

3) convidar diferentes níveis de participação: os membros possuem diversos interesses em participar de comunidades, por isso têm diferentes níveis de envolvimento. Como abordado na seção 2.6.3, a participação dos indivíduos nas CoPs é dividida em cinco grupos: principal, ativo, periférico, ocasional e transacional. Os

membros enquadram-se nos grupos de acordo com sua relação com a comunidade e frequência de participação, podendo alternar-se entre grupos conforme seu interesse e engajamento (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

4) desenvolver comunidades em espaços públicos e privados: os encontros das comunidades são considerados eventos públicos, em que os membros se encontram presencialmente ou virtualmente. Contudo o líder da comunidade deve desenvolver espaços privados, mantendo um relacionamento estreito com cada um dos membros, a fim de verificar problemas e questões, dentro e fora da comunidade. A promoção dos espaço privado ajuda a desenvolver o espaço público (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

5) foco no valor: o crescimento da comunidade agrega valor aos membros e à instituição, entretanto o valor da CoPs não é facilmente visualizado e pode ser alterável ao longo de seu desenvolvimento. As ações mais relevantes em uma comunidade são as interações que ela propicia e seu valor pode levar tempo para ser percebido (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

6) combinar familiaridade e emoção: as comunidades são um ambiente confortável e familiar onde os membros têm a liberdade de expor suas opiniões e ideias, pedir conselhos e conversar, sem receios ou reservas. As ações desenvolvidas na CoP precisam ser rotineiras para estabelecer as relações e ao mesmo tempo desafiadoras, para contribuir com novidades (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

7) criar um ritmo para comunidade: assim como a vida cotidiana dos indivíduos possui um ritmo, as CoPs também o possuem e são influenciadas por suas interações. O ritmo da comunidade é o indicador de sua vivacidade e encontrar o compasso para cada etapa se faz necessário. Uma comunidade saudável e bem estabelecida possui um ritmo forte e equilibrado, uma comunidade sobrecarregada apresenta um ritmo acelerado e uma comunidade em ritmo lento será apática (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

Do mesmo modo que os sete princípios são essenciais para a implementação de uma CoP, existem fatores críticos de sucesso para que as comunidades alcancem êxito. Santos (2010, p. 148) elaborou uma relação desses fatores (Quadro 19):

QUADRO 19 - FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DAS COPS

Relação	Fatores Críticos de Sucesso
Domínio	<ul style="list-style-type: none"> • a identificação dos domínios de interesses e a identificação do conhecimento pré-existente dos participantes da CoP; • a identificação de potenciais líderes; • a participação dos membros e de especialistas no domínio de conhecimento da comunidade;
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> • aprendizado mútuo; • a comunicação, os relacionamentos e os objetivos comuns; • solução de conflitos baseada na transparência; • a existência de regras de comportamento (relativas à privacidade, à propriedade intelectual e ao uso das ferramentas da CoP); • o estabelecimento de um ritmo adequado para a comunidade; • a formalização de eventos organizados em conjunto (interações), para que os membros da CoP se sintam como parte de uma comunidade;
Prática	<ul style="list-style-type: none"> • a interiorização das melhores práticas; • as atividades culturais; • a disponibilização de recursos para armazenar e recuperar não só informações enviadas, mas também os conhecimentos criados pela CoP; • a reificação (exemplos: formulários, FAQ e bancos de dados); • a importância de monitorar e avaliar os resultados da CoP;
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • o incentivo à discussão entre os membros da comunidade e as pessoas de fora dela; • a moderação atuante (estimular discussões, conectar membros, manter o foco da comunidade e mediar conflitos); • o estabelecimento de entendimentos compartilhados pelo grupo;
Participação	<ul style="list-style-type: none"> • a certificação de que os membros da comunidade dispõem de tempo e estão estimulados a participarem das atividades;
Confiança e motivação	<ul style="list-style-type: none"> • a cultura (com base na construção de valores fundamentais, na confiança e na reciprocidade); • a motivação e o comprometimento dos membros em participar ativamente na criação e no compartilhamento de conhecimentos;
Tecnologias	<ul style="list-style-type: none"> • as ferramentas de informática e o apoio da organização; • a transmissão de sinais não verbais (são sinais enviados em adição aos textos das mensagens escritas, com o objetivo de aumentar a chance da comunicação ser eficaz);

Fonte: Adaptado de Santos (2010, p. 148).

Observa-se que os fatores críticos de sucesso estão relacionados com: (i) o domínio - sendo necessário identificar os especialistas de conhecimento; (ii) a comunidade - englobando o processo de aprendizado, os relacionamentos, objetivos comuns, assim como um ritmo a CoP; (iii) a prática – em termos de atividades e recursos para sistematizar o conhecimento produzido, assim como avaliá-lo; (iv) ambiente – espaço para o compartilhamento de conhecimento com liberdade; (v) a participação – motivando e verificando a disponibilidade dos membros; (vi) a confiança e a motivação – valores necessários para compartilhamento; e (vii) a tecnologia – baseado nas ferramentas necessárias para suporte da CoP (SANTOS, 2010).

Os fatores críticos de sucesso contribuem para a implementação, e consolidação das CoPs e uma vez que a comunidade se desenvolve, propicia

benefícios de curto e longo prazo para os membros e para a organização, conforme apresentado no Quadro 20 (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002):

QUADRO 20 - BENEFÍCIO DAS COPS ÀS ORGANIZAÇÕES E AOS MEMBROS

	Benefício de curto prazo	Benefício de longo prazo
Benefícios para as organizações	<ul style="list-style-type: none"> • resolução de problemas; • agilidade nas respostas às questões; • redução de tempo e custo; • melhora na qualidade das decisões; • maior perspectiva sobre os problemas; • sinergia entre as unidades; • recursos para implementações de estratégias; • qualidade de garantia reforçada; • capacidade de assumir riscos com o apoio da comunidade; 	<ul style="list-style-type: none"> • capacidade de executar um plano estratégico; • autoridade com o cliente; • aumento da retenção de talentos; • capacidade para projetos de desenvolvimento do conhecimento; • fórum para <i>benchmarking</i> com as unidades da organização; • alianças baseadas no conhecimento; • surgimento de capacidades não planejadas; • capacidade de desenvolver novas opções estratégicas; • capacidade de prever os desenvolvimentos tecnológicos; • capacidade de aproveitar as oportunidades de mercado emergentes;
Benefícios para os indivíduos	<ul style="list-style-type: none"> • ajuda com desafios; • acesso a competências; • melhor capacidade para contribuir com a equipe; • confiança na abordagem de problemas; • diversão com colegas; • participação significativa; • sentido de pertencimento; 	<ul style="list-style-type: none"> • fórum para expandir as habilidades e experiências; • rede para manter-se a a par de um campo; • aprimoramento profissional; • aumento da comercialização e da empregabilidade; • forte senso de identidade profissional;

Fonte: Adaptado de Wenger, McDermott e Snyder (2002).

Os benefícios promovidos pelas CoPs, repercutem nos membros, sendo apontados: auxílio com os desafios, resolução de problemas, confiança para abordar problemas, senso de pertencimento, identidade profissional, participação significativa, acesso a competências diversas e acesso a uma rede de contato. Da mesma maneira são observados ganhos para as organizações, sendo: uma maior perspectiva, agilidade e a resolução dos problemas, retenção de talentos, melhoria na tomada de decisão, alianças estabelecidas com base no conhecimento, capacidade de previsão de desenvolvimento tecnológico, opções estratégicas e observância aos mercados emergentes (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

Conforme exposto nesta seção, as CoPs têm como foco as formas de aprendizagem prática, a troca e o compartilhamento de conhecimento, por meio das interações estabelecidas, em um ambiente presencial ou virtual. O desenvolvimento das comunidades é fundamentado nos elementos: domínio, comunidade e a prática,

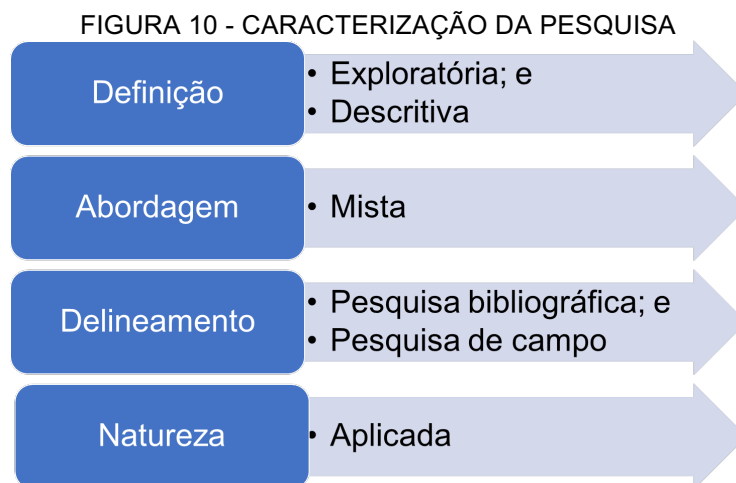
assim como envolve as dimensões: empreendimento conjunto, engajamento mútuo e repertório compartilhado. Os membros participam voluntariamente e possuem diferentes níveis de engajamento. As características das CoPs as permitem serem desenvolvidas em diversos ambientes institucionais, entretanto necessitam ser elaboradas de acordo com as especificidades de cada grupo e contexto. No âmbito universitário, as CoPs são apontadas como uma forma de estratégia para promover o desenvolvimento de projetos de diferentes naturezas (pesquisa, ensino e extensão), assim como apresentam relevância na contribuição para a produção e o compartilhamento de conhecimento que tenha como foco a resolução de problemas de natureza social.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nesta seção, será descrita a metodologia utilizada na pesquisa, especificamente, a caracterização, o ambiente de pesquisa, a população e amostra selecionada, a coleta e análise de dados, bem como os resultados preliminares da pesquisa.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A caracterização da pesquisa compreende a definição, abordagem, delineamento e natureza da pesquisa, conforme apresentado na Figura 10.



Fonte: Elaborada pela autora (2017).

A pesquisa define-se como exploratória e descritiva. Exploratória, uma vez que visa ampliar a compreensão sobre os temas Comunidades de Prática e Empreendedorismo Social, por meio de uma aproximação do problema de pesquisa, a fim de tornar os fatos conhecidos, aprimorar ideias (GIL, 2002), bem como, "buscar conhecimento para uma questão sobre a qual as informações disponíveis são, ainda, insuficientes" (VIEIRA, 2009, p. 6). Justifica-se como descritiva, uma vez que pretende estabelecer relações entre a população pesquisada e suas características (GIL, 2002).

A abordagem descreve-se como mista (qualitativa e quantitativa), sendo que as pesquisas quantitativas baseiam-se em informações numéricas e o pesquisador utiliza-se de métodos estatísticos para comparar as variáveis estabelecidas e as

pesquisas qualitativas, pautam suas informações em levantamentos de opiniões dos respondentes (VIEIRA, 2009).

O delineamento da pesquisa se deu por meio de pesquisa bibliográfica, fundamentada principalmente em livros e artigos (GIL, 2002) e de campo, uma vez que busca levantar informações, quanto a uma problemática a ser respondida, ou ainda, aprofundar seu conhecimento quanto a um determinado grupo ou evento, considerando as relações estabelecidas entre eles (MARCONI; LAKATOS, 2007; GIL, 2002). A natureza da pesquisa consistiu-se em aplicada, visto que seu objetivo é a proposição de uma Comunidade de Prática para o incentivo ao Empreendedorismo Social.

3.2 AMBIENTE E AMOSTRA DA PESQUISA

A pesquisa realizou-se nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. Neste projeto de pesquisa, os termos utilizados para as Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), tiveram como base, o quadro conceitual, elaborado a partir da Portaria Normativa nº 40, de 12 de dezembro de 2007, utilizada pelo Ministério da Educação e as denominações apontadas pela Divisão de Temas Educacionais do Ministério das Relações Exteriores (BRASIL, 2010; 2017), apresentado no Apêndice A.

No Brasil, as Instituições de Ensino Superior (IES) são classificadas de acordo com a categoria administrativa em públicas: federal, estadual e municipal; e privadas: comunitárias, confessionais e filantrópicas. São classificadas ainda, conforme a organização acadêmica em: Universidade, Centro Universitário, Faculdade e Institutos Federais (BRASIL, 1996, 2017; LDB, 2016).

De acordo com o Censo de Educação Superior de 2015 (INEP, 2016), no Brasil há um total de 2.364 Instituições de Ensino Superior (IES), considerando as quatro organizações acadêmicas (Universidade, Centro Universitário, Faculdade e Institutos Federais/CEFET) sendo distribuídas geograficamente, conforme apresentado na Tabela 1.

TABELA 1 - TOTAL DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR, CONFORME ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA

Região da Federação	Instituições				Total Geral
	Universidades	Centros Universitários	Faculdades	IF e CEFET	
	Total	Total	Total	Total	
Norte	17	9	117	7	150
Nordeste	39	12	394	11	456
Sudeste	78	90	939	11	1.118
Sul	47	24	328	6	405
Centro-Oeste	14	14	202	5	235
Total de IES no Brasil	195	149	1.980	40	2.364

Fonte: Adaptado de INEP (2016).

Do total de 2.364 instituições, de acordo com a organização acadêmica, 195 são consideradas, Universidades (8,25%), sendo que, de acordo com a categoria administrativa, 107 são instituições públicas (Federal, Estadual e Municipal) e 88 instituições privadas (Quadro 21).

QUADRO 21 - TOTAL DE UNIVERSIDADES, DE ACORDO COM A ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA

Categoria Administrativa		Total de Universidades
Pública	Federal	63
	Estadual	38
	Municipal	6
Privada		88
Total Universidades no Brasil		195

Fonte: Adaptado de INEP (2016).

Levando em consideração apenas as Universidades Federais, este número limita-se a 63 instituições (2,66%), distribuídas geograficamente, conforme Quadro 22:

QUADRO 22 - TOTAL DE UNIVERSIDADES FEDERAIS POR REGIÃO GEOGRÁFICA

Região da Federação	Total de Universidades Federais
Norte	10
Nordeste	18
Sudeste	19
Sul	11
Centro-Oeste	5
Total de Universidades Federais no Brasil	63

Fonte: Adaptado de INEP (2016).

De acordo com o Quadro 22, a Região Sudeste apresenta a maior concentração de Universidades Federais (19), seguida do Nordeste (18) e da Região o Sul (11).

A fim de selecionar as universidades para a pesquisa, ponderou-se: (i) as restrições quanto a extensão, recursos financeiros e o prazo para a pesquisa (GIL, 2002, p. 164); (ii) a possibilidade de expansão do tema, na Região Sul, conforme apontado pela Endeavor (2016) e pela Brasil Jr (2016), na seção 2.4 (página 55); e (iii) a concentração dos negócios sociais/inclusivos no Brasil, de acordo com o "Mapeamento do campo de negócios sociais/inclusivos" (FUNDAÇÃO AVINA/POTÊNCIA VENTURES, 2012), sendo que a segunda maior concentração de empreendimentos localiza-se na região Sul. Diante disso, as informações e pesquisas se restringiram às Universidades Federais, da Região Sul, compreendendo um total de onze instituições (INEP, 2016), distribuídas nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com um total geral de 771 cursos de graduação (E-MEC, 2017), apresentados no Quadro 23.

QUADRO 23 - TOTAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO, NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS NA REGIÃO SUL DO BRASIL

Região	Universidades	Cursos de graduação
Paraná	• Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila);	28
	• Universidade Federal do Paraná (UFPR);	126
	• Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR);	89
Santa Catarina	• Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS);	26
	• Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);	103
Rio Grande do Sul	• Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA);	16
	• Fundação Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA);	62
	• Universidade Federal de Pelotas (UFPEL);	95
	• Universidade Federal de Santa Maria (UFSM);	94
	• Universidade Federal do Rio Grande (FURG);	57
	• Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS);	75
Total Geral de Cursos de Graduação		771
<p>A consulta a relação de IES Públicas Federais na categoria administrativa, Universidades, ocorreu na plataforma e-MEC, sistema eletrônico e base de dados governamental referente as Instituições e Cursos de Educação Superior (E-MEC, 2017). Utilizou-se no campo de "consulta avançada" os filtros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Busca por: " Instituição de Ensino Superior" para os três estados pesquisados; - UF: Paraná, em seguida, Santa Catarina e Rio Grande do Sul; - Categoria Administrativa: "Pública Federal" para os três estados pesquisados; - Organização Acadêmica: "Universidade"; - Situação: Ativa 		

Fonte: Adaptado de e-MEC (2017).

A seleção da população a ser pesquisada nas onze Universidades Federais da Região Sul do Brasil, considerou os cursos de graduação presenciais, agrupados na "Grande área" do conhecimento, Ciências Sociais Aplicadas. Segundo a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES, 2017), as áreas do

conhecimento dividem-se em nove grandes áreas, sendo elas: Ciências Exatas e da Terra; Ciências Biológicas; Engenharias; Ciências da Saúde; Ciências Agrárias; **Ciências Sociais Aplicadas**; Ciências Humanas; Linguística, Letras e Artes; e Multidisciplinar.

A grande área Ciências Sociais Aplicadas subdivide-se nas doze áreas (CAPES, 2017): Direito, Turismo, Arquitetura e Urbanismo, Desenho Industrial, Planejamento Urbano e Regional, Demografia, Museologia, Serviço Social, Administração (Administração de Empresa, Administração Pública e Ciências Contábeis), Economia, Ciência da Informação (Biblioteconomia e Arquivologia), Comunicação (Jornalismo, Editoração, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda).

Para o levantamento e identificação dos cursos concernentes a área de Ciências Sociais Aplicadas, nas onze instituições, utilizou-se como base os dados do e-MEC (2017) e desmembrou-se, do total geral de cursos por universidade, os que correspondiam a essa área. Em seguida, realizou-se uma consulta ao site das onze universidades e seus respectivos *campi*, para a conferência e verificação de cada curso (Quadro 24).

QUADRO 24 - TOTAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO, NA ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS NA REGIÃO SUL DO BRASIL

Região	Universidades	Cursos de graduação
Paraná	• Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila);	4
	• Universidade Federal do Paraná (UFPR);	13
	• Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR);	4
Santa Catarina	• Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS);	4
	• Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);	11
Rio Grande do Sul	• Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA);	0
	• Fundação Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA (UNIPAMPA);	8
	• Universidade Federal de Pelotas (UFPEL);	7
	• Universidade Federal de Santa Maria (UFSM);	18
	• Universidade Federal do Rio Grande (FURG);	7
	• Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS);	12
Tota Geral de Cursos de Graduação		88

Fonte: Adaptado de e-MEC (2017) e sites das Universidades.

Verificou-se nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil, um total de 88 cursos, considerando os alocados na sede e nos *campi* das onze instituições. A

Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) foi a única a não apresentar nenhum curso nas doze áreas.

A amostra é considerada não probabilística, por julgamento. Nesta técnica, a definição é feita “intencionalmente pelo investigador, porque este considera que esses elementos possuem características típicas ou representativas da população” (MENSURE EVALUATION, 2016, p. 4).

Desta forma, a seleção dos indivíduos para a pesquisa, fundamentou-se em uma pesquisa documental (MARCONI; LAKATOS, 2007; GIL, 2002), envolvendo a consulta as matrizes curriculares, as ementas e os Projetos Pedagógicos, vigentes no ano de 2017 em cada curso. Buscou-se identificar nos documentos apontados, a oferta de disciplinas com os termos "Empreendedorismo", "Empreendedorismo Social", assim como os termos, que segundo Comini, Tiscoski e Rosolen (2015), apresentam além do aspecto social, a utilização de métodos econômicos e de mercado, sendo: "Empresa Social", "Negócio(s) Social(ais)" e "Negócios Inclusivos". Inclui-se ainda, os termos "Gestão de Projetos", "Gestão de Negócios" e "Terceiro Setor", por serem considerados pela pesquisadora, disciplinas que tem uma relação com o objeto de pesquisa.

Na análise, foram observados que dos 88 cursos de graduação selecionados, 45 não apresentaram disciplinas com os temas pesquisados, conforme expostos no Quadro 25, que identifica o curso e a Universidade.

QUADRO 25 - RELAÇÃO DE CURSOS DE GRADUAÇÃO QUE NÃO APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISADOS

(continua)

Curso de graduação	Universidades	Quantidade
Administração	• UFFS - campus Chapecó.	1
Arquitetura e Urbanismo	• UNILA - campus PTI; • UFPR - campus Politécnico; • UFSC - campus Florianópolis; • UFPEL - campus Porto; • UFSM - campus Santa Maria; • UFSM - campus Cachoeira; • UFRGS - campus Centro.	7
Arquivologia	• UFSM - campus Santa Maria; • FURG - campus Carreiros; • UFRGS - campus Centro.	3
Biblioteconomia	• UFRGS - campus Centro.	1

QUADRO 25 - RELAÇÃO DE CURSOS DE GRADUAÇÃO QUE NÃO APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISADOS

(conclusão)

Curso de graduação	Universidades	Quantidade
Ciências Contábeis	<ul style="list-style-type: none"> • UFSC - campus Florianópolis; • UFSM - campus Santa Maria; • FURG - campus Carreiros; • UFRGS - campus Centro. 	4
Ciências Econômicas	<ul style="list-style-type: none"> • UFSC - campus Florianópolis; • UNIPAMPA - campus Santana do Livramento; • UFPEL - campus Porto; • UFSM - campus Santa Maria • UFSM - campus Palmeira das Missões; • FURG - campus Carreiros; • UFRGS - campus Centro. 	7
Direito	<ul style="list-style-type: none"> • UFSC - campus Florianópolis; • UNIPAMPA - campus Santana do Livramento; • UFPEL - campus Porto; • UFSM - campus Santa Maria; • FURG - campus Carreiros. 	5
Jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • UFPR - campus Cabral; • UFSM - campus Santa Maria; • UFSM - campus Frederico Westphalen; • UFRGS - campus Centro. 	4
Museologia	<ul style="list-style-type: none"> • UFSC - campus Florianópolis; • UFPEL - campus Porto; • UFRGS - campus Centro. 	3
Produção Editorial	<ul style="list-style-type: none"> • UFSM - campus Santa Maria. 	1
Publicidade e Propaganda	<ul style="list-style-type: none"> • UFSM - campus Santa Maria. 	1
Relações Públicas	<ul style="list-style-type: none"> • UFPR - campus Cabral; • UFRGS - campus Centro. 	2
Serviço Social	<ul style="list-style-type: none"> • UNILA - campus PTI; • UFPR - campus Matinhos; • UFSC - campus Florianópolis; • UNIPAMPA - campus São Borja; • UFRGS - campus Centro. 	5
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • UFPR - campus Reitoria. 	1
Total geral de cursos que não apresentam disciplinas		45

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Dois cursos não disponibilizaram informações quanto a matriz curricular, ementas e projetos pedagógicos no site da instituição (Quadro 26).

QUADRO 26 - RELAÇÃO DE CURSOS DE GRADUAÇÃO QUE NÃO DISPONIBILIZARAM INFORMAÇÕES QUANTO A MATRIZ CURRICULAR, EMENTAS E PROJETOS PEDAGÓGICOS

Curso que graduação	Universidade	Quantidade
Desenho Industrial	• UFSM - campus Santa Maria	1
Turismo Binacional	• FURG - campus Santa Vitória do Palmar	1
Total geral de cursos que não disponibilizaram informações		2

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Os 41 cursos que continham disciplinas com os termos pesquisados, apresentaram um total de 54 disciplinas ofertadas, distribuídas de acordo com os termos pesquisados, sendo: Empreendedorismo (29), Empreendedorismo Social (1), Gestão de Negócios (5), Gestão de Projetos (12) e Terceiro Setor (7), segundo apresentado detalhadamente no Apêndice C. Ressalta-se que apenas o curso Serviço Social, na Universidade Federal de Santa Maria, tem a disciplina de Empreendedorismo Social.

Considerando o levantamento, foram selecionadas 10 Universidades Federais da Região Sul do Brasil, 41 cursos de graduação e 54 disciplinas (Apêndice D), excluindo-se apenas a Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA). Os indivíduos que compuseram a pesquisa, foram considerados os atores principais para o fornecimento de informações, em relação ao problema de pesquisa que se pretendeu resolver. Portanto, foram constituídos pelos coordenadores de cursos, professores e alunos de graduação, sendo:

- a) 41 coordenadores de cursos de graduação;
- b) 54 professores que estavam nas cadeiras das disciplinas apresentadas;
- c) alunos do último período, do curso de graduação selecionado.

A consulta realizada aos cursos e aos sites das onze universidades, permitiu o levantamento de informações quanto ao nome e o e-mail dos 41 coordenadores de curso, sendo essas referências importantes para o estabelecimento do primeiro contato, para a realização da pesquisa.

3.3 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Com o intuito de fundamentar os conceitos utilizados na pesquisa, realizou-se um levantamento bibliográfico em fontes tais como: livros, artigos científicos, sites, teses e dissertações, que permitiu ao pesquisador “a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2002, p. 45). A consulta dos artigos científicos utilizou-se de um levantamento realizado nas bases de dados, apresentado no Quadro 2 (seção 1.3). As CoPs são apontadas em 8.417 artigos, sendo que destes, 1.370 aparecem associados aos temas: Empreendedorismo Social; compartilhamento de conhecimento; e especificamente tratando-se de CoPs Virtuais. Os 1.370 artigos, localizados nas bases foram separados, exportados para o EndNote⁶ e as duplicidades excluídas pelo software e manualmente pela pesquisadora. Após esse processo, um total de 61 artigos, que alinhavam-se ao objetivo da pesquisa foram selecionados, a partir da leitura do título, do resumo e das palavras-chave. Dos 61 artigos, 12 foram incorporados ao referencial teórico.

O alinhamento teórico do projeto de pesquisa pautou-se nos objetivos geral e específicos, nos conceitos e autores e auxiliou na construção dos instrumentos de coleta e análise dos dados, conforme apresentado no Quadro 27.

⁶ Software que organiza referenciais bibliográficos. Disponível em: <http://endnote.com/>.

QUADRO 27 - RELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS ESPECÍFICOS, CONCEITOS E AUTORES, INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS
(continua)

Objetivos	Conceitos	Autores	Coleta	Análise
a) identificar como ocorrem as ações de Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;	Transformação da sociedade; novos modelos de gestão e questão de natureza social;	Ashoka e McKinsey (2001, 2006); Comini (2011); Leonardi e Bastos (2014); Pereira (1995); Santos <i>et al.</i> (2001); Toffler (1980); Dees (2001).	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento bibliográfico; e • Questionário semiaberto; 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatística descritiva;
	Empreendedorismo Social; Negócio Social e Empresa Social;	Ashoka e McKinsey (2001); Bornstein (2006); Comini (2011); Comini, Tiscoski e Rosolen (2015); Dees (2001); Dornelas, Spinelli e Adams (2014); Howorth, Smith e Parkinson (2012); Limeira (2015); Martin e Osberg (2007); Melo Neto e Froes (2002); Mendes (2006); Neck <i>et al.</i> (2009); Oliveira (2004a, 2004b); Yunus (2008, 2010).		
	Diretrizes para o Empreendedorismo Social nas Universidades;	Ashoka (2014 apud WILLEY; BERRY, 2015); Brock e Ashoka U (2011); Ashoka U (2017a, 2017b, 2017c, 2017d); Degen (2008); Kim e Leu (2011); Kim e Krapetz (2016); Leaman (2014 apud JOOS; LEAMAN, 2014); Santos e Galleli (2013); Yunus (2010).		
	Diretrizes da Educação Superior; ações de Empreendedorismo Social;	Ashoka U (2017a); Bornstein (2006); Brasil (1996); Brasil Junior (2016); Degen (2008); Endeavor (2016); LDB (2016); Limeira (2015); Martin e Osberg (2007); Oliveira (2004b); Santos e Galleli (2013); Yunus (2017).		
b) identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;	Espaço de Compartilhamento de Conhecimento; SECI; Ba; Fatores para o compartilhamento; solicitude;	Anand e Walsh (2016); Ardichvili (2008); Buckley e Giannakopoulos (2010; 2011b); Choo (2006); Davenport e Prusak (1999); Di Chiara, Alcara e Tomael (2010); Ferraz e Dornelas (2015); Hooff e Huysman, (2009); Nonaka e Takeuchi (1997); Nonaka, Toyama e Konno (2000); Ordaz, Cruz e Ginel (2009); Rego, Fontes e Lima (2013); Sartori (2012); Tan <i>et al.</i> (2010); Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001).	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento bibliográfico; e • Questionário semiaberto; 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatística descritiva;

QUADRO 27 - RELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS ESPECÍFICOS, CONCEITOS E AUTORES, INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS
(conclusão)

Objetivos	Conceitos	Autores	Coleta	Análise
b) identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;	CoPs (elementos, dimensão e participação); CoPsV; fatores motivacionais; ferramentas;	Actualidad Pedagógica (2013); Ardichvili (2008); Aula Planeta (2015); Barnett <i>et al.</i> (2012); Bolisari e Scarso (2014); Buckley e Strydom (2015); Buckley e Giannakopoulos (2011a); Buckley e Toit (2009); Brock e Ashoka U (2011); Brown e Duguid (1991); Cardona (2010); Castells (1999); Chan, Okune e Sambuli (2015); Chiu, Hsu e Wang (2006); Corcoran e Duane (2016); Cox (2005); Edgar <i>et al.</i> (2010); El-Hani e Greca (2011); Fiorio, Silva e Ribeiro (2011); Kay e Andrade (2014); Kahane (2016); Lave e Wenger (1991); Lavhengwa <i>et al.</i> (2014); Leão (2015); Lee <i>et al.</i> (2015); Lee, Hong e Suh (2016); Mendes e Urbina (2015); Nistor <i>et al.</i> (2013); OCS D (2017); Oliveira (2004b); Santos (2010); Sartori (2012); Silva, Sartori e Schimiguel (2016); Wenger (1998); Wenger, McDermott e Snyder (2002), Wenger <i>et al.</i> (2005); Wenger-Trayner (2011a, 2011b, 2015a, 2015b); Terra e Gordon (2002); Yunus (2010).	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento bibliográfico; e • Questionário semiaberto; 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatística descritiva;
c) identificar nas universidades, a existência ou não, dos elementos necessários à implementação e consolidação de uma CoP;	Objetivo relacionado a pesquisa empírica e embasada nos procedimentos metodológicos definidos.		<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento bibliográfico; e • Levantamento empírico; 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatística descritiva;
d) identificar os elementos necessários à criação de uma CoP nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil;	Objetivo alinhado a relação que será estabelecida entre pesquisa empírica e referencial teórico para a proposição da Comunidade de Prática.		<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento bibliográfico; e • Levantamento empírico; 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise de conteúdo.
e) avaliar a proposta de CoP, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, junto à amostra selecionada, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil.	A avaliação da proposta utilizará as plataformas Moodle e Perusall.		<ul style="list-style-type: none"> • Via Moodle e Perusall 	-

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

3.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O instrumento utilizado para coleta de dados foi, um questionário elaborado com questões fechadas e uma aberta. Segundo Gil (2002, p. 116), o questionário "consiste basicamente em traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos", que são estruturados com questões sequenciais e que devem ser respondidas pelos participantes, sem a intervenção do pesquisador (MARCONI; LAKATOS, 2007; GIL, 2002; VIEIRA, 2009).

3.4.1 Elaboração do Instrumento de Coleta de Dados

O referencial teórico e os objetivos específicos orientaram a elaboração do conteúdo do instrumento de pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2007) e Vieira (2009) um questionário deve conter de 15 a 30 questões. Nesta pesquisa, foram elaboradas e agrupadas vinte e três questões, de acordo com: o objetivo específico, os resultados esperados e em cinco partes sendo (Quadro 28):

- (i) identificação dos respondentes: 2 questões fechadas;
- (ii) ensino, pesquisa e extensão: 2 questões fechadas;
- (iii) ambiente institucional para o incentivo ao Empreendedorismo Social: 5 questões fechadas;
- (iv) compartilhamento de conhecimento: 3 questões fechadas;
- (v) Comunidades de Prática (CoPs): 11 questões, sendo 10 fechadas e 1 aberta.

QUADRO 28 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS, RESULTADO ESPERADO COM A COLETA, QUESTÕES FORMULADAS E PARTES DO QUESTIONÁRIO

OBJETIVOS	RESULTADOS ESPERADOS COM A COLETA	QUESTÕES FORMULADAS	PARTE
a) identificar como ocorrem as ações de Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;	<ul style="list-style-type: none"> • verificar a ocorrência de ações de Empreendedorismo Social, por meio: <ul style="list-style-type: none"> ◦ do ensino, pesquisa e extensão; e • verificar o ambiente institucional propício, para o incentivo de ações de Empreendedorismo Social. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ações de ensino, pesquisa e extensão: <ul style="list-style-type: none"> - questões 2.1; e 2.2; ◦ ambiente institucional: <ul style="list-style-type: none"> - questões 3.1; 3.2; 3.3; 3.4; e 3.5; 	<p>Ensino, pesquisa e extensão;</p> <p>Ambiente Institucional para o incentivo ao Empreendedorismo Social.</p>
b) identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil;	<ul style="list-style-type: none"> • verificar como ocorre o compartilhamento de conhecimento na instituição; • verificar os elementos que contribuem para a construção de uma CoP, a partir: <ul style="list-style-type: none"> ◦ das dimensões: engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado; ◦ dos elementos: domínio, comunidade e prática; e ◦ da participação dos membros da instituição e seu nível de envolvimento com ações propostas; 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ compartilhamento de conhecimento: <ul style="list-style-type: none"> - questões 4.1; 4.2 e 4.3; ◦ dimensões: <ul style="list-style-type: none"> • engajamento mútuo <ul style="list-style-type: none"> - questões 5.4; 5.5; e 5.6; • empreendimento conjunto <ul style="list-style-type: none"> - questão 5.3; • repertório compartilhado <ul style="list-style-type: none"> - questão 5.9; ◦ elementos: <ul style="list-style-type: none"> • domínio <ul style="list-style-type: none"> - questões 5.1; e 5.2; • comunidade <ul style="list-style-type: none"> - questões 5.2; e 5.7; • prática <ul style="list-style-type: none"> - questões 5.7; e 5.8; ◦ Identidade e participação <ul style="list-style-type: none"> - questão 5.3; 	<p>Compartilhamento de conhecimento;</p> <p>Comunidades de Prática (CoPs).</p>
c) identificar nas Universidades, a existência ou não, dos elementos necessários à implementação e consolidação de uma CoP.	<ul style="list-style-type: none"> • verificar se as Universidades apresentam componentes de uma Comunidade de Prática para a elaboração de sua proposição. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Ações e formas de promover o Empreendedorismo Social nas Instituições de Ensino Superior: <ul style="list-style-type: none"> - questões 5.10; e 5.11; <p>Este objetivo foi baseado ainda, na literatura e nos levantamentos realizados por meio dos objetivos a e b.</p>	<p>Comunidades de Prática (CoPs).</p>
d) identificar os elementos necessários à criação de uma CoP nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil;	<ul style="list-style-type: none"> • planejar com base na literatura, a criação, implementação e consolidação de uma CoP para o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. 	<p>Este objetivo foi baseado ainda, na literatura e nos levantamentos realizados por meio dos objetivos a, b e c.</p>	<p>Comunidades de Prática (CoPs).</p>
e) avaliar a proposta de CoP, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, junto à amostra selecionada, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil.	<ul style="list-style-type: none"> • verificar se a proposta de CoPs possibilita o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. 	<p>O objetivo e, foi baseado no levantamento bibliográfico.</p>	<p>Comunidades de Prática (CoPs).</p>

FONTE: Elaborado pela autora (2017).

O questionário, elaborado para os coordenadores e professores dos cursos de graduação, apresentou a mesma estrutura e redação das questões e respostas (Apêndice G). Na parte de “dados de identificação do respondente”, as questões 1.1 e 1.2 foram adaptadas, em seu enunciado, para o público entrevistado. No caso do questionário direcionado aos alunos, a estrutura permaneceu a mesma. Entretanto, a redação das questões foi adaptada à linguagem do público respondente, assim como a opção de resposta na questão 5.8 foi alterada. Da mesma forma, considerou-se que o enunciado das questões 4.1, 5.1 e 5.2 deveriam ser alteradas e a questão 5.3 foi excluída do questionário dos alunos, por não ser considerada pertinente aos alunos.

3.4.2 Aplicação do Pré-Teste do Instrumento de Coleta de Dados

A aplicação do pré-teste, do instrumento de pesquisa, foi realizada entre os dias 22 e 30 de maio de 2017. Conforme Marconi e Lakatos (2007) e Vieira (2009), as questões que compõem um questionário são categorizadas em: aberta, que permite uma liberdade ao respondente para expressão sua opinião; e fechada, que restringe as respostas as opções determinadas. Diante disto, o questionário totalizou 23 questões fechadas e 1 questão aberta, sendo estruturado na ferramenta de formulários *online*, do *Google Docs* (GOOGLE, 2017) e disponibilizada via e-mail, juntamente com uma carta de apresentação (Apêndice E).

A carta de apresentação foi padronizada para os três públicos (coordenadores, professores e alunos), expondo o objetivo da pesquisa, assim como instruções necessárias para o preenchimento (MARCONI; LAKATOS, 2007; VIEIRA, 2009). Para esta etapa, foram considerados indivíduos que apresentaram características semelhantes à amostra selecionada para a pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2007). O pré-teste foi aplicado em 6 coordenadores, 5 professores e 10 alunos.

3.4.3 Avaliação do Instrumento de Coleta de Dados

Segundo Gil (2002), o pré-teste tem como foco avaliar o instrumento de pesquisa e medir se o instrumento dispõe das informações necessárias para responder ao problema de pesquisa. Para tanto, no instrumento de coleta de dados

do pré-teste, incluiu-se uma parte denominada “avaliação do instrumento de pesquisa”, tendo como objetivo verificar a percepção dos respondentes quanto à clareza, complexidade, formato, redação e ordem lógica das questões elaboradoras, assim como quanto a constrangimentos gerados (GIL, 2002). Esta parte, utilizou-se da escala tipo likert, de cinco pontos, sendo: (1) discordo fortemente; (2) discordo; (3) não concordo, nem discordo; (4) concordo; (5) concordo fortemente; e foram atribuídos pesos às questões de acordo com a incidência de respostas e níveis de concordância para as afirmações.

Os dados coletados para esta parte do pré-teste, foram tabulados, considerando uma linha para cada respondente e uma coluna para cada pergunta e analisados estatisticamente. Os resultados dos grupos foram analisados individualmente e apersentaram uma boa avaliação do instrumento, sendo as médias gerais por grupo: (i) coordenadores, 3,14; (ii) professores, 2,50; e (iii) alunos, 3,14. Destaca-se que nos três grupos, foram apontados que as questões abordadas no instrumento de pesquisa não geraram constrangimento aos respondentes. Cabe ressaltar, que com base nas avaliações realizadas pelos três grupos e com as considerações registradas, principalmente pelo grupo de professores, ajustes foram realizados no questionário, conforme descrito na subseção 3.4.4.

3.4.4 Estratégia de Coleta e Análise de Dados

A etapa de análise e interpretação dos dados é considerada a base de uma pesquisa e por meio desta fase é possível se obter respostas aos questionamentos do projeto (MARCONI; LAKATOS, 2007). Para tanto, o questionário do pré-teste foi composto por questões fechadas, formuladas com diferentes formatos de opções, sendo: múltipla escolha, escala de avaliação e binária (MARCONI; LAKATOS, 2007; VIERIA, 2009). Entretanto, a partir da aplicação do pré-teste, ajustes foram realizados e a padronização do formato das questões foi definida no instrumento de pesquisa. Para a pesquisa empírica o questionário foi composto por questões fechadas, utilizando-se de escala tipo likert, de cinco pontos, sendo: (1) Discordo plenamente, (2) Discordo, (3) Neutro, (4) Concordo, (5) Concordo plenamente (ALLEN; SEAMAN, 2007).

A coleta de dados utilizou-se do *software* de questionários *Survey Monkey* (SURVEY MONKEY, 2017), plataforma online de elaboração de questionários e foi realizada no período entre 10 de setembro e 10 de outubro de 2017. O primeiro grupo a ser contatado foi o de coordenadores, por e-mail, com uma carta de apresentação (Apêndice E) contendo o link do questionário, o termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice F) e dois ofícios: (i) ofício nº 09/17 (Anexo A), solicitando o e-mail de contato dos alunos do último período e o email dos professores que ministram as disciplinas selecionadas em cada curso; e (ii) ofício nº 10/17 (Anexo B), com a formalização do convite aos três grupos, para participarem da pesquisa.

O envio para o grupo de professores e alunos, ocorreu de duas maneiras: (i) as coordenações que não disponibilizaram as informações solicitadas, se encarregaram de enviar os e-mails com a carta de apresentação, termo de consentimento livre e esclarecido e ofício de convite com o link específico de acesso ao questionário de cada grupo; (ii) os contatos que foram disponibilizados pela coordenação, tiveram o envio dos e-mails (acompanhado de carta de apresentação com link específico, termo de consentimento livre e esclarecido e ofício convite), realizados pela pesquisadora, a cada grupo. De acordo com Taborda e Rangel (2015), o envio de questionários via e-mail têm como dificuldade a sensibilização dos indivíduos, assim como, a limitação da aproximação com o público entrevistado (FREITAS; JANISSEK-MUNIZ; MOSCALA, 2004). Diante disso, os e-mails enviados pela pesquisadora, aos coordenadores e professores, foram personalizados, sendo nominados individualmente, buscando desta forma uma proximidade com estes dois públicos.

De acordo com Freitas, Janissek-Muniz e Moscala (2004), o retorno de pesquisas online depende da base de e-mails ativos dos respondentes. Para tanto, os e-mails dos coordenadores foram confirmados via telefone, nas secretarias de todos os cursos de graduação. Outro fator que interfere na taxa de retorno envolve o interesse dos indivíduos em participar, e por conta disso, a média de retorno das pesquisas é de 7% a 13% (FREITAS; JANISSEK-MUNIZ; MOSCALA, 2004). Segundo a Survey Monkey (2017), fatores como complexidade das questões, o assunto e a relação com o público, devem ser considerados, por isso, definir-se como meta uma taxa de retorno entre 10% a 15% é considerado mais seguro e conservador, enquanto que 20% a 30% seria apontado como altamente eficaz.

A presente pesquisa, considerou os coordenadores de 41 cursos de graduação, os professores em 54 disciplinas e os alunos no último período dos cursos e obteve-se como taxa de retorno: (i) coordenadores, 21,95% (9 coordenadores); (ii) professores 44,44% (24 professores); e alunos um total de 43 participantes. O retorno dos grupos de coordenadores e professores pode ser considerado como eficaz. Para o grupo de alunos não foi possível medir a taxa de retorno, uma vez que as coordenações não informaram o número total de alunos para os quais o questionários foram enviados.

Posteriormente a aplicação da pesquisa empírica, a estratégia de análise de dados foi realizada, conforme descrito a seguir:

A primeira análise buscou identificar inconsistências quanto ao preenchimento das respostas dos questionários, utilizando o Coeficiente Alfa de Cronbach. O alfa é considerado uma forma de avaliar a confiabilidade de um instrumento de pesquisa, medindo a consistência interna dos construtos, por meio de uma análise do perfil de respostas. Não se define uma regra para um valor aceitável do Alfa de Cronbach, entretanto, a literatura aponta o limite mínimo de 0,70 e considera que medidas mais próximas de 1,00, têm uma maior confiabilidade (HORA; MONTEIRO; ARICA, 2010; HAIR *et al.*, 2009).

Para as análises do Alfa de Cronbach utilizou-se o software Minitab Statistical Software⁷ e os cálculos estatísticos foram realizados considerando cada parte do questionário, e agrupados em: (i) coordenadores e professores; e (ii) alunos, conforme apresentado no Quadro 29:

QUADRO 29 - RESULTADO DO ALFA DE CRONBACH

Parte do questionário	Grupo Coordenadores e Professores	Grupo de Alunos
	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach
Ensino, pesquisa e extensão	0,8340	0,8969
Ambiente Institucional para o incentivo ao Empreendedorismo Social	0,9549	0,8572
Compartilhamento de conhecimento	0,9272	0,9132
Comunidades de Prática (CoPs)	0,9204	0,9349
GERAL	0,9701	0,9565

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

⁷ “Minitab é o provedor líder de software de serviços de melhorias de qualidade e educação estatística. Mais de 90% das empresas na Fortune 100 usam o Minitab Statistical Software” (MINITAB STATISTICAL SOFTWARE, 2017).

Os valores do Alfa, em todos as partes do questionário, encontram-se próximos do valor 1,00 o que indica segundo Hora, Monteiro e Arica (2010) e Hair *et al.* (2009) uma consistência interna dos construtos e uma maior confiabilidade no instrumento de pesquisa.

Em seguida, a primeira parte do questionário “identificação do respondente”, avaliou o perfil dos três grupos (coordenadores, professores e alunos), utilizando-se de uma análise estatística descritiva. A segunda parte analisou o “ensino, pesquisa e extensão”, “ambiente institucional para o incentivo ao Empreendedorismo Social”, “compartilhamento de conhecimento” e “CoPs”, e foram utilizadas análises por meio de medidas de dispersão, sendo (HAIR *et al.*, 2009):

- (i) desvio padrão: medida de erro aceitável da amostra em relação a média, na qual define-se um intervalo de confiança para mais ou para menos, em relação à média;
- (ii) assimetria: "medida da simetria de uma distribuição; na maioria dos casos, a comparação é feita com uma distribuição normal" (HAIR *et al.*, 2009, p. 50);
- (iii) curtose: considerada uma medida de elevação da disposição dos números em relação a distribuição normal.

Para o cálculo do desvio padrão, da assimetria e da curtose, foram utilizadas as Fórmulas, apresentadas na Figura 11.

FIGURA 11 – FÓRMULAS PARA O EXCEL - CÁLCULO DAS MEDIDAS DE DISPERSÃO

Medida	Fórmula	Faixa	Interpretação
Desvio Padrão	$S = \sqrt{\frac{1}{(n-1)} \cdot \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$	<1	Coerência nas amostras (respostas)
Assimetria	$A = \frac{n}{(n-1)(n-2)} \sum_{i=1}^n \left(\frac{x_i - \bar{x}_i}{s_i} \right)^3$	A = 0	Distribuição Simétrica
		A < 0	Distribuição Assimétrica Negativa
		A > 0	Distribuição Assimétrica Positiva
Curtose	$k = \left(\frac{n \cdot (n+1)}{(n-1) \cdot (n-2) \cdot (n-3)} \sum_{i=1}^n \left(\frac{x_i - \bar{x}}{s} \right)^4 \right) - \frac{3(n-1)^2}{(n-2) \cdot (n-3)}$	-3 < C < 3	Distribuição equilibrada e uniforme

Fonte: Almeida (2017), adaptado de Moreira (1975) e Silva *et al.* (1999).

A análise das medidas de dispersão utilizou para a tabulação dos dados, o Software Microsoft Excel, no qual os dados foram dispostos de modo que: (i) cada coluna correspondeu a uma pergunta; (ii) cada linha referiu-se a um respondente; e (iii) na intersecção entre colunas e linhas foram inclusos o valor da escala likert atribuído à referida questão. As tabelas completas das análises estatísticas descritivas encontram-se no Apêndice H, agrupadas de acordo com as partes do questionário e grupo de pesquisado. Entretanto, são apresentados no Quadro 30 as análises do desvio padrão, a assimetria e a curtose, de acordo com as partes do questionário.

QUADRO 30 - ANÁLISES ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS, POR PARTES DO QUESTIONÁRIO
(continua)

Ensino, pesquisa e extensão	
Desvio padrão	os valores encontram-se entre 0,50 (grupo de professores, questão 2.2, opção cursos de extensão) e 1,32 (grupo de coordenadores, questão 2.1, opção programa de extensão). A maioria dos valores neste intervalo apresentou coerência nas amostras sendo menor que 1.
Assimetria	os valores apresentados são considerados assimétricos. Os valores considerados com distribuições quase simétricas são: (i) grupo de coordenadores, questão 2.1, opção “políticas e diretrizes institucionais” (0,01); e questão 2.2, opção “trabalho de conclusão de curso” (0,00); (ii) grupo de professores, questão 2.2 opção “eventos” (-0,00); e (iii) grupo de alunos, questão 2.1, opção “projetos de extensão” (-0,041).
Curtose	os valores encontram-se entre -2,15 (grupo de professores, questão 2.2, opção “projetos de iniciação científica”) e 2,08 (grupo de professores, questão 2.2, opção “trabalho de conclusão de curso”). Os valores apresentados indicam uma distribuição equilibrada e uniforme.
Ambiente Institucional	
Desvio padrão	os valores encontram-se entre 0,52 (grupo de coordenadores, questão 3.4, opção “fóruns de discussão”) e 1,30 (grupo de alunos, questão 3.2, opção redes sociais). A maioria dos valores neste intervalo apresentou coerência nas amostras sendo menor que 1.
Assimetria	os valores apresentados são considerados assimétricos. Os valores que considerado com distribuições quase simétricas são: (i) grupo de coordenadores, questão 3.4, opção “blogs” (0,00); (ii) grupo de professores, questão 3.5, opção “recursos financeiros” (-0,06); e (iii) grupo de alunos, questão 3.2, opções “vídeos ou áudio conferências (-0,04), “mentoria” (-0,09) e “tutoria” (-0,00).
Curtose	os valores encontram-se entre -2,57 (grupo de coordenadores, questão 3.4, opção “fóruns de discussão”) e 6,09 (grupo de professores, questão 3.2, opção “ambiente virtual de aprendizagem”). Os valores neste intervalo indicam que uma parcela dos valores apresentam uma distribuição considerada equilibrada e uniforme.
Compartilhamento de Conhecimento	
Desvio padrão	os valores encontram-se entre 0,44 (grupo de coordenadores, questão 4.3, opção “formação de professores”) e 1,30 (grupo de coordenadores, questão 4.2, opção “sistemas de informação”). A maioria dos valores neste intervalo apresentou coerência nas amostras sendo menor que 1.
Assimetria	os valores apresentados são considerados assimétricos. Os valores que considerado com distribuições quase simétricas são: (i) grupo de coordenadores, questão 4.1, opção “workshops” (0,00), questão 4.2, opção “qualidade do ambiente proporcionado” (-0,09) e questão 4.3, opções “programas de extensão” (0,01), “cursos de extensão” (0,00) e “projetos de pesquisa” (0,01).

QUADRO 30 - ANÁLISES ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS, POR PARTE DO QUESTIONÁRIO
(conclusão)

Compartilhamento de Conhecimento	
Curtose	os valores encontram-se entre -2,57 (grupo de coordenadores, questão 4.1 opção “congressos, seminários, simpósios, etc.” e questão 4.2, opção “colaboração”) e 10,96 (grupo de professores, questão 4.1, opção “congressos, seminários, simpósios, etc.”). Os valores neste intervalo indicam que uma parcela dos valores apresentam uma distribuição considerada equilibrada e uniforme.
Comunidades de Prática (CoPs)	
Desvio padrão	os valores encontram-se entre 0,44 (grupo de coordenadores, questão 5.1, opção “disciplinas de graduação”, questão 5.6 opção “fóruns de discussão” e questão 5.9, opção “cursos de extensão”) e 1,26 (grupo de coordenadores, questão 5.6, opção “redes sociais”). A maioria dos valores neste intervalo apresentou coerência nas amostras sendo menor que 1.
Assimetria	os valores apresentados são considerados assimétricos, pois encontram-se fora do intervalo -1 a +1. Os valores considerados com distribuições quase simétricas são: (i) grupo de coordenadores, questão 5.6, opções “chats” (-0,01), “plataformas educacionais” (0,00) e “comunidades virtuais” (0,00); questão 5.8, opção “compartilhamento” (0,01); (ii) grupo de professores, questão 5.6, opções “fóruns de discussão” (-0,05), “blogs” (0,08), “plataformas educacionais” (0,00), “comunidades virtuais” (0,00) e “redes sociais” (-0,02); questão 5.7, opções “programas de extensão” (0,00) e “cursos de extensão” (-0,06); questão 5.8, opções “registro de informações” (-0,06) e “disseminação” (-0,03) e “cursos de extensão” (0,00); questão 5.9, opções “relatórios e publicações” (0,07), “projetos de extensão” (0,00) e “eventos de extensão” (-0,05) e comunidades de aprendizagem (-0,05); e (iii) grupo de alunos, questão 5.5, opção “comunidades virtuais” (-0,05); e questão 5.9, opção “comunidades de aprendizagem” (-0,02).
Curtose	os valores encontram-se entre -2,57 (grupo de coordenadores, questão 5.1, opção “grupo de estudos”, questão 5.8, opção “registro de informações”, questão 5.9 opção “projetos de extensão” e questão 5.10, opção “eventos de extensão”) e 6,87 (grupo de professores, questão 5.1, opção “disciplina de graduação”). Os valores neste intervalo indicam que uma parcela dos valores apresetam uma distribuição é considerada equilibrada e uniforme.

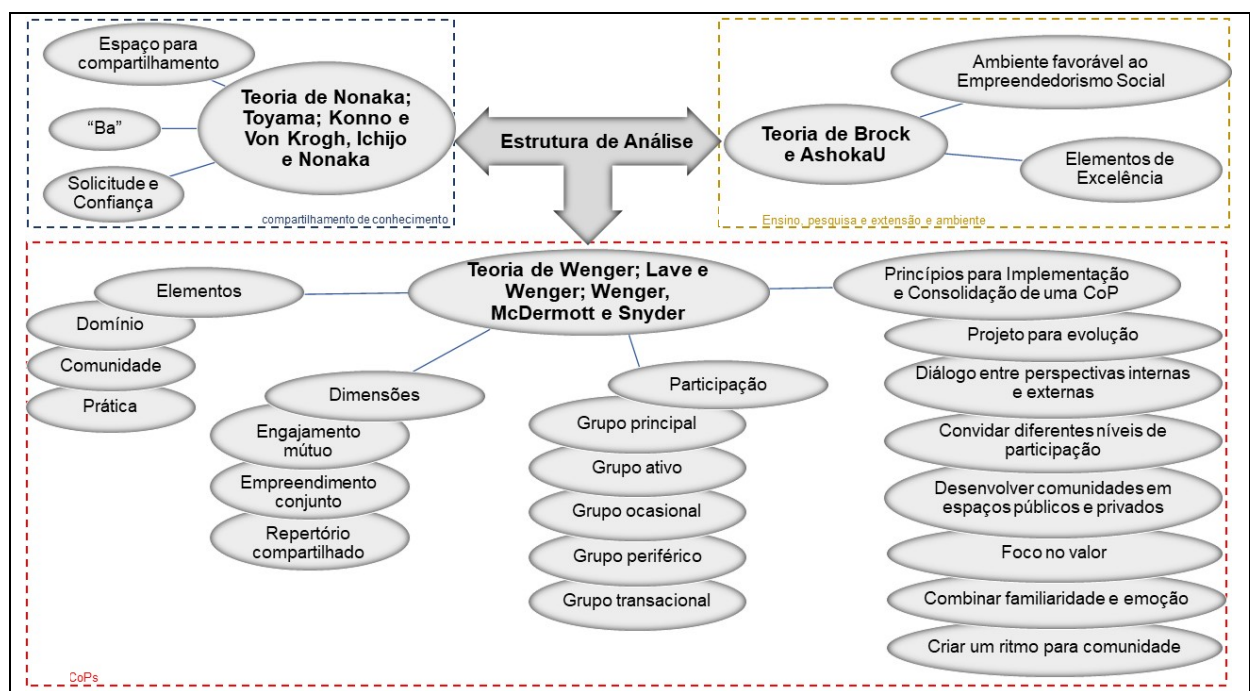
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Por fim, a questão aberta fez uso da técnica de análise do conteúdo. Segundo Bardin (2016), essa técnica considera a comunicação expressa por meio do registro escrito ou falado. Da mesma forma, que tem como intuito, compreender de forma quantitativa e/ou qualitativa o conteúdo relacionado à pesquisa (BARDIN, 2016). A análise de conteúdo foi composta pelas etapas de (i) pré-análise; (ii) exploração do material; e (iii) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação (BARDIN, 2016). Esses processos foram auxiliados pelo *software* Atlas.ti (ATLAS.TI, 2017), que tem como funcionalidade organizar e sistematizar as informações contidas em documentos (formatos txt., rtf. e pdf.), atribuindo códigos aos segmentos de dados. Desta forma, o *software* proporcionou os recursos para as análises que são apresentadas na seção 4 de “resultados obtidos”.

3.4.5 Elaboração e Estratégia de Avaliação da Proposta de CoP para o Incentivo ao Empreendedorismo Social

A proposta das CoPs para o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil, foi fundamentada considerando o levantamento empírico e as análises estatísticas e de conteúdo. A interpretação dos dados pautou-se nas teorias de: (i) Nonaka, Toyama e Konno (2000), e Von Krogh, Ichijo e Nokaka (2001), para o espaço de compartilhamento de conhecimento; (ii) Wenger (1998), Lave e Wenger (1991) e Wenger, McDermott e Snyder (2002) para os elementos, dimensões, participação e princípios para implementação e consolidação das CoPs; e (iii) Brock e Ashoka U (2011) para o ambiente favorável ao Empreendedorismo Social, conforme apresentado na Figura 12.

FIGURA 12 - ESTRUTURA DE ANÁLISE



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

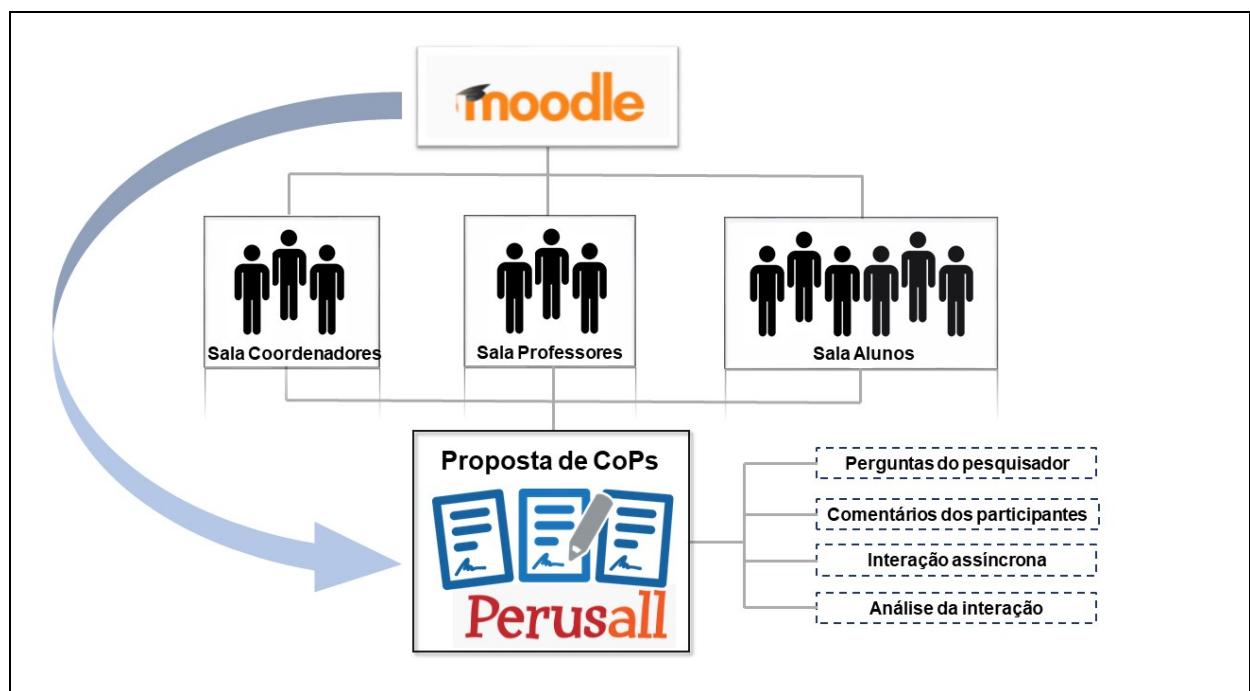
As teorias operacionalizaram-se, estabelecendo uma relação entre o conceito teórico e sua aplicação prática na elaboração da proposta. Para o espaço de compartilhamento de conhecimento, foram considerados o Ba e a solicitude e a confiança. Para os itens que compõem as CoPs, trabalhou-se os elementos (domínio, comunidade e prática), as dimensões (engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado) e os níveis de participação. A implementação pautou-se

nos sete princípios para o desenvolvimento de uma CoP, sendo: (i) projeto para a evolução; (ii) diálogo entre perspectivas internas e externas; (iii) convidar diferentes níveis de participação; (iv) desenvolver comunidades em espaços públicos e privado; (v) foco no valor; (vi) combinar familiaridade e emoção; e (vii) criar um ritmo para a comunidade.

Para o desenvolvimento do ambiente favorável ao Empreendedorismo Social nas Universidades, relacionou-se os elementos de excelência, sendo: (i) ensino e currículo; (ii) pesquisa; (iii) aprendizagem aplicada; (iv) recursos; (v) modelos; e (vi) comunidade e cultura.

Posteriormente à elaboração da proposta de CoP, sucedeu-se a avaliação, com os grupos de coordenadores, professores e alunos que responderam ao primeiro questionário da pesquisa empírica. As plataformas utilizadas foram, o Moodle e o Perusall, conforme Figura 13.

FIGURA 13 - AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COPS



Fonte: Elaborada pela autora (2017).

A opção pela plataforma Moodle, relaciona-se ao fato de ser uma das ferramentas que auxiliam no compartilhamento de conhecimento (WENGER *et al.* 2005), bem como, por apresentar meios de interação assíncronas e síncronas (FIORIO; SILVA; RIBEIRO, 2011). O Moodle é considerado a plataforma de aprendizagem mais utilizada no mundo, que exibe uma interface simples e permite a

personalização e adequação do software às necessidades das instituições, uma vez que refere-se a um software livre - *Open Source*, da *General Public License* – GNU (MOODLE, 2017a). Assim como, a Perusall é uma ferramenta gratuita, desenvolvida pela Universidade de Harvard, na qual os alunos trabalham de forma coletiva, em anotações e respostas aos questionamentos propostos pelos professores, nos materiais disponibilizados na plataforma. Este processo ocorre de forma interativa, colaborativa e assíncrona (PERUSALL, 2017).

A ferramenta possui um mecanismo que gera e analisa a interação dos alunos e classifica os níveis de envolvimento dos alunos e seu funcionamento ocorre da seguinte maneira (PERUSALL, 2017): (i) os indivíduos são organizados em grupos de no máximo 20 indivíduos, contudo, para que o sistema elabore os dados estatísticos são necessários, no mínimo 15 indivíduos no grupo; (ii) o acesso aos documentos da plataforma ocorrem após sua postagem; (iii) os comentários dos participantes são classificados automaticamente pelo sistema, em abaixo das expectativas, atende as expectativas e excede as expectativas, sendo que o instrutor do grupo define os pesos (0, 1 e 2) para cada um destes grupos; (iv) parâmetros como quantidade de comentários por indivíduos e prazo para interação podem ser definidos; (v) os documentos postados são classificados automaticamente pelo sistema, de acordo com a interação dos indivíduos no arquivo; (vi) o sistema fornece um relatório em que são apontados as partes do documento que causaram dúvidas e possíveis equívocos nos indivíduos. A plataforma Perusall pode ser configurada e integrada a Plataformas *Learning Management Systems* (LMSs), como o caso do Moodle⁸, por meio de um *Uniform Resource Locator* - URL (PERUSALL, 2017).

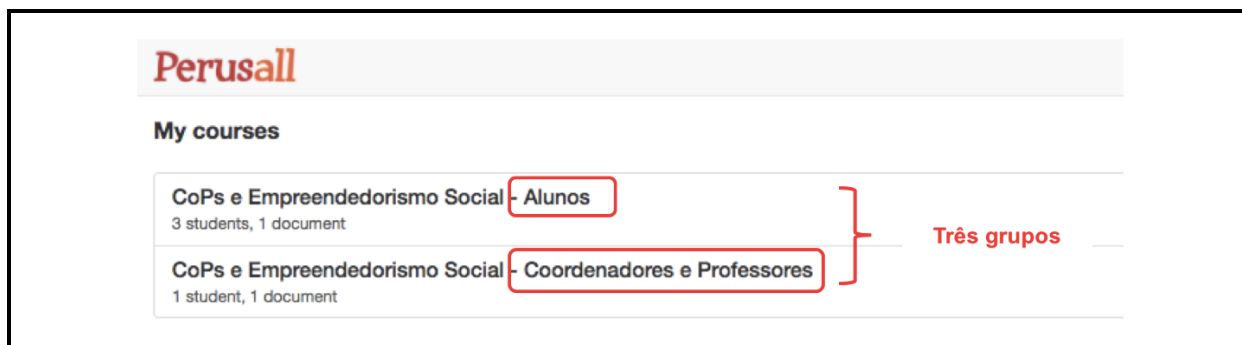
De maneira operacional, a avaliação da proposta de CoPs seguiu as etapas:

- a) envio de e-mail para cada grupo, explicando que, posteriormente à realização da pesquisa de campo, a proposta de CoP foi elaborada e convidando os participantes a analisá-la e contribuir com demais considerações (Apêndice I). Juntamente com o e-mail enviou-se um tutorial de acesso as plataformas para avaliação (Apêndice J);
- b) foram criadas duas salas na plataforma Perusall, sendo: (i) coordenadores e professores (devido ao número total de respondes no

⁸ A configuração do Perusall no Moodle foi realizada conforme instruções apresentadas no link: https://docs.moodle.org/33/en/External_tool_settings>.

grupo de coordenadores ser 9 indivíduos, este foi agrupado com o de professores); e (ii) alunos (Figura 14).

FIGURA 14 - GRUPOS DE AVALIAÇÃO – COORDENADORES E PROFESSORES E ALUNOS



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perusall (2017).

A proposta da CoP, sistematizada e apresentada por meio de imagens gráficas em uma apresentação no formato pdf. (Apêndice K) foi disponibilizada para cada grupo em suas respectivas salas no Perusall. No arquivo foram selecionados os elementos a serem avaliados, e realizou-se questionamentos aos respondentes ao longo da proposta (conforme simulação realizada e apresentada na Figuras 15).

FIGURA 15 - QUESTIONAMENTOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COP

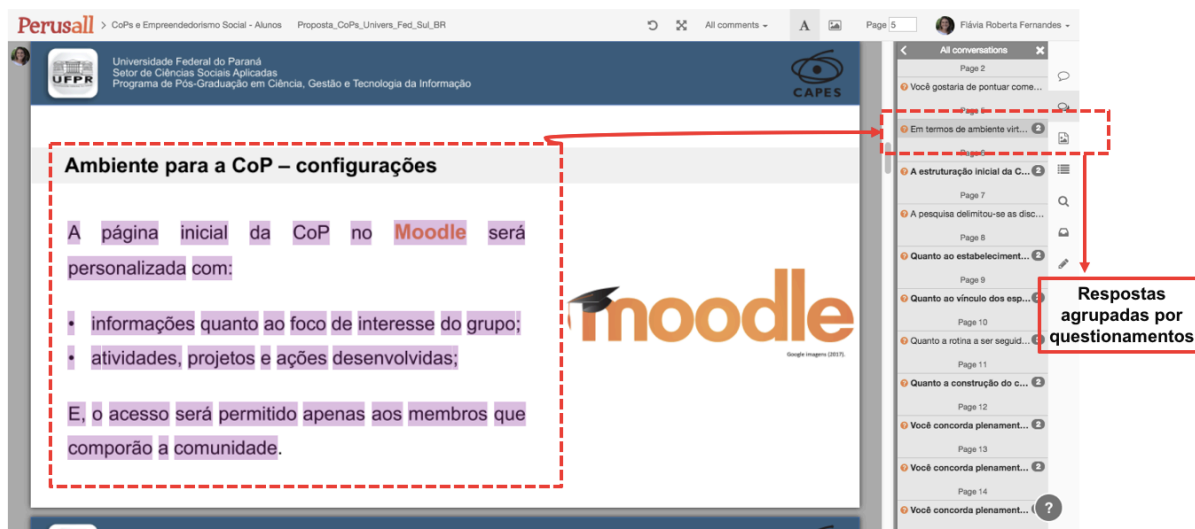


Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perusall (2017).

Os questionamentos realizados aos participantes, buscaram avaliar os componentes da proposta de CoP e obter subsídios para o seu aprimoramento

(Apêndice L). As respostas eram opcionais, bem como permitiu-se que os participantes apontassem demais comentários, dúvidas e sugestões em toda a proposta. Cada questionamento teve suas respostas agrupadas, conforme apresentado na Figura 16.

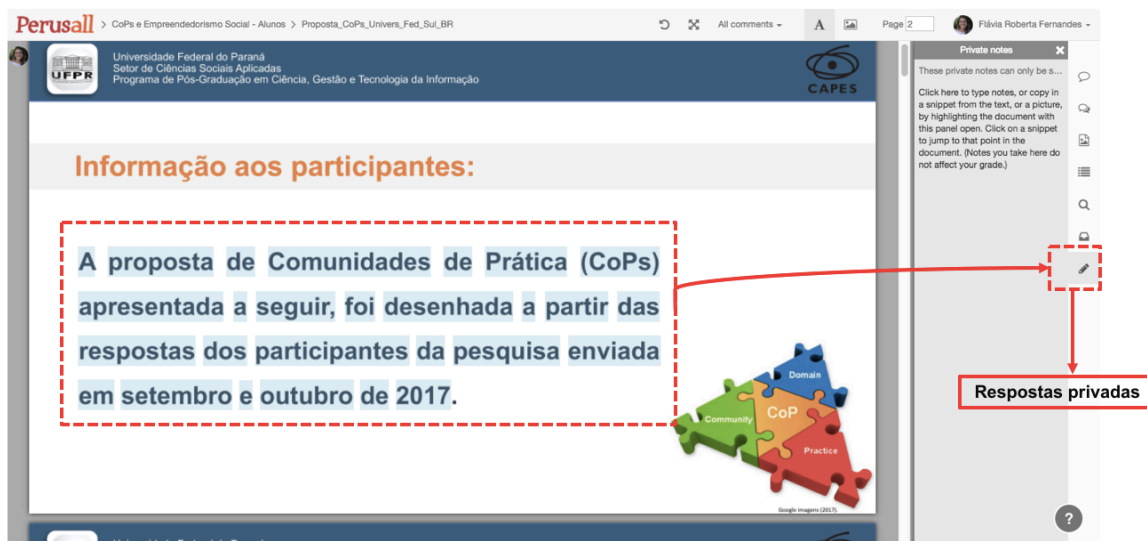
FIGURA 16 - AGRUPAMENTO DOS QUESTIONAMENTOS QUANTO A AVALIAÇÃO



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perusall (2017).

Os respondentes tiveram como opção, fazer suas observações de forma privada, apenas sendo visível ao pesquisador, entretanto nenhum participante utilizou esta opção (Figura 17).

FIGURA 17 - AGRUPAMENTO DAS RESPOSTAS PRIVADAS



Fonte: Elaborado a partir de Perusall (2017).

A análise dos resultados da avaliação da proposta de CoPs, realizada com os três grupos que participaram da pesquisa empírica, são apresentados na seção 4.4.

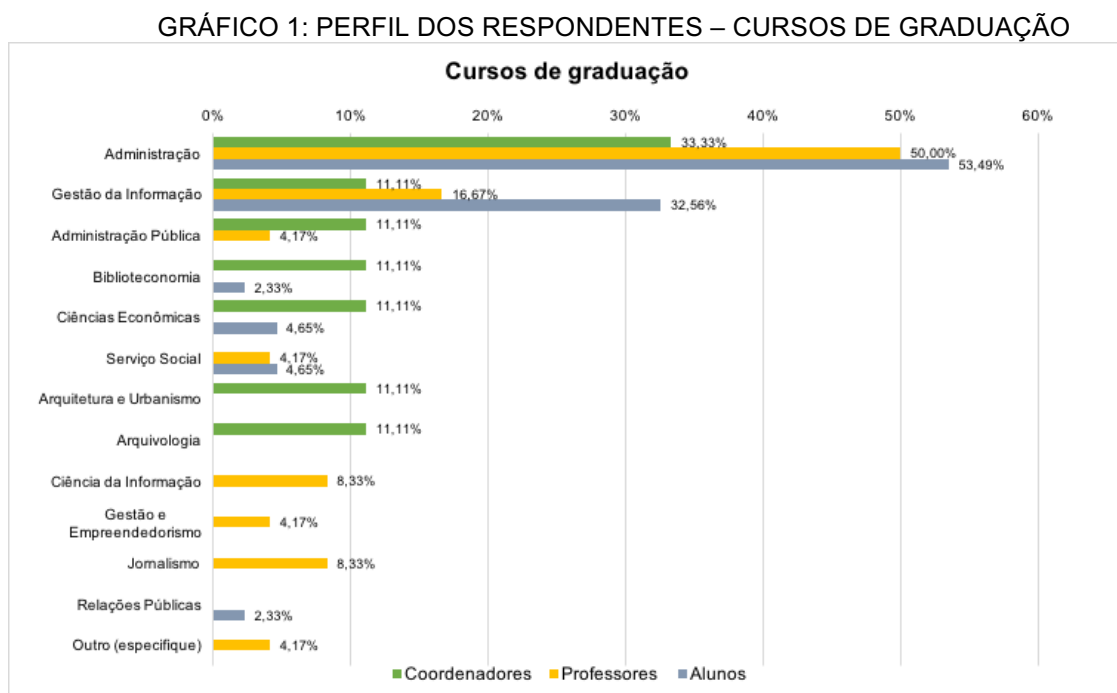
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos foram exportados do *software Survey Monkey*, tabulados e tratados no *software Excell*. As partes do questionário foram analisadas quantitativamente (de acordo com os cálculos apresentados no Apêndice H), por meio de análise estatística descritiva pela média ponderada, na qual realizou-se a soma das multiplicações das frequências de cada resposta por seu peso equivalente e em seguida dividiu-se o resultado pelo total de respondentes.

A apresentação dos resultados foi dividida de acordo com as quatro partes do questionário e por grupo de respondente. A interpretação dos resultados fundamentou-se nas análises estatísticas, considerando os pontos de maior evidência em cada questão e grupo e da mesma forma sendo disposta de forma qualitativa.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

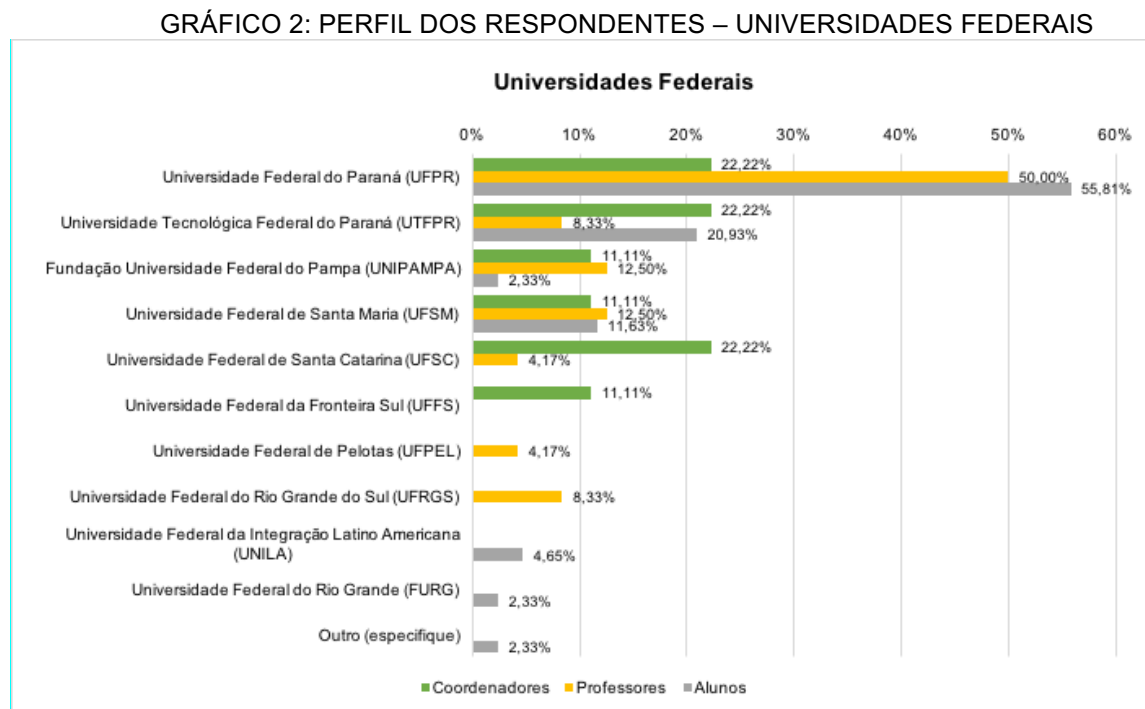
O perfil dos participantes da pesquisa são apresentados no Gráfico 1, de acordo com o grupo respondente, sendo coordenadores, professores e alunos e de acordo com o curso de graduação.



Fonte: Elaborado pela autora com o auxílio do *software Excell* (2017).

Dos 41 cursos de graduação, o curso de **administração** foi o que registrou o maior número de participação nos três grupos de respondentes, sendo: 33% de coordenadores, 50% de professores e 53,49% de alunos, seguido do curso de **gestão da informação**, com: 11,11% coordenadores, 16,67% de professores e 32,56% de alunos.

O Gráfico 2, apresenta a frequência de participação dos respondentes de acordo com as Universidades Federais participantes.



Fonte: Elaborado pela autora com o auxílio do *software* Excell (2017).

Das 10 Universidades Federais, a participação dos três grupos, ocorreu na sua maioria na **Universidade Federal do Paraná**, sendo: 22,22% coordenadores, 50% professores, 55,81% alunos. Seguida da **Universidade Tecnológica Federal do Paraná**, com: 22,22% coordenadores, professores 8,33% e alunos 20,93%.

4.2 ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO E AMBIENTE INSTITUCIONAL PARA O INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Estas duas partes do instrumento de coleta de dados buscaram responder ao objetivo específico “a”, identificar como ocorrem as ações de Empreendedorismo

Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil. Com a coleta de dados, buscou-se como resultado verificar a ocorrência de ações de Empreendedorismo Social, por meio: do ensino, pesquisa e extensão e o ambiente institucional propício, ao incentivo de ações de Empreendedorismo Social. Os resultados obtidos são apresentados nos Quadros 31 e Quadro 32:

QUADRO 31 – RESULTADO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO POR GRUPO

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Ações de Emp. Social	projetos de extensão	4,11111	projetos de extensão	3,79167	projetos de extensão	3,44186
	núcleos de pesquisa	3,88889	disciplinas na graduação	3,66667	disciplinas na graduação	3,34884
	disciplinas na graduação	3,77778	programas de extensão	3,62500	programas de extensão	3,34884
Projetos e atividades no tema	Trabalho de conclusão de curso	4,00000	eventos	3,91667	eventos	3,46512
	eventos	3,55556	projetos de extensão	3,79167	projetos de extensão	3,30233
	projetos de iniciação científica; projetos de extensão	3,22222	programas de extensão	3,66667	programas de extensão	3,25581

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Para os três grupos as ações de Empreendedorismo Social ocorrem por meio de **projetos de extensão e disciplinas na graduação**. Os coordenadores destacam ainda, os núcleos de pesquisa e os professores e alunos, os programas de extensão. As ações apontadas, reforçam o exposto por Oliveira (2004b), de que o tema pode ser disseminado nas universidades, alinhando-o à formação do indivíduo, entretanto, como referido pela Endeavor (2016), as disciplinas que tratam o Empreendedorismo Social são restritivas às questões básicas e introdutória, assim como sua concentração e disponibilidade, apresenta-se nas escolas de negócios e cursos de administração.

Os projetos e atividades no tema, desenvolvem-se por meio de **eventos e projetos de extensão**. Os professores e alunos pontuam os programas de extensão, e, de acordo com o grupo de coordenadores são inclusos os trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica. Conforme apontado por Endeavor (2016), os eventos, reduzem a participação ativa e prática dos alunos, limitando-os a ouvintes. Enquanto que os projetos de extensão, estabelecem relações com a comunidade, com práticas sociais (BRASIL, 1996; LDB, 2016) e com demais instituições, dispendo da

combinação do conhecimento de atores como professores, alunos, pesquisadores e indivíduos internos ou externos a universidade (YUNUS, 2010).

QUADRO 32 – RESULTADO AMBIENTE INSTITUCIONAL POR GRUPO

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Ambiente para troca de conhecimento	mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	4,33333	ambiente virtual de aprendizagem	3,91667	mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	3,79070
	redes sociais	4,33333	reuniões presenciais ou virtuais	3,87500	ambiente virtual de aprendizagem	3,74419
	ambiente virtual de aprendizagem	4,11111	mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	3,79167	redes sociais	3,32558
	reuniões presenciais ou virtuais	4,00000	grupo de estudo	3,58333	reuniões presenciais ou virtuais	3,30233
Tecnologias	fóruns de discussão	4,33333	fóruns de discussão	4,04167	redes sociais	4,13953
	redes sociais	4,22222	redes sociais	4,00000	e-mail	4,09302
	blogs	3,77778	blogs	3,87500	mensagens instantâneas	4,06977
	e-mail; mensagens instantâneas	3,77778	e-mail	3,87500	fóruns de discussão	3,90698
Recursos	fóruns de discussão	4,55556	fóruns de discussão	4,08333	redes sociais	4,30233
	redes sociais	4,22222	redes sociais	3,95833	vídeos e áudios	4,13953
	blogs	4,00000	blogs	3,87500	chats	4,04651

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

As trocas de conhecimento ocorrem para os três grupos, por meio de: **mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp), ambientes virtuais de aprendizagem (AVA) e reuniões presenciais e virtuais**. Grupos de estudos são apontados pelos coordenadores e alunos, assim como redes sociais pelos professores. Corroborado por Santos (2010), as tecnologias de suporte utilizadas em uma CoP podem determinar seu o sucesso, assim como podem tornar-se um facilitador para a participação e interação dos indivíduos se forem adequadas (ARDICHVILI, 2008), acessíveis e de fácil entendimento (BARNETT *et al.*, 2012; NISTOR *et al.*, 2013). Do mesmo modo, conforme mencionado por Lavhengwa *et al.*

(2014) e Edgar *et al.* (2010), os recursos apoiados pela tecnologia, como o caso, das mensagens eletrônicas, AVA e as reuniões presenciais e virtuais, promovem a aproximação dos indivíduos, o aprendizado e o compartilhamento de conhecimento entre os membros de um grupo. No caso do ambiente virtual de aprendizagem, reforça-se a explanação de Fiorio, Silva e Ribeiro (2011), que consideram, este um espaço propício para as CoPs, inclusive os três grupos, apontaram o **Moodle** como a estrutura tecnológica utilizada para a interação entre professores, alunos e comunidade nas Universidades.

As trocas de conhecimento, a colaboração e a interação entre os indivíduos podem ser incentivadas por tecnologias, como **fóruns de discussão, redes sociais e e-mail**. Os blogs são apontados pelos coordenadores e professores e as mensagens instantâneas pelos coordenadores e alunos. Para Wenger *et al.* (2005), os recursos utilizados podem variar de acordo com o interesse dos membros e o grupo pode utilizar de ferramentas específicas de acordo com as atividades a serem desenvolvidas na comunidade (ACTUALIDAD PEDAGÓGICA, 2013; AULA PLANETA, 2015; CARDONA, 2010; LEÃO, 2015).

Os recursos que facilitariam as relações dos envolvidos em ações de Empreendedorismo Social são: as **redes sociais** (de acordo com os três grupos), os fóruns de discussão (de acordo com os coordenadores e professores) e vídeo e áudios e chats (apontado pelos alunos). Os recursos fóruns de discussão, redes sociais e e-mails são ferramentas que podem auxiliar no compartilhamento de conhecimento em razão da sua diversidade, o suporte tecnológico e interação promovida entre os membros, bem como suas formas diferenciadas de comunicação (CARDONA, 2010; EDGAR *et al.*, 2010; NISTOR *et al.*, 2013; WENGER *et al.*, 2005).

A partir das médias apontadas, para os grupos de coordenadores (3,11), professores (3,04) e alunos (2,74), bem como a porcentagem de concordância (33,33%; 29,17% e 25,46%, respectivamente), observa-se um desconhecimento quanto a recursos para projetos desta natureza, ou ainda a não disponibilidade de recursos financeiros destinados a ações e projetos de Empreendedorismo Social. Reforçando os apontamentos realizados por Brasil Junior (2016), em que indicam a limitação e os baixos investimentos realizados nas instituições para a pesquisa, ensino e extensão no tema de Empreendedorismo Social.

4.3 COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO E COMUNIDADE DE PRÁTICA

Nestas duas partes buscou-se responder ao objetivo específico “b” e identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil e o objetivo específico “c”, identificar nas Universidades, a existência ou não, dos elementos necessários à implementação e consolidação de uma CoP. Como resultado, procurou-se verificar como ocorre o compartilhamento de conhecimento na instituição, bem como verificar os elementos que contribuem para a construção de uma CoP, a partir das **dimensões** (engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado), dos **elementos** (domínio, comunidade e prática) e da **participação** dos membros da instituição, juntamente com o nível de envolvimento com ações propostas. A pesquisa apresentou os resultados, conforme dispostos nos Quadros 33 e 34.

QUADRO 33 - RESULTADO COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO POR GRUPO

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Compartilhamento	congressos; seminários, simpósios, etc.	4,44444	congressos; seminários, simpósios, etc.	3,95833	congressos; seminários, simpósios, etc.	3,62791
	palestras	4,00000	palestras	3,79167	palestras	3,55814
	<i>workshops</i>	4,00000	<i>workshops</i>	3,66667	<i>workshops</i>	3,30233
Facilitadores	colaboração	4,44444	possibilidade de aprendizado	4,00000	possibilidade de aprendizado	3,97674
	apoio da liderança institucional	4,22222	colaboração	3,87500	colaboração	3,86047
	possibilidade de aprendizado	4,11111	confiança	3,79167	sistemas de informação	3,65116
Disseminação do tema E.S.	projetos de extensão	4,33333	programas de extensão	4,25000	formação de acadêmicos	4,25581
	formação de professores	4,22222	projetos de extensão	4,25000	programas de extensão	4,20930
	programas de extensão	4,11111	curso de extensão	4,20833	projetos de pesquisa	4,16279
	projetos de pesquisa	4,11111	formação de acadêmicos	4,20833	formação de professores	4,13953

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Nos três grupos o compartilhamento ocorre por intermédio de **congressos, seminários e simpósios**, seguido de **palestras e workshops**. Neste caso, os indivíduos encontram-se novamente na condição de ouvintes e conforme exposto por

Nonaka, Toyama e Konno (2000), para que o conhecimento seja absorvido, processado e haja a troca e compartilhamento, um ambiente deve ser promovido, em que os membros, não apenas compreendam a informação, mas que estejam inseridos em um contexto, relacionem-se e interajam entre si. A **colaboração** e a **possibilidade de aprendizado**, são pontuadas como facilitadores do compartilhamento de conhecimento, pelos três grupos. Alinhado a estes apontamentos, reforça-se que as CoPs promovem o ambiente para a criação, o compartilhamento e o aprendizado tanto do indivíduo quanto para o grupo (SILVA; SARTORI; SCHIMGUEL, 2016), por meio das relações estabelecidas, da diversidade do grupo, da participação e colaboração dos membros estabelecendo um compromisso com sua construção e manutenção (LAVE; WENGER, 1991; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Estes fatores podem ser reforçados a partir do senso de pertencimento dos membros a comunidade, que se fomenta a partir das trocas e diálogos estabelecidos entre os membros (ARDICHVILI, 2008).

Para a disseminação do tema de Empreendedorismo Social, as formas que podem contribuir são, de acordo com os três grupos: **os programas de extensão**. Foram pontuados ainda: (i) por coordenadores e professores, os projetos de extensão; (ii) por coordenadores e alunos, a formação de professores e projetos de pesquisa; (iii) e por professores e alunos, a formação de professores e projetos de pesquisa. Reforça-se neste ponto, o exposto por Brock e Ashoka U (2011), em que as ações não sejam pontuais, mas que as universidades promovam um ambiente propício e favorável para que os indivíduos tenham acesso a ferramentas, métodos e oportunidades de aprendizagem no tema, bem como possam ativamente tornar-se agentes de transformação social.

O Quadro 34 apresenta os elementos que podem contribuir para a proposição da CoP.

QUADRO 34 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO – ELEMENTOS

(continua)

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Domínio: especialistas no tema	disciplina de graduação	3,77778	disciplina de graduação	3,70833	disciplina de graduação	3,39535
	núcleo de pesquisa	3,66667	grupo de estudo	3,37500	projeto de extensão	3,06977
	grupo de estudo	3,55556	projeto de extensão	3,29167	projeto de pesquisa	3,06977

QUADRO 34 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO – ELEMENTOS
(conclusão)

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Comunidade	os especialistas participam de grupos externos a universidade	3,33333	os especialistas participam de grupos externos a universidade	3,33333	os alunos participam de ações de outras Universidades	2,67670
Prática: ações desenvolvidas	trabalhos	3,66667	trabalhos	3,66667	trabalhos	3,65116
	pesquisas	3,55556	pesquisas	3,66667	pesquisas	3,46512
	projetos de extensão	3,44444	projetos de extensão	3,58333	projetos de extensão	3,2093
Prática: processos	registro de informações	3,44444	disseminação	3,58333	compartilhamento	3,60465
	disseminação	3,33333	compartilhamento	3,54167	disseminação	3,51163
	coleta de informações	3,33333	registro de informações	3,41667	registro de informações	3,48837

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Conforme o Quadro 34, os elementos que podem ser identificados, em termos de domínio, comunidade e prática, são:

(i) **domínio**: em termos de domínio os professores especialistas no tema de empreendedorismo social, para os três grupos, encontram-se vinculados as **disciplinas de graduação**. Foram pontuados ainda por coordenadores e professores, o vínculo com núcleos de pesquisa e grupos de estudo; e por professores e alunos projetos de extensão e projetos de pesquisa.

(ii) **comunidade**: de acordo com os coordenadores e professores, há uma imparcialidade de opiniões quanto a participação dos especialistas em Empreendedorismo Social, em grupos externos à universidade que tratam a temática (média 3,33). Em contrapartida, para os alunos aponta-se uma discordância na participação dos indivíduos, nestes mesmos grupos.

(iii) **prática**: as ações desenvolvidas pelos professores na temática, ocorrem de acordo com os três grupos, por meio de: **trabalhos, pesquisas e projetos de extensão**. Foram pontuados ainda, pelo grupo de coordenadores, ações como a participação em Núcleos de Pesquisa e eventos. Nos três grupos, há a concordância que as ações são amparadas pelos processos de coleta, registro, compartilhamento

e disseminação, entretanto observa-se uma alternância no grau de concordância, em cada grupo, para as etapas do processo. Para os coordenadores, os processos de registro, disseminação e coleta (médias 3,44; 3,33; e 3,33, respectivamente) são os que mais amparam as ações. Os professores pontuam a disseminação e o compartilhamento (médias 3,58; e 3,54, respectivamente), enquanto que os alunos indicam o compartilhamento e a disseminação (3,60; e 3,51). Para os três grupos a **disseminação** está entre as duas principais etapas.

Conforme exposto por Wenger, McDermott e Snyder (2002) o desenvolvimento de uma CoP, alinha os três elementos: domínio, comunidade e prática, sendo cada um desses fundamentais para sua constituição. O domínio envolve o interesse do grupo no tema de aprendizado, a comunidade estabelece as relações pautadas na confiança e a prática, promove o compartilhamento do conhecimento e a resolução de problemas.

O Quadro 35, apresenta as dimensões que podem contribuir para da constituição da CoP.

QUADRO 35 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO – DIMENSÕES

(continua)

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Engajamento mútuo	Os professores convidam outros professores, alunos ou a comunidade externa para participar das ações de ES	3,66667	Os professores convidam outros professores, alunos ou a comunidade externa para participar das ações de ES	3,79167	Os professores convidam alunos para participar das ações de ES	2,90698
	Os professores, alunos e comunidade externa que são convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações	3,66667	Os professores, alunos e comunidade externa que são convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações	3,50000	Os alunos convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações	2,97674
Engajamento mútuo: facilitadores	fóruns de discussão	4,22222	redes sociais	4,04167	redes sociais	4,23256
	plataformas educacionais	4,00000	fóruns de discussão	4,04167	comunidades virtuais	4,06977
	comunidades virtuais	4,00000	comunidades virtuais; plataformas educacionais	4,00000	fóruns de discussão	3,93023

QUADRO 35 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO – DIMENSÕES
(conclusão)

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Epreendimento conjunto	as ações são negociadas de forma conjunta	3,55556	as ações são negociadas de forma conjunta	3,12500	Os alunos não foram questionados quanto a este item.	
Repertório compartilhado	publicações	3,66667	publicações	3,75000	publicações	3,62791
	relatórios	3,55556	projetos de extensão	3,62500	iniciação científica	3,44186
	projetos de extensão	3,44444	cursos de extensão	3,50000	eventos de extensão	3,4186

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O Quadro 35, apresenta as contribuições em termos de dimensões das CoP, sendo:

(i) **engajamento mútuo**: os coordenadores e professores, a partir das respectivas médias (3,66 e 3,79), bem como a porcentagem de concordância (55,55% e 66,67%, respectivamente) indicam que demais pessoas, como outros professores, alunos e comunidade externa **são convidadas** para participar das ações de Empreendedorismo Social, do mesmo modo **que aceitam** envolver-se e engajar-se nas ações (médias 3,66 e 3,50 e porcentagem concordância 55,55% e 41,67, respectivamente). No entanto, os alunos **discordam** (média 2,90 e concordância em 39,54%), quanto ao fato de serem convidados pelos professores para se envolverem em ações no tema e aceitarem seus convites para se envolverem nas ações (média 2,97 e porcentagem de concordância 23,25%). Para os três grupos, o engajamento dos alunos nas ações de Empreendedorismo Social, pode ser facilitado pelas tecnologias da informação e ambientes virtuais, como: **fóruns de discussão e comunidades virtuais**. Foram pontuados ainda: (i) por coordenadores e professores, as plataformas educacionais e (ii) por professores e alunos, as redes sociais.

(ii) **empreendimento conjunto**: identifica-se uma imparcialidade de opiniões quanto ao fato dos especialistas no tema, negociarem conjuntamente o desenvolvimento de ações em Empreendedorismo Social (média dos coordenadores, 3,55 e média dos professores, 3,12).

(iii) repertório compartilhado: as informações sobre as ações desenvolvidas pelos professores, alunos e demais envolvidos são compartilhadas, de acordo com os três grupos, por meio de: **publicações**. Foram pontuados ainda: (i) por coordenadores, os relatórios e projetos de extensão; (ii) por professores, os projetos e cursos de extensão; e (iii) por alunos, as iniciações científicas e os eventos de extensão.

Para Wenger (1998), a CoPs se desenvolvem por meio do envolvimento e engajamento dos membros e a prática do grupo surge a partir das suas interações, bem como das suas ações negociadas conjuntamente, uma vez que os indivíduos definem e moldam as interações e a prática da CoP.

O Quadro 36, apresenta os itens quanto a participação que podem contribuir para a constituição da CoP.

QUADRO 36 - RESULTADO COMUNIDADE DE PRÁTICA POR GRUPO - PARTICIPAÇÃO

Itens	Coordenadores		Professores		Alunos	
	Ação	Média	Ação	Média	Ação	Média
Participação	as ações são realizadas de forma conjunta	3,55556	as ações são negociadas de forma conjunta	3,12500	Os alunos não foram questionados quanto a este item.	
Conectar pessoas que atuam no tema	eventos de extensão	4,44444	eventos de extensão	4,33333	eventos de extensão redes de conhecimento	4,13953
	projetos de pesquisa	4,33333	projetos de pesquisa; redes de conhecimento	4,25000	projetos de pesquisa	4,04651
	grupos de estudo	4,22222	comunidades de aprendizagem	4,12500	comunidades de aprendizagem	4,02326

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

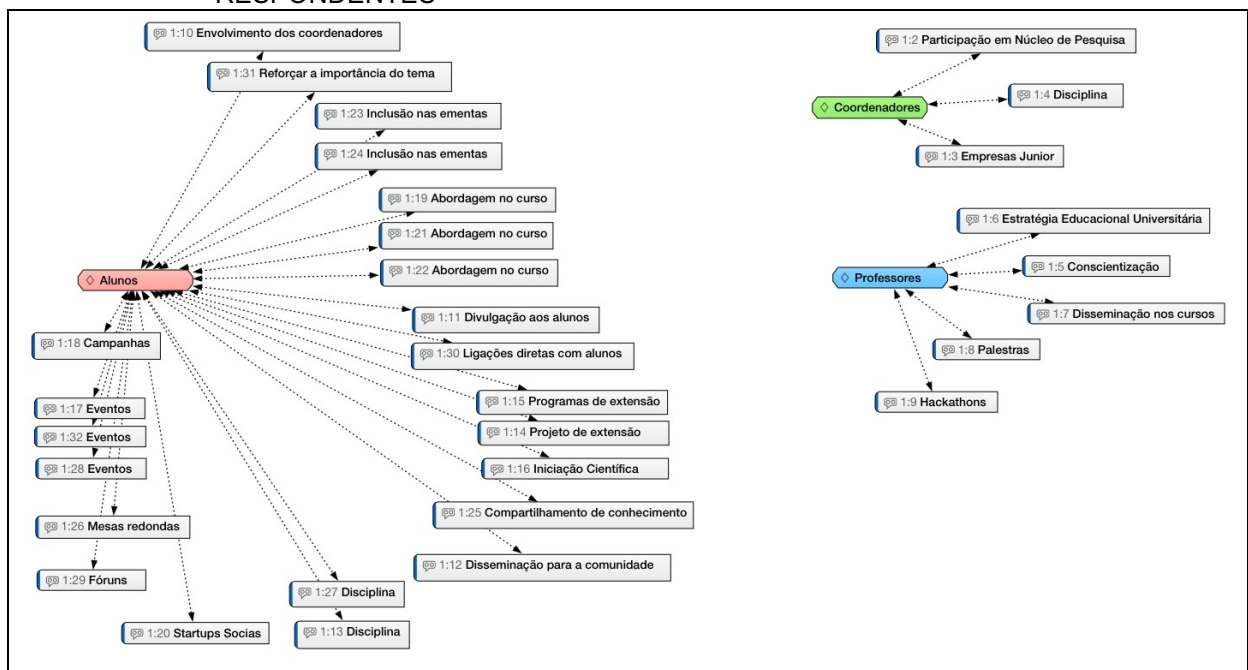
De acordo com o Quadro 36 identifica-se uma imparcialidade de opiniões quanto às ações a serem realizadas em conjunto pelos especialistas no tema (média dos coordenadores, 3,55 e média dos professores, 3,12), indicando assim, uma participação ocasional dos indivíduos especialistas.

Para os três grupos, como forma da instituição conectar pessoas que pesquisam, atuam e promovem o tema, estão: os **eventos de extensão e projetos de pesquisa**. Foram pontuados ainda: (i) pelo grupo de coordenadores, os grupos de estudos; e (ii) pelo grupo de professores e alunos, as redes de conhecimento e as comunidades de aprendizagem.

Corroborando o exposto por Wenger, McDermott e Snyder (2002), os membros envolvem-se com CoPs por motivos diversos e de forma voluntária, entretanto seu engajamento e participação se pautam na identificação com o grupo e com o senso de pertencimento com a comunidade.

Os participantes da pesquisa foram, ainda, questionados quanto a outras formas de promover o tema Empreendedorismo Social na instituição, sendo os resultados apresentados na Figura 18, de acordo com cada grupo.

FIGURA 18 - FORMAS DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL POR GRUPO DE RESPONDENTES



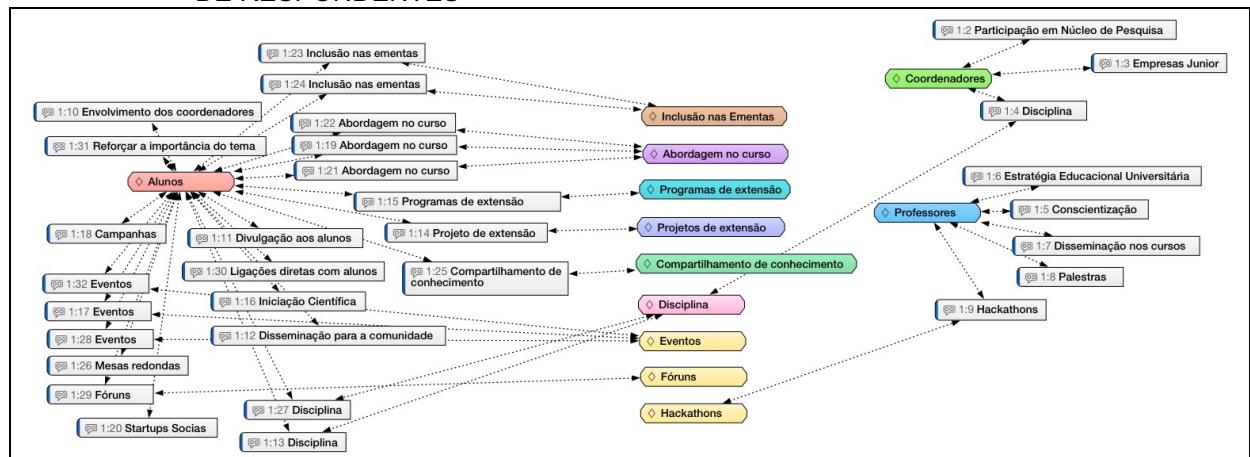
Fonte: Elaborada pelo autora autora com o auxílio do *software* Atlas ti (2017).

Os coordenadores pontuaram a participação em **Núcleos de Pesquisa**, **inclusão de disciplinas** no tema e a **formação de Empresas Júnior**. Os professores apontaram a **institucionalização do tema** como uma estratégia educacional universitária, a **conscientização** de professores, alunos e demais envolvidos com a universidade, a **disseminação** em todos os cursos, não apenas em cursos específicos como a administração, **palestras** e **eventos** como hackathons para a participação ativa dos alunos. E, os alunos destacaram que a **promoção do tema** deve partir do envolvimento dos coordenadores de curso, a **importância da temática** deve ser reforçada com alunos, professores e indivíduos relacionados, a **inclusão do tema nas ementas** e na abordagem das **disciplinas** dos cursos de graduação, ampliar a **divulgação do tema** aos alunos e engajá-los diretamente, **criar disciplinas**

no tema e promover **eventos** que aproximem os alunos da realidade dos empreendedores sociais.

As formas que apareceram com maior frequência nos três grupos, inclusive a convergência dos apontamentos em mais de um grupo, são apresentadas na Figura 19:

FIGURA 19 - FORMAS DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NOS TRÊS GRUPOS DE RESPONDENTES



Fonte: Elaborada pela autora com o auxílio do *software* Atlas ti (2017).

A Figura 19 apresenta como forma de promover o tema Empreendedorismo Social, sendo: (i) no grupo de professores e de alunos, a indicação de “**eventos**”; e no grupo de coordenadores e alunos, a criação de “**disciplinas**” na temática. Ressalta-se na Figura 19, a citação de “**compartilhamento de conhecimentos**”, realizado no grupo de alunos, indicando a importância da proposição de uma CoP para o incentivo ao Empreendedorismo Social, visto que a CoP promove o ambiente de criação, a oportunidade de aprendizados, assim como se baseia no compartilhamento de conhecimento para a resolução de problemas (WENGER-TRAYNER, 2011a).

4.4 AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COMUNIDADE DE PRÁTICA

Esta etapa buscou responder ao objetivo “e”, avaliar a proposta de CoP, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, junto à amostra selecionada, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. A avaliação da proposta, primeiramente foi realizada via plataforma Perusall, pelos indivíduos dos três grupos,

sendo: um coordenador, dois professores e três alunos. Entretanto, devido ao baixo número de acesso e interação na plataforma por parte dos participantes, optou-se por uma segunda estratégia de avaliação, sendo realizado o envio de e-mail aos participantes, com a proposta no formato de apresentação de PowerPoint e os questionamentos pontuados no campo de anotações. Após o envio dos e-mails, obteve-se o retorno de quatro professores, ampliando-se o retorno das avaliações para um total de: um coordenador (11,11% do total de respondentes/grupo), seis professores (25% do total de respondentes/grupo) e três alunos (6,98% do total de respondentes/grupo).

Os relatórios de interações dos indivíduos, gerados via plataforma Perusall, não puderam ser consultados, devido ao baixo número de respondentes que acessaram o sistema. Portanto, os registros de comentários, sugestões e questionamentos foram exportados da ferramenta, em seguida, organizados e sistematizados, utilizando o Software Atlas Ti.

Os apontamentos dos participantes quanto ao ambiente e estruturação inicial para CoP são apresentados na Figuras 20.

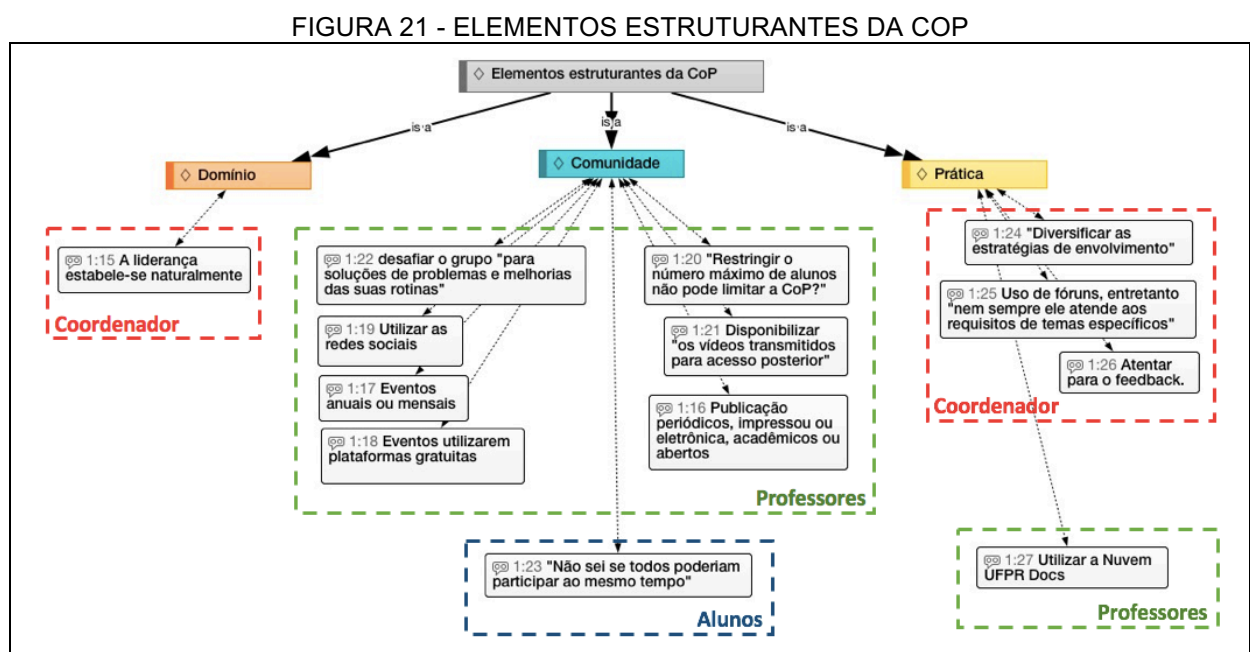


Fonte: Elaborada pela autora com o auxílio do software Atlas ti (2017).

A partir da análise dos comentários dos participantes, a proposição do Moodle como ambiente para a estruturação da CoP e a sugestão das parcerias com o NITS e

o CIPEAD, foram vistos positivamente. As sugestões incorporadas na proposta foram: (i) considerar **outras opções de plataformas** para a interação e comunicação do grupo; (ii) recomendar que os membros da CoP tenham uma “**gestão colegiada e a hospedagem em servidor neutro**”; e (iii) considerar para o estabelecimento das interações e compartilhamento de conhecimento, os recursos **webconferências e Vlogs**.

As sugestões quanto aos elementos estruturantes da CoP, sendo domínio, comunidade e prática são apresentados na Figura 21:

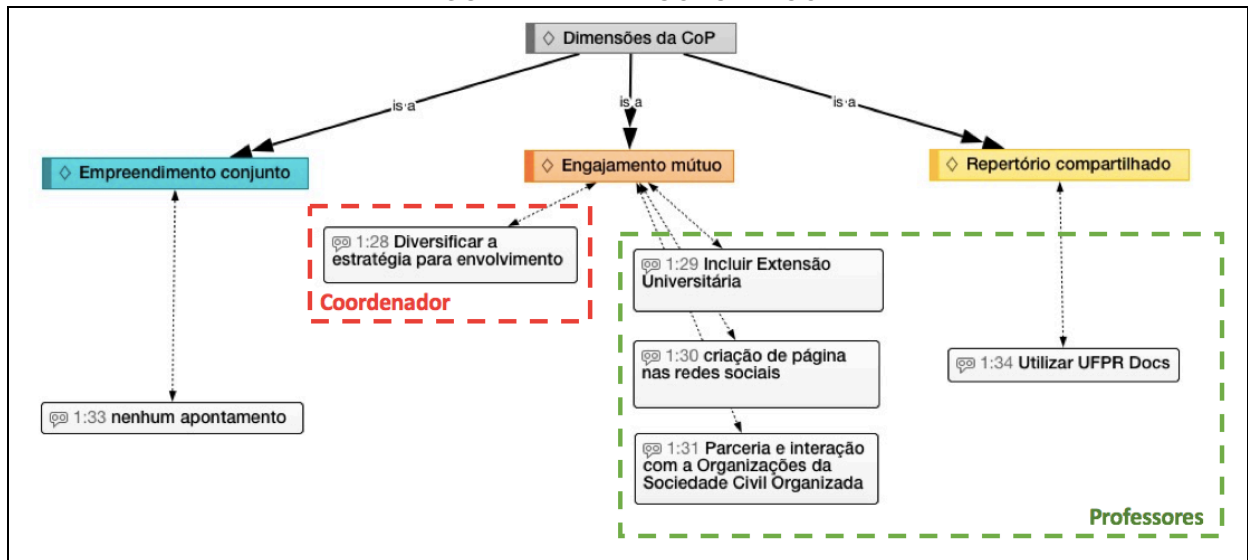


Fonte: Elaborada pela autora com o auxílio do *software* Atlas ti (2017).

Com base nos elementos estruturantes, reforçou-se na proposta que: (i) a liderança de uma CoP deve **estabelecer-se naturalmente** e (ii) o grupo deve constantemente **aprimorar suas rotinas**. Da mesma maneira, acrescentou-se que: (i) os eventos podem acontecer **mensalmente ou anualmente**, fazendo **uso de plataformas gratuitas**; (iv) as transmissões on-line realizadas devem ser **disponibilizadas na plataforma para acessos futuros**; (v) a disseminação do conhecimento pode ocorrer, também, por meio de **publicação em periódicos**; e (vi) as ações e atividades do grupo devem ter estratégias diversificadas de envolvimento dos membros.

A avaliação dos participantes quanto às dimensões, empreendimento conjunto, engajamento mútuo e repertório compartilhado são apresentados conforme Figura 22.

FIGURA 22: DIMENSÕES DA COP

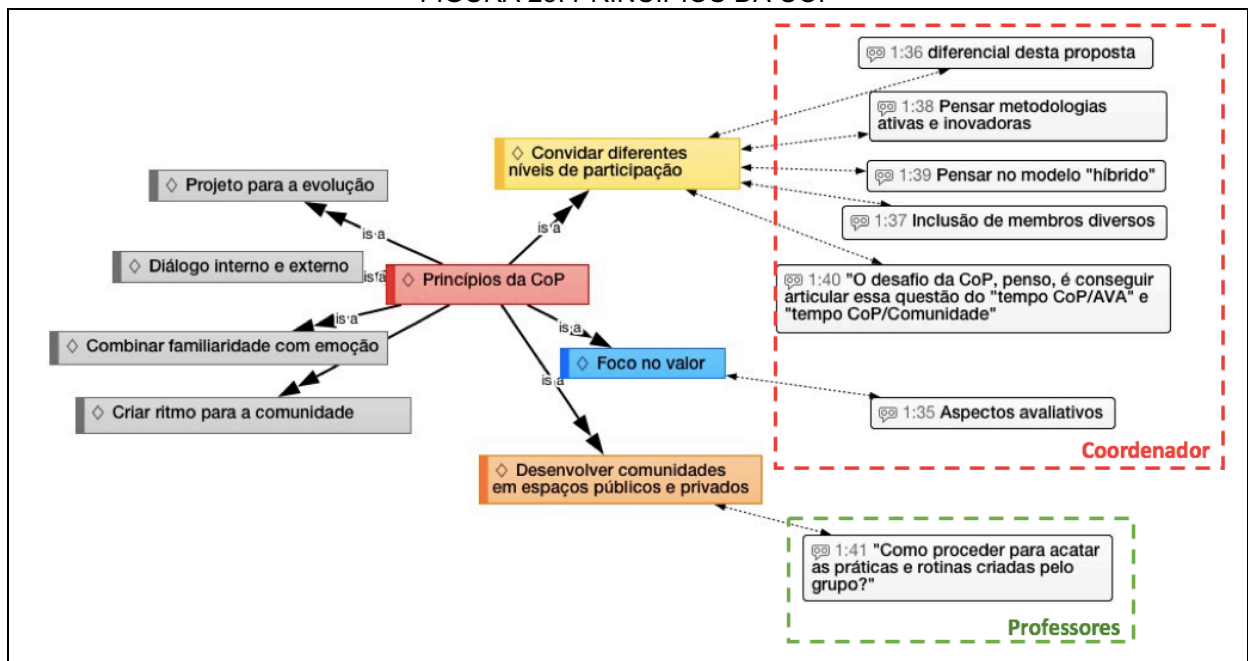


Fonte: Elaborada pela autora) com o auxílio do software Atlas ti (2017).

Em termos de engajamento mútuo, os participantes sugeriram (e foram incorporadas à proposta) a diversificação de estratégias para o envolvimento dos membros iniciantes na CoP, como: (i) participação em atividades de **Extensão Universitária**; (ii) a criação de **páginas nas redes sociais**; e (iii) a parceria com as **Organizações da Sociedade Civil**.

Em relação aos princípios para a implementação e consolidação de uma CoP, os resultados são apresentados na Figura 23.

FIGURA 23: PRINCÍPIOS DA COP



Fonte: Elaborada pela autora com o auxílio do software Atlas ti (2017).

Destacou-se como um diferencial da CoP, a integração de diferentes grupos de indivíduos (coordenadores, professores, alunos e comunidade externa). De acordo com os princípios da CoP, as sugestões incorporadas na proposta foram: (i) desenvolver **metodologias ativas e inovadoras**; e (ii) ponderar sobre um **modelo híbrido** de CoP (sendo uma CoP que incentive e desenvolva o empreendedorismo e os negócios tradicionais, assim como o Empreendedorismo Social). Como desafio para a CoP, levantou-se as questões quanto: (i) a articulação entre o CoP no ambiente virtual e a CoP com a comunidade; e (ii) as formas de medir e avaliar a CoP.

As sugestões dos participantes e que foram agregados na proposta de CoP são descritas detalhadamente na seção 5.

5 PROPOSTA DE COMUNIDADE DE PRÁTICA

A partir da identificação das ações de Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais do Sul do Brasil (objetivo a), da identificação das relações das dimensões (engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado), elementos (domínio, comunidade e prática), identidade e participação das pessoas (objetivo b) e a identificação da existência ou não dos elementos necessários à implementação e consolidação de um CoP (objetivo c), identifica-se os elementos necessários à proposição de uma CoP para o incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil (objetivo d), conforme apresentado a seguir.

5.1. AMBIENTE PARA A COMUNIDADE DE PRÁTICA - MOODLE

As Universidades dispõem como estrutura tecnológica para interação entre coordenadores, professores, alunos e comunidade, do ambiente virtual de aprendizagem, Moodle, e por isso propõe-se que a CoP seja estruturada neste ambiente virtual, criando o espaço para interação e o compartilhamento de conhecimento (“Ba”), além de dispor de ferramentas, assíncronas e síncronas, que são acessíveis aos usuários. Para o desenho da CoP, o Moodle permite que a página inicial da comunidade seja personalizada com informações sobre o foco de interesse, atividades, projetos e ações desenvolvidas pela CoP. De forma semelhante, o acesso será permitido apenas aos usuários que irão compor a comunidade (FIORIO; SILVA; RIBEIRO, 2011; MOODLE, 2017b; NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000).

A partir da avaliação da proposta de CoPs, sugere-se que demais plataformas que estabelecem a comunicação e interação entre o grupo sejam consideradas e utilizadas pelo grupo, como o caso da plataforma slack.com.

5.2 ESTRUTURAÇÃO INICIAL DA COMUNIDADE DE PRÁTICA

A partir da participação dos respondentes na pesquisa, sugere-se que a CoP estruture-se inicialmente na Universidade Federal do Paraná, estabelecendo um

vínculo e parceria com a Coordenação de Integração de Políticas de Educação a Distância da Universidade Federal do Paraná (CIPEAD) para o suporte tecnológico no Moodle, bem como com os membros do Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre o Terceiro Setor (NITS), devido ao foco na temática de Empreendedorismo Social. Para que não caracterize-se que o projeto pertence unicamente a UFPR, recomenda-se que em um segundo momento os membros da CoP avaliem uma gestão colegiada e a hospedagem poderia utilizar uma estrutura acadêmica federada, na qual os usuários poderão utilizar os logins e senhas de suas instituições de origem, da mesma forma que terão acesso a serviços e recursos que facilitaram o processo de compartilhamento de conhecimento entre os membros e as universidades⁹. Sugere-se ainda, o convite para o envolvimento dos professores, das 54 disciplinas que participaram da pesquisa, principalmente os que estão vinculados aos cursos de administração e gestão da informação, uma vez que registraram maior participação e envolvimento na pesquisa.

5.3 ESTABELECIMENTO DAS INTERAÇÕES E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

Para que o ambiente virtual promova o envolvimento e as interações, os membros se conheçam, as relações sejam estabelecidas e o compartilhamento de conhecimento ocorra, algumas ferramentas do Moodle podem ser utilizadas como (FIORIO; SILVA; RIBEIRO, 2011; MOODLE, 2017b; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002):

(i) perfil dos membros: o perfil dos usuários na plataforma pode conter um breve currículo dos indivíduos com as histórias, experiências, habilidades e expertises.

(ii) compartilhamento de conhecimento: a plataforma Moodle, deve promover a troca do conhecimento, integrando **mensagens eletrônicas**, que podem ser configuradas e enviadas aos membros a cada atualização. Desta forma todos os níveis de participação serão contemplados com o acesso ao conhecimento produzido,

⁹ A exemplo da CAFE – Comunidade Acadêmica Federada que “é um serviço de gestão de identidade que reúne instituições de ensino e pesquisa brasileiras através da integração de suas bases de dados”. Disponível em: <https://www.rnp.br/servicos/servicos-avancados/cafê>>.

assim como o ambiente deve promover **reuniões virtuais**, para que os membros possam realizar as trocas de forma síncrona.

(iii) recursos facilitadores do compartilhamento de conhecimento: a colaboração e a possibilidade de aprendizagem devem ser trabalhadas e reforçadas com os participantes e até mesmo com os convidados, portanto, a plataforma deve utilizar-se dos recursos que incentivam e facilitam a relação e a interação entre alunos, professores e demais envolvidos, utilizando-se da **criação de fóruns de discussão**, a integração com o **e-mail** dos membros para que estejam atualizados constantemente das atividades da comunidade e de **redes sociais**, para que possam envolver seus demais contatos, nas ações e atividades realizadas. E, indica-se investir em recursos como webconferências e Vlogs.

5.4 ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP

Para o desenvolvimento e sinergia de uma CoP, os elementos, domínio, comunidade e prática, devem estar alinhados, para tanto propõe-se, em termos de domínio, comunidade e prática (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002):

(i) Domínio:

a) especialistas no tema: são apontados como especialistas no tema, os professores, estando estes vinculados às disciplinas, núcleos de pesquisa, grupo de estudos e projetos de extensão. Portanto, a liderança da CoP deve envolver os professores, pelo conhecimento que detém, pelo envolvimento e pela relação estabelecida entre coordenadores e alunos. Ressalta-se, que esta indicação de um professor como líder na CoP, ocorre apenas neste estágio inicial de sua constituição, uma vez que este papel de liderança não é delegado, mas sim estabelecido naturalmente pelo grupo e pode envolver coordenadores e inclusive alunos.

b) agenda de temas: os membros da CoP devem definir conjuntamente sua agenda e escopo de temas a serem estudados e trabalhados. Sugere-se, portanto, que os conhecimentos dos membros sejam mapeados, e para o início da CoP, os temas podem ser definidos como tópicos no Moodle e refinados e eliminados ou agregados outros itens, conforme interação dos membros. Podem ser ainda, pontuados como temas iniciais a serem trabalhados: conceituação internacional e nacional; perfil e motivação do empreendedor; surgimento e evolução internacional e

nacional; tipologia de empreendimentos (tradicional, objetivo social, consequência social e organizações sem fins lucrativos); perspectivas europeia, norte-americana e de países em desenvolvimento; fontes de recursos financeiros; e plano de negócio social - teoria da mudança, sustentabilidade social e financeira, oportunidades e negócios sociais, criação de valor aos beneficiários, plano de infraestrutura, equipe de gerenciamento, impacto social e medição de impacto (ANDE; LGT; QUINTESSA, 2014; ASHOKA, 2011a; COMINI, 2011; DEES, 2001; DORNELAS; SPINELLI; ADAMS, 2014; GIFE, 2014; LIMEIRA, 2015; MARTIN; OSBERG, 2007; MELO NETO; FROES, 2002; MENDES, 2006; NECK *et al.*, 2009; OLIVEIRA, 2004b; YUNUS, 2008, 2010).

(ii) Comunidade:

a) rotina: o grupo deve definir, além de uma agenda de temas, a rotina e a dinâmica de interação entre os membros. Inclusive, deve-se considerar o constante aprimoramento destas rotinas e interações estabelecidas. Sugere-se que as interações sejam síncronas, utilizando-se dos fóruns de discussão, entretanto sejam realizadas periodicamente interações assíncronas, por meio de chats, videoconferências e webinars. Sugere-se ainda que os encontros sejam quinzenais ou mensais e que o grupo possua entre no mínimo 15 membros e no máximo 50, para que o grupo não se subdivida (SANTOS 2010; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

b) grupos externos a CoP: o fortalecimento e demais engajamento de membros na comunidade pode ser estabelecido por meio de relacionamentos desenvolvidos com grupos externos e que trabalhem e desenvolvam a temática na Região Sul do Brasil, convidando-os, inclusive a integrar a CoP e contribuir com sua construção. O conhecimento destas redes pode ser feito a partir da Rede Ashoka e Rede Yunus (ASHOKA, 2011a; YUNUS, 2017).

c) eventos: a promoção de eventos pela CoP é uma oportunidade de engajamento de outros membros e divulgação da CoP e do conhecimento produzido. Para tanto, sugere-se a organização de eventos virtuais com especialistas no tema, por meio de webinars para os membros e aberto a indivíduos externos à comunidade. Os eventos podem ocorrer mensalmente ou anualmente, por meio de plataformas gratuitas. As videoconferências e webinars devem ser disponibilizados na plataforma para acessos futuros aos membros que não possam acompanhar em tempo real.

(iii) prática: a criação do conhecimento pode surgir a partir de ideias, dicas e sugestões do grupo, ou com base em casos reais específicos a serem solucionados, diante disso propõe-se a elaboração de: (i) glossário de termos e conceitos utilizados pelo grupo; (ii) banco de insights, ideias para que sejam utilizados em momentos que surjam a necessidade; (iii) registro dos encontros virtuais e sistematização do conhecimento produzido, por blocos temáticos no Moodle para fácil recuperação da informação; (iv) compartilhamento de repositório pessoal e materias relevantes dos membros da CoP para consulta do grupo; e (v) vinculação de links da web que tenham notícias e informações sobre a temática (FIORIO; SILVA; RIBEIRO, 2011; MOODLE, 2017; SANTOS, 2010; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Indica-se que a disseminação do conhecimento produzido pelo grupo ocorra por meio de publicações em periódicos, impressos ou eletrônicos, acadêmicos ou diversos, para que indivíduos externos a comunidade possam ter acesso e seja uma forma de divulgação da CoP.

5.5 DIMENSÕES DA COP

Em termos de dimensões, engajamento mútuo, empreendimento conjunto e repertório compartilhado, propõe-se (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002):

(i) engajamento mútuo: uma vez que os especialistas no tema estão vinculados a disciplinas, núcleos de pesquisa, grupos de estudos, projetos de extensão e projetos de pesquisa, os alunos podem ser convidados, envolvidos e engajados por meio de trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica. Demais indivíduos podem ser integrados ao grupo, por meio de convites realizados pelos membros da CoP a indivíduos que integrem sua rede pessoal de contatos e relacionamentos. Uma vez que os membros estejam inclusos na CoP, sua participação e interação com o grupo pode iniciar a partir dos fóruns de discussão. Entretanto, além dos fóruns de discussão, o grupo deve pensar em diversificar a forma de envolver os membros, principalmente os iniciantes. Neste caso, podem ser considerados para o envolvimento dos membros, atividades de extensão universitária e a integração com Organizações da Sociedade Civil.

(ii) empreendimento conjunto: os membros devem comprometer-se e trabalhar conjuntamente para o desenvolvimento da CoP, para tanto este envolvimento pode ser facilitado com: (i) divisão de tarefas e papéis entre os

membros; (ii) treinamento dos membros em atividades que não tenham conhecimento e habilidades; (iii) envolvimento de novos membros na CoP; (iv) os questionários no Moodle podem ser utilizados para perguntar aos membros sobre o andamento da comunidade, suas percepções, sugestões de melhorias e demais comentários; (v) as ações devem ser pensadas conjuntamente com os membros que integram a CoP; e (vi) a ferramenta wiki, no Moodle pode ser usada para produção conjunta de produções de conhecimento (MOODLE, 2017b; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

(iii) repertório compartilhado: o conhecimento produzido pela CoP, pode ser documentado e armazenado no Moodle, por meio de: (i) seções temáticas ou diretórios de disciplinas; (ii) os membros podem disponibilizar blocos de arquivos e anotações pessoais ao grupo; (iii) podem ser integrados ao Moodle, repositórios externos como Dropbox e Google Drive, para que os membros compartilhem seus arquivos com os demais; e (iv) a sistematização do conhecimento pode ser realizadas por meio de manuais e utilizar o Moodle como repositório. Da mesma forma, que o conhecimento dos coordenadores, professores e alunos, foi apontado como sendo compartilhado por meio de publicações, a CoP pode trabalhar para que os temas das agendas, desenvolvidos pelo grupo, sejam sistematizados e possam tornar-se produções científicas e publicações (MOODLE, 2017; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

5.6 IDENTIDADE/PARTICIPAÇÃO

Os alunos podem tomar conhecimento do tema Empreendedorismo Social e serem engajados por meio dos professores e coordenadores participantes da CoP, que ministram disciplinas no tema, desenvolvem programas, projetos e cursos de extensão, assim como pelo estímulo da temática na iniciação científica. A participação dos indivíduos, inclusive os alunos, surgirá a partir da identidade, e conexão com o grupo, gerando nos membros um senso de pertencimento (WENGER; 1998). Ressalta-se que a participação dos alunos na CoP pode variar de acordo com seus interesses e nível de engajamento, transacionando pelos grupos, principal, ativo, ocasional, periférico e transacional.

5.7 PRINCÍPIOS DE UMA COP

O desenvolvimento de uma CoP deve ser pautado a partir dos sete princípios definidos por Wenger, McDermott e Snyder (2002), portanto, propõe-se para cada princípio:

1. Projeto para a evolução: a CoP pode ter um desenho proposto de funcionamento, entretanto, a comunidade precisa estar atenta às necessidades da comunidade e se ajustar constantemente as mudanças apontadas pelo grupo (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

2. Diálogo interno e externo: convidar líderes institucionais para auxiliar na CoP, iniciando sua participação como membros transacionais e a definição dos temas a serem trabalhados pode envolver membros externos a comunidade, especialistas no tema (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

3. Convidar diferentes níveis de participação: o convite para engajar novos membros na CoP, pode valer-se de apresentar a estes indivíduos os benefícios individuais e a organização com a participação. Sugere-se consultar membros transacionais, como especialistas externos a CoP, para ideias e sugestões quanto ao desenvolvimento da CoP (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002). Da mesma forma, recomenda-se que os membros avaliem a proposição de metodologias ativas e inovativas, assim como desenvolver na CoP modelos híbridos de negócios. O grupo deve pensar em formas de articular as relações virtuais e as relações com a comunidade. E, neste caso os eventos podem promover esta aproximação.

4. Desenvolver comunidades em espaços públicos e privados: nas CoPs pode existir uma liderança, entretanto não atribuída a um único indivíduo. Para tanto, uma vez que a CoP reconhece um líder, este pode assumir alguns papéis, como: (i) identificar os principais pontos nos temas a serem desenvolvidos; (ii) planejar e organizar os encontros da CoP; (iii) relacionar-se com os membros internos e conversar sobre suas necessidades; (iv) conectar os membros; (v) estabelecer conexões externas a comunidade para ideias e soluções; (vi) promover formas de desenvolver os membros; (vii) auxiliar na construção de ferramentas, métodos, repositório e eventos; (viii) acompanhar o ritmo da CoP e o envolvimento dos membros; e (ix) desenvolver habilidades políticas com a instituição. A CoP precisa ter clareza que as ações, atividades e rotinas estabelecidas não é definida por um líder,

mas por todo o grupo e o desenvolvimento da CoP dependerá do envolvimento dos membros (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

5. Foco no valor: o valor de uma CoP encontra-se em: (i) conectar os membros com problemas com os membros que possuem soluções; (ii) focar em tópicos relevantes para o grupo; (iii) conectar a comunidade com membros externos; e (iv) elaborar materiais úteis aos membros. O ambiente virtual de aprendizagem, Moodle, pode auxiliar na geração de relatórios que acompanhem a interação e acessos dos membros na CoP, por meio dos: acessos à plataforma, índices de participação nos fóruns, chats e mensagens. A CoP precisa ter clareza que o valor gerado no grupo é o conhecimento produzido e o aprendizado adquirido (MOODLE, 2017b; WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

6. Combinar familiaridade com emoção: o grupo pode criar rotinas e até práticas específicas, como: (i) ao início dos encontros os membros podem expor sua opiniões quanto ao aprendizado desenvolvido pelo grupo, incluindo questões de melhorias na forma de de condução deste processo, da mesma forma poderia se criar um ambiente em que os membros sintam-se confortáveis em abordar suas limitações e dificuldades; (ii) ao final do encontro, os membros realizarem uma breve avaliação do período junto com o grupo (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

7. Criar ritmo para a comunidade: para se criar um ritmo, a CoP pode promover eventos regulares por meio de: chats; videoconferências; webinars; palestras; novos tópicos de discussão e podem ser aproveitadas as visitas de especialistas nas universidades e promover uma interação com a comunidade, por meio de um chat, webinar ou videoconferência (WENGER; MCDERMOTT; SNYDER, 2002).

Do mesmo modo que a CoP pauta-se em princípios que buscam ajustar-se aos interesses do grupo, engajar indivíduos externos a comunidade para auxiliar em sua construção, conectar os membros estabelecendo relações e interações, criar um ritmo ao grupo e valorizar o aprendizado adquirido, o conhecimento compartilhado deve estender-se para além da CoP.

5.8 PROMOVER O EMPREENDEDORISMO SOCIAL ALÉM DA COP

Para que as atividades e ações no tema Empreendedorismo Social, desenvolvido na CoP, não seja restritivo apenas aos membros da comunidade, deve-se buscar envolver demais coordenadores, professores, alunos e representantes institucionais. O envolvimento de coordenadores e professores na CoP, além de contar com o conhecimento especializado destes profissionais, pode facilitar que o tema seja agregado nas ementas curriculares, bem como seja abordado nas disciplinas dos cursos e tornem-se disciplinas, que abranjam demais cursos de graduação, políticas institucionais e eventos engajando toda a Universidade.

À medida que a CoP proposta desenvolve-se nas Universidades Federais do Sul do Brasil, poderão ser pontuadas contribuições para o desenvolvimento de um ambiente favorável ao Empreendedorismo Social, de acordo com os seis elementos de excelência, apontados por Brock e Ashoka U (2011), conforme descrito a seguir:

1. Ensino e currículo: os temas abordados na CoP podem integrar e ser desenvolvidos nas práticas docentes e o compartilhamento de boas práticas que são realizadas por empreendedores sociais pode auxiliar no entendimento e alinhamento do empreendedorismo com as atividades desenvolvidas nas disciplinas, cursos e na universidade (ASHOKA U, 2011a; JOOS, 2017).

2. Pesquisa: as atividades, ações ou projetos desenvolvidos em conjunto pelos membros da CoPs podem ser sistematizadas e disseminadas por meio de produções científicas e publicações.

3. Aprendizagem aplicada: uma vez que uma CoP pauta-se na prática de resoluções de problemas, os temas trabalhados visarão atender a demandas reais de natureza social.

4. Recursos: a CoP pode desenvolver como item na agenda de aprendizados, as fontes e formas de captação de recursos financeiros para viabilizar ações e projetos desenvolvidos pelo grupo (ASHOKA, 2011a).

5. Modelos: o espaço de interação entre alunos, professores, coordenadores e especialistas no tema, será promovido por meio do ambiente virtual de aprendizagem, Moodle e suas ferramentas de facilitação e incentivo a interação.

6. Comunidade e cultura: o convite para o envolvimento e participação de líderes institucionais na CoP, pode fortalecer o apoio da gestão e a institucionalização do tema Empreendedorismo Social (BROCK; ASHOKA U, 2011).

Corroborando Brock e Ashoka U (2011), uma vez que os elementos de excelência são trabalhados, desenvolvem-se oportunidades de aprendizados, acesso a ferramentas e metodologias e desta forma, estimulam-se os indivíduos a tornarem-se empreendedores e agentes de uma transformação social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto de pesquisa apresentou como objetivo geral propor uma Comunidade de Prática para incentivar o Empreendedorismo Social nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. Para tanto, definiu-se cinco objetivos específicos que fundamentaram-se no referencial teórico e na pesquisa empírica.

O objetivo “a” visou identificar como ocorrem as ações de Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil. A partir deste objetivo, observou-se que as ações, projetos e atividades de Empreendedorismo Social ocorrem por meio de projetos de extensão, disciplinas na graduação e eventos. O processo de troca e o compartilhamento de conhecimento entre os indivíduos pode ser apoiado por recursos que apresentam interface com o Moodle.

Em seguida, o objetivo “b” buscou identificar as relações das dimensões, elementos, identidade e participação das pessoas nas ações de Empreendedorismo Social nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil. Verificou-se que a colaboração e a possibilidade de aprendizado são considerados fatores facilitadores para o compartilhamento de conhecimento, assim como os programas de extensão são indicados para auxiliar na disseminação do tema. Foram identificados elementos que contribuíram para a proposição de uma CoP, como: (i) o vínculo dos especialistas no tema com as disciplinas de graduação; (ii) as tecnologias fóruns de discussão e comunidades virtuais, como facilitadoras para o engajamento dos alunos nas ações de Empreendedorismo Social; e (iii) dentre outras formas de promover o tema estão a participação em núcleos de pesquisa, inclusão de disciplinas, formação de empresas junior.

O objetivo “c”, identificar nas Universidades, a existência ou não, dos elementos necessários à implementação e consolidação de uma CoP, foi alcançado e verificou-se a existência de elementos que foram incorporados a proposta da comunidade, conduzindo desta forma, a realização do objetivo “d” - identificar os elementos necessários à criação de CoPs nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil. A partir dos objetivos “c” e “d”, a CoP foi estruturada, pautando-se nas teorias de: (i) Nonaka, Toyama e Konno (2000) e Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001); (ii) Wenger (1998), Lave e Wenger (1991), e Wenger, McDermott e Snyder (2002); e (iii) Brock e AshokaU (2011).

Para o objetivo “e” - avaliar a proposta de CoP, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, junto à amostra selecionada, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil, utilizou-se das Plataformas Moodle e Perusall, juntamente com o envio de e-mails e a partir da análise dos respondentes, ajustes e inclusões foram realizados na proposta e nas subdivisões: ambiente para a comunidade, estruturação inicial, estabelecimento de interações e compartilhamento de conhecimento e dimensões da CoP.

No transcorrer da pesquisa teórica, empírica e a elaboração da proposta de CoP, constatou-se que a comunidade pode ser considerada um ambiente para o incentivo ao Empreendedorismo Social, uma vez que promove um espaço de troca e interação, estabelece a conexão entre os indivíduos, permite a aproximação de diversos grupos, que se relacionam direta ou indiretamente com a universidade e seu valor está relacionado com aprendizado produzido e adquirido. Contudo, a proposição da CoP, que tinha como premissa ser a configuração ideal para o incentivo ao Empreendedorismo Social, produziu reflexões acerca de condições que podem determinar o sucesso de sua implementação e consolidação. Destacam-se cinco pontos a serem considerados quanto a proposta de CoP, sendo: plataforma proposta, uma única CoP para as dez Universidades Federais, engajamento, disponibilidade de tempo dos participantes, engajamento e liderança.

Plataforma proposta: a estrutura do servidor, que suportará a plataforma Moodle, poderá apresentar limitações na capacidade de armazenamento, da mesma forma que a plataforma tem restrições de configurações e determinados ajustes são permitidos somente ao setor responsável na universidade. Diante disso, determinadas solicitações e processos podem tornar-se demorados, restritivos e até mesmo exclusivos, não permitindo integrações com outras plataformas que possam ser úteis para a CoP. Para tanto, a comunidade poderia ocorrer via Moodle, entretanto podem ser consideradas outras plataformas gratuitas, de fácil acesso e que atendam a especificidade desta comunidade e que estabeleçam interação e comunicação entre os indivíduos.

Uma única CoP para as dez Universidades Federais: a partir da dificuldade encontrada em estabelecer contato e o engajamento com os coordenadores, professores e alunos nas universidades, para a pesquisa empírica, pressupõe-se que iniciar-se uma CoP local, considerando suas especificidades de projetos, ações, atividades e envolvimento de coordenadores, professores e alunos, em cada

universidade, possa ser uma etapa anterior que ofereça condição de um maior engajamento dos membros localmente, para em seguida, formar uma CoP que integre as demais universidades.

Engajamento: O engajamento e a interação inicial dos membros pode ocorrer por meio de uma CoP local e presencial, o que pode facilitar o envolvimento dos indivíduos. No quesito engajamento podem ser contemplados aspectos relacionados a mobilização de coordenadores, professores e alunos e demais indivíduos que estabeleçam relação com a universidade. Da mesma forma que antes de iniciar a CoP, poderia se buscar estabelecer uma rede de contatos dentro da universidade, com interessados no tema, a partir dos departamentos e setores e em seguida com uma rede de contatos externos.

Disponibilidade de tempo dos participantes: evidenciou-se na pesquisa empírica, uma pequena participação e envolvimento, por parte dos respondentes nos três grupos, principalmente, em razão de sua realização culminar com o encerramento do semestre letivo e com o excesso da carga de atividades e demandas enfrentadas pelos coordenadores, professores e alunos. Diante desta situação, estes fatores podem comprometer o envolvimento dos membros na CoP. O apoio e suporte institucional, bem como a destinação de recursos para pesquisas no tema pode ser uma maneira de incentivar e motivar os indivíduos a se engajarem, da mesma forma que a CoP pode buscar a captação de recursos financeiros para a sustentabilidade de suas ações e dos projetos a serem desenvolvidos.

Liderança: para que uma CoP se constitua e se estabeleça, é inevitável o trabalho em grupo e o papel de um líder. Para tanto, indivíduos que tenham interesse em iniciar uma CoP, necessitarão desenvolver redes de contatos, articular os diferentes grupos e engajar demais membros de forma privada e coletiva, além de eleger de forma natural um líder entre o grupo. Do mesmo modo, sugere-se que cada universidade inicie a CoP localmente, para num segundo momento, estabelecer-se a integração entre as universidades. Destaca-se a importância de que cada universidade tenha seu(s) lidere(s), estabelecidos pelos membros das CoPs locais e estes possam ser os membros que iniciem a articulação e a intermediação para facilitar a da criação de uma única CoP entre as universidades.

Presume-se que o êxito da implementação e consolidação de uma CoP, compreende um esforço antecedente à estruturação do ambiente virtual, incluindo um trabalho com os setores e departamentos das universidades para a divulgação do

tema, de ações e projetos, que despertem o interesse de participação por parte dos grupos de coordenadores, professores e alunos. Iniciar o tema Empreendedorismo Social por meio de grupos de pesquisa em cada universidade, assim como oportunizar programas, projetos e cursos de extensão que envolvam uma diversidade de cursos e indivíduos internos e externos à universidade, pode ser uma forma de criar uma rede de contatos para a formação inicial de uma CoP presencial, seguida da CoP virtual.

No decorrer da pesquisa, observou-se limitações quanto à aderência e a quantidade de respondentes da pesquisa, nos três grupos (coordenadores, professores e alunos) e nas duas etapas (pesquisa de campo e na avaliação da proposta). Para tanto, fez-se necessário a proposição de uma segunda estratégia de avaliação abordada pela pesquisadora. Considera-se ainda como limitação, a restrição da pesquisa às Universidades Federais do Sul, assim como aos cursos da área de Sociais Aplicadas.

Os resultados da pesquisa foram limitados e prejudicados devido a dois momentos: (i) na etapa de pesquisa de campo, sendo necessário realizar contato com todas as secretarias e com os coordenadores para a solicitar os contatos dos professores e alunos, assim como buscar apoio na divulgação e participação na pesquisa; e (ii) na fase de avaliação da proposta, enfrentou-se barreiras em termos tecnológicos e resistência pelo grupo de professores quanto a utilização da Plataforma Perusall, sendo pontuado por dois professores a não participação via plataforma. Inclusive, por esse motivo, optou-se pelo envio da avaliação da proposta por e-mail a todos os participantes.

Com o desenvolvimento da pesquisa, constatou-se uma escassez de trabalhos que abordem o tema Empreendedorismo Social nas Universidades Federais do Sul do Brasil, assim como seu incentivo e desenvolvimento por meio das Comunidades de Prática. A partir dessa constatação, verificou-se a oportunidade do desenvolvimento de trabalhos e pesquisas no tema, do mesmo modo que desdobramentos futuros para a pesquisa, sendo:

- (i) trabalhos que ampliem o escopo de pesquisa para:
 - a. as demais Universidades Federais, nas regiões Norte (10), Nordeste (18), Sudeste (19) e Centro-Oeste (5);
 - b. (ii) as Universidades Estaduais, Municipais e Privadas, bem como para os Centros Universitários, Faculdades IF e CEFET;

- c. os cursos de graduação das outras oito “grande áreas” do conhecimento (Ciências Exatas e da Terra; Ciências Biológicas; Engenharias; Ciências da Saúde; Ciências Agrárias; Ciências Humanas; Linguística, Letras e Artes; e Multidisciplinar;
 - d. as demais disciplinas nos cursos de graduação, com o objetivo de selecionar os grupos a serem pesquisados, analisando como base as matrizes curriculares, ementas e Projetos Pedagógicos e verificando a abordagem do tema Empreendedorismo Social;
 - e. outros grupos de respondentes, como, servidores, técnicos, indivíduos da comunidade externa, organizações que desenvolvam o tema, incubadoras sociais e demais instituições que estabeleçam relações com a universidade;
- (ii) trabalhos que verifiquem a aplicação da pesquisa de campo alterando a estratégia de coleta de dados, de questionário semi-aberto, para entrevistas com grupos focais, buscando desta forma uma maior aderência, engajamento e participação na pesquisa;
 - (iii) pesquisas que implantem o modelo, seguido, do acompanhamento e monitoramento de todas as etapas, incluindo a criação, o desenvolvimento e consolidação da CoP;

REFERÊNCIAS

ACTUALIDAD PEDAGÓGICA. **10 Herramientas para desarrollar competencias a través de la construcción colaborativa de conocimiento**. 2013. Disponível em: <http://actualidadpedagogica.com/10-herramientas-para-desarrollar-competencias-a-traves-de-la-construccion-colaborativa-de-conocimiento/>>. Acesso em: 12 Set. 2017.

ALLEN, E. SEAMAN, C. A. **Likert Scales and Data Analyses**. *Quality Progress*, 2007. Disponível em: <http://asq.org/quality-progress/2007/07/statistics/likert-scales-and-data-analyses.html>>. Acesso em: 05 Jul. 2017.

ALMEIDA, P. H. O compartilhamento do conhecimento entre pesquisadores nacionais e internacionais do programa ciência sem fronteiras. 2017. 144 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação). Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação - PPGCGTI, Universidade Federal do Paraná, 2017.

ANAND, A., WALSH, I. Should knowledge be shared generously? Tracing insights from past to present and describing a model". *Journal of Knowledge Management*, v. 2, n. 4 p. 713-730, 2016.

ARDICHVILI, A. **Learning and knowledge sharing in virtual communities of practice**: motivators, barriers, and enablers. *Advances in Developing Human Resources*, v. 10, n. 4, p. 541-554, 2008.

ASHOKA; MCKINSEY Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis**: como elaborar planos de negócios para organizações sociais. São Paulo: Peirópolis, 2001.

_____. **Negócios sociais sustentáveis**: estratégias inovadoras para o desenvolvimento social. São Paulo: Peirópolis, 2006.

ASHOKAU. **Campus starter kit**: resources for faculty and staff for developing Social Entrepreneurship Education on your Campus. 2011a. Disponível em: <http://ashokau.org/resources/student-resources/>>. Acesso em: 01 Set. 2017.

ASHOKA U. **Changemaking 101** - A student guide to Social Entrepreneurship. 2011b. Disponível em: <http://ashokau.org/resources/student-resources/>>. Acesso em 01 Set. 2017.

ASHOKA U. **Campuses**. 2017a. Disponível em: <http://ashokau.org/changemakercampus/campuses/>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

_____. **Network Search**. 2017b. Disponível em: <https://www.ashoka.org/en/our-network>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

_____. **About Ashoka**. 2017c. Disponível em: <https://www.ashoka.org/en/about-ashoka>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

_____. **Programs**. 2017d. Disponível em:

<https://www.ashoka.org/en/program>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

ASPEN NETWORK OF DEVELOPMENT ENTREPRENEURS (ANDE); LGT VENTURE PHILANTHROPY (LGT); QUINTESSA PARTNERS. **Mapa de investimentos de impacto no Brasil - Resumo das conclusões**. 2014. Disponível em:

https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/files/content/upload/ImpactInvestingStudy_FINAL_VERSION_PORTUGUES.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2016.

ATLAS.TI. Atlas.ti 7 for windows. Disponível em: <http://atlasti.com/product/v7-windows/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

AULA PLANETA. **25 herramientas TIC para aplicar el aprendizaje colaborativo en el aula y fuera ella [Infografía]**. 2015. Disponível em: <http://www.aulaplaneta.com/2015/07/14/recursos-tic/25-herramientas-tic-para-aplicar-el-aprendizaje-colaborativo-en-el-aula-y-fuera-de-ella-infografia/>> Acesso em 12 set. 2017.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.

BARNETT, el. al. General practice training and virtual communities of practice- a review of the literature. **BMC Family Practice**, v. 3, n. 87, p. 1-12, 2012.

BOLISARI, E., SCARSO, E. The place of communities of practice in knowledge management studies: a critical review. **Journal of Knowledge Management**. v. 18, n. 2, p. 366-381, abr. 2014.

BORNSTEIN, D. **Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas ideias**. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Lei número 9394, 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. **Portaria Normativa nº 40, de 12 de dezembro de 2007**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 29 dez. 2010. Seção 1, p.23. Republicada por ter saído, no DOU nº 239, de 13-12-2007, Seção 1, págs. 39 a 43, com correção no original.

BRASIL. **Ministério das Relações Exteriores - Divisão de temas educacionais. Denominações das Instituições de Ensino Superior (IES)**. Disponível em: http://www.dce.mre.gov.br/nomenclatura_cursos.html>. Acesso em 07 mar. 2017.

BROCK, D. D; ASHOKA U. **Social Entrepreneurship education resources handbook**. University Division of Ashoka: Innovators for the Public, 2011.

BROWN, J. S.; DUGUID, P. Organizational learning and communities of practice: toward a unified view of working, learning and innovation. **Organization Science**, v. 2, n. 1, p. 40-57, 1991.

BUCKLEY, S.; GIANNAKOPOULOS, A. Sharing in a knowledge city using CoPs. ECIC 2010 EUROPEAN CONFERENCE ON INTELLECTUAL CAPITAL, 2, **Proceedings...** Lisboa, 2010, p. 144-151.

BUCKLEY, S; GIANNAKOPOULOS, A. Knowledge sharing through communities of practice. ECIC 2011 EUROPEAN CONFERENCE ON INTELLECTUAL CAPITAL,3, **Proceedings...**University of Nicosia, 2011a, p. 103-112.

BUCKLEY, S.; GIANNAKOPOULOS, A. Sharing in a knowledge - The CoP way. CONFERENCE ON INFORMATION MANAGEMENT AND EVALUATION, 2, **Proceedings...** Canadá, 2011B, p. 72-81.

BUCKLEY, S; STRYDOM, M. 21st Century Learning - Community of Practice for students in Higher Education. ECEL INTERNACIONAL CONFERENCE ON E-LEARNING, 10, **Proceedings...**College of the Bahamas Nassau, 2015, p. 49-57.

BUCKLEY, S.; TOIT, A. D. Sharing knowledge in universities: Communities of practice the answer?. **Education, knowledge and economy**, London, v. 3, n. 1, p. 35-44, jun./jun. 2009. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17496890902858249>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

CARDONA. J. J. C. TIC y educación - Los aprendizajes colaborativos como estrategia para los procesos de construcción de conocimiento. **Revista Educación Desarrollo Social**. Bogotá, v. 4, n. 2, p. 87-103, jul. 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1

CENTRO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL E ADMINISTRAÇÃO EM TERCEIRO SETOR - CEATS. **Sobre o Ceats**. Disponível em: <http://ceats.org.br>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

CHAN, L.; OKUNE, A.; SAMBULI, N. O que é ciência aberta e colaborativa e que papéis ela poderia desempenhar no desenvolvimento?. In: ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L.; ABDO, A. H. **Ciência aberta, questões abertas**. Brasília: IBICT; Rio de Janeiro: UNIRIO, 2015.

CHIU, C.; HSU, M.; WANG, E. Understanding knowledge sharing in virtual communities: na integration of social capital and social cognitive theories. **Decision Support System**, v.42, n.3, p. 1872-1888, 2006.

CHOICE. Disponível em: <http://choice.org.br>> Acesso em: 18 jun. 2017.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

COMINI, G. M. Negócios inclusivos e Inclusivos: um panorama da diversidade conceitual. In: **Mapa de Soluções Inovadoras**: Tendências de empreendedores na construção de negócios inclusivos e inclusivos. Instituto Walmart, São Paulo, junho

de 2011.

COMINI, G. M.; TISCOSKI, G.P.; ROSOLEN, T. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. In: SANTANA, A.L.J.M.; SOUZA, L.M.S. (Org.). **Empreendedorismo com foco em negócios sociais**. Curitiba: NITS UFPR, 2015.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS JUNIORES (BRASIL JUNIOR). **O índice de Universidades Empreendedoras**. 2016. Disponível em: <http://brasiljunior.rds.land/indice-de-universidades-empreendedoras>>. Acesso em 18 jun. 2017

CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Tabela de áreas de conhecimento/avaliação**. 2017. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/avaliacao/instrumentos-de-apoio/tabela-de-areas-do-conhecimento-avaliacao>>. Acesso em: 11 abr. 2017.

CORCORAN, N.; DUANE, A. Social Media for Knowledge Sharing in Communities of Practice in Higher Education. ECSM EUROPEAN CONFERENCE ON SOCIAL MEDIA,5, **Proceedings**... France, 2016, p. 56-62.

COX, A. What are communities of practice? a comparative review of four seminal works. **Journal of information science**, v. 31, n. 6, p. 527-540, 2005.

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DEES, J.G. **O significado do “Empreendedorismo Social”**. 2001. Disponível em: <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, v. 10, n. 21, p. 11-30, 2008.

DI CHIARA, I. G.; ALCARA, A. R.; TOMAEL, M. I. Tipos de compartilhamento de informação e conhecimento no ambiente de P&D. **Inf. & Soc. Est. João Pessoa**, v. 20, n. 2, p. 105-118, maio/ago, 2010.

DOBELE. L. A new approach in higher education: social entrepreneurship education. **Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century**. Budapeste. Óbuda University, p. 227-238, 2016.

DORNELAS, J; SPINELLI, S; ADAMS, R. Oportunidade para o empreendedorismo social. In _____. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. 2.ed. São Paulo: Elsevier, 2014, p. 159-178.

DRAGO. I. Contribuições do Movimento Nós Podemos Paraná para a Criação e Compartilhamento do Conhecimento nos Núcleos Locais de Trabalho. 2011. 207 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação). Programa

de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação - PPGCGTI, Universidade Federal do Paraná, 2011.

DRAYTON, B. A team of teams world. **Stanford Social Innovation Review**. 2013. Disponível em https://ssir.org/articles/entry/a_team_of_teams_world>. Acesso em: 01 Set. 2017.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2003.

EDGAR, T. L. *et al.* **Análisis de los servicios de la tecnología Web 2.0 aplicados a la educación**. In: No Solo Usabilidad, n 9, 2010. Disponível em: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/tecnologia_educacion.htm>. Acesso em 12 Set. 2017.

EL-HANI, C. N.; GRECA, I. M. Participação em uma comunidade virtual de prática desenhada como meio de diminuir a lacuna pesquisa-prática na educação em biologia. **Ciência Educação (Bauru)**, Bauru, v. 17, n. 3, p. 579-601, 2011 .

E-MEC - CADASTRO E-MEC DE INSTITUIÇÕES E CURSOS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Instituições de educação superior e cursos cadastrados**. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

ENACTUS. Disponível em: <http://www.enactus.org.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras**: 2016. Sebrae, [2016]. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

ENDOWMENT DIREITO GV. **O que é endowment**. Disponível em: <http://edireitogv.com.br/o-endowment/como-funciona>>. Acesso em: 05 set. 2017.

ENOS, S. Independent, Coexisting, Collaborating? How Institutions Are Organizing Their Efforts for Social Impact. **Diversity & Democracy**. Association of American Colleges & Universities, v. 19, n. 3, 2016. Disponível em: <http://www.aacu.org/diversitydemocracy/2016/summer/enos>>. Acesso em: 01 Set. 2017.

FERRAZ, I. N.; DORNELAS, J. S. Repertório compartilhado de recursos em comunidades virtuais de prática: um estudo dos mecanismos de interação, organização e controle em grupos de pesquisa científica. **Organizações & Sociedade**, v. 22, n. 72, p. 99-122, 2015.

FIORIO, M.; SILVA, J. L. T; RIBEIRO, A. M. Um framework de comunidades de prática em ambientes virtuais de aprendizagem. **Renote - Revista Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, julho, 2011.

FREITAS, H. M. R.; JANISSEK-MUNIZ, R.; MOSCALA, J. **Uso da Internet no processo de pesquisa e análise de dados**. 2004. Disponível em: http://www.ufrgs.br/gianti/files/artigos/2004/2004_147_ANEP.pdf>. Acesso em: 7

set. 2017.

FUNDAÇÃO AVINA/POTENCIA VENTURES. **Mapeamento do campo de negócios sociais / inclusivos** - categoria negócios. 2012 Disponível em:

<http://www.aspeninstitute.org/sites/default/files/content/docs/ande/Mapeamento%20Neg%C3%B3cios%20Sociais%20Inclusivos%20-%20Relat%C3%B3rio%20final%20categoria%20neg%C3%B3cios%5B1%5D.pdf>>.

Acesso em 04 jun. 2017.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS - FGV. **Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Gvcenn)**. Disponível em:

<http://eaesp.fgvsp.br/ensinoeconhecimento/centros/cenn>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

GARCIA, J. **Interdisciplinariedade**. 1 de set, 6 de dez, 2016. 5f. 2016. Notas de aula.

GERGER, C; REGO, L. **Educating a new generation of entrepreneurial leaders**. 2014. Disponível em:

https://ssir.org/articles/entry/educating_a_new_generation_of_entrepreneurial_leaders>. Acesso em: 25 nov. 2016.

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

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **2009 Report on Social Entrepreneurship. Universidad del Desarrollo, 2009**. Disponível em:

<http://www.gemconsortium.org/report/48437>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – 2015: Relatório Executivo**. Sebrae, 2015. Disponível em:

http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/%24File/5904.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2016.

2016.

GOOGLE. **Google Docs**. 2017. Disponível em: <https://drive.google.com>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

GRUPO DE INSTITUTOS FUNDAÇÕES E EMPRESAS (GIFE). **Censo GIFE 2014**.

2014. Disponível em: <http://gife.org.br/censo-gife/>>. Acesso em: 05 mai. 2017.

HAIR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HOLZMANN, E. R. F. Aproximação do conceitos de comunidades de prática e intervenção em terapia comunitária. 2013. 110 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação). Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação - PPGCGTI, Universidade Federal do Paraná, 2013.

HOOFF, B.; HUYSMAN, M. Managing knowledge sharing: emergent and engineering approaches. **Information & Management**, v. 46, p. 1-8, 2009.

HORA, H. R. M.; MONTEIRO, G. T. R.; ARICA, J. Confiabilidade em questionários para qualidade: Um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. **Produto e Produção**, v. 11, n. 2, p. 83-103, jun. 2010.

HOWORTH, C.; SMITH, S. M.; PARKINSON, C. Social learning and social entrepreneurship education. **Academy of Management Learning & Education**, Lancaster University, v. 11, n. 3, p. 371–389, set. 2012.

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse Estatística da Educação Superior 2015**. Brasília: Inep, 2016. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/basica-censo-escolar-sinopse-sinopse>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

INSPER. **Centro de Empreendedorismo**. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/empreendedorismo/>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

JOOS, K.; LEAMAN, M. Teaching social entrepreneurship. In: Morris, M. H. **Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy-2014**. University of Florida, 2014, p. 152-176, 2014

JOOS, K. E. **Introduction to Social Entrepreneurship**. 2017. Disponível em: <http://www.kristinjoos.com/teaching/spring17/ent3503/>>. Acesso em 29 Set. 2017.

KAHANE, M. New Challenge: developing entrepreneurial leaders for social impact. **Diversity & Democracy**. Association of American Colleges & Universities, v. 19, n. 3, 2016. Disponível em: <http://www.aacu.org/diversitydemocracy/2016/summer/kahane>>. Acesso em 1 Set. 2017.

KAY, V. N.; ANDRADE, D. N. D. Ferramentas web 2.0 para atividades em educação a distância, utilizadas em conjunto com o ambiente virtual de aprendizagem moodle. **Ead & tecnologias digitais na educação**. Dourados, v. 2, n. 3, p. 81-93, nov. 2014.

KIM, M; LEU, J. The field of Social Entrepreneurship education: from the second wave of growth to a third wave of innovation. In: BROCK, D. D; ASHOKA U. **Social entrepreneurship education resources handbook**. University Division of Ashoka: Innovators for the Public, 2011. p. 4-5.

KIM, M. KRAMPETZ, E. The rise of the sophisticated changemaker. **Social Innovation and Civic Engagement**. Association of American Colleges & Universities, v. 19, n. 3, 2016. Disponível em: <http://www.aacu.org/diversitydemocracy/2016/summer/kim>>. Acesso em: 01 Set. 2017.

LAVE, J.; WENGER, E. **Situated Learning**: legitimate peripheral participation. New York: Cambridge University Press, 1991.

LAVHENGWA, T.J. *et al.* Factors influencing e-collaboration for knowledge development and innovation. **SA Journal of Information Management**, v. 16, n. 1, p. 1-8, nov. 2014.

LDB - lei de diretrizes e bases da educação nacional: lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, atualizada até 03/11/2016. Brasília: Edições Câmara; Câmara dos Deputados, 2016.

LEONARDI, J.; BASTOS, R. C. Bases epistemológicas da Teoria de Criação de Conhecimento Organizacional. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 4, n. 2, p. 3-18, 2014.

LEÃO. J. A. **As ferramentas de interação do ambiente virtual de aprendizagem: instrumentos que viabilizam as inter-relações entre professores e alunos.** Revista Gestão Universitária. 2015. Disponível em: <http://www.gestaouniversitaria.com.br/artigos/as-ferramentas-de-interacao-do-ambiente-virtual-de-aprendizagem-instrumentos-que-viabilizam-as-inter-relacoes-entre-professores-e-alunos>>. Acesso em: 12 Set. 2017.

LEE, L. S. *et al.* Learning through interactions: improving project management through communities of practice. **Project Management Journal**, v. 46, n. 1, p. 40-52, fev. 2015.

LEE, S., HONG, J. Y., SUH, E. Measuring the change in knowledge sharing efficiency of virtual communities of practice: a case study. **Internacional Journal of Technology Management**, Geneva, v. 70, n. 1, 2016.

LIMEIRA. T.M.V. **O papel das aceleradoras de impacto no desenvolvimento dos negócios sociais no Brasil.** 2014. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/O_papel_das_aceleradoras.pdf> Acesso em: 19 Nov. 2016.

_____. **Empreendedorismo social no Brasil: estado da arte e desafios.** 2015. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Empreendedorismo_Social_no_Brasil_ICE_FGV.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2017.

MARCONI, M.A., LAKATOS; E.M. **Fundamentos da metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. **Social Entrepreneurship: the case for definition.** Stanford Social Innovation Review. 2007. Disponível em: https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition>. Acesso em: 12 jan. 2016.

MELO NETO, F. P.; FRÓES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MENDES. J. **Fatores condicionantes de sucesso das pequenas e médias empresas na região metropolitana de Curitiba e sua contribuição para o desenvolvimento local.** 2006. 157 f. Dissertação (Mestrado em Organizações e Desenvolvimento). Programa de Pós Graduação em Organizações e Desenvolvimento - UniFAE - Centro Universitário, 2006.

MENDES, L.; URBINA, L. M.S. Análise sobre a Produção Acadêmica Brasileira em Comunidades de Prática. **Rev. Adm. Contemp.**, Curitiba , v. 19, n. spe3, p. 305-327, out. 2015 . Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552015000900005&lng=en&nrm=iso > . Acesso em: 24 jun. 2017.

MENSURE EVALUATION. **Teoria da amostragem**. Disponível em:

<https://www.measureevaluation.org/resources/training/materials/data-quality-portuguese/Amostragem.pdf/view> > . Acesso em: 29 nov. 2016.

MINITAB STATISTICAL SOFTWARE. **Sobre nós**. Disponível em:

<http://www.minitab.com/pt-br/company/> > . Acesso em 23 out. 2017.

MOODLE. **About Moodle**. 2017a. Disponível em:

https://docs.moodle.org/33/en/About_Moodle > . Acesso em 07 jul. 2017.

MOODLE. **Molde 2.0 release notes**. 2017b. Disponível em: <https://moodle.org/> > . Acesso em 25 set. 2017.

NECK, H.; BRUSH, C.; ALLEN, E. The landscape of social entrepreneurship. **Business horizons**, v. 52, n. 1, p. 13-19, 2009.

NITS – Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre o Terceiro Setor. Disponível em:

<http://www.nits.ufpr.br/> > . Acesso em 05 set. 2017.

NISTOR, N. *et al.* Participation in virtual academic communities of practice under the influence of technology acceptance and community factors, a learning analytics application. **Computers in Human Behavior**, v. 34, p. 339-344, maio, 2013.

NONAKA, I.; TAKEUCHI. H. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NONAKA, I.; TOYAMA,R.; KONNO, N. **SECI, Ba and Leadership**: a unified model of dynamic model creation. Long Range Planning, 2000.

OLIVEIRA. E.M. **Empreendedorismo Social no Brasil**: atual configuração, perspectivas e desafios-notas introdutórias. 2004a. Disponível em: http://cac.php.unioeste.br/projetos/casulo/docs/art_fae.pdf > . Acesso em: 28 nov. 2016.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social no Brasil**: fundamentos e estratégias. 2003. 538 f. Tese (Doutorado em Serviço Social). Programa de Pós-Graduação em Serviço Social - UNESP, 2004b.

OLIVEIRA, J. M. **Modelo para a integração dos mecanismos de fomento ao empreendedorismo no âmbito das Universidades**: o caso da Univerisdade Federal do Rio Grande do Sul. 2006. 182 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção), Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção - PPGE, Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

OPEN AND COLABORATIVE SCIENCE IN DEVELOPMENT NETWORK - OCS. **About OCS**. 2017a. Disponível em: <https://ocsdnet.org/about-ocsdnet/about-ocs/>>. Acesso em 30 Jun. 2017.

ORDAZ, C.; CRUZ J.; GINEL E. Facilitadores de los procesos de compartir conocimiento y su influencia sobre la innovación, **JEL Code**: M1 y O3. Grupos de investigación SEC2006-15105 y SEJ-02478, 2009.

PEREIRA, H.J. **Os Novos Modelos de Gestão**: análise e algumas práticas em empresas brasileiras. 297 p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Pós Graduação em Administração de Empresas. Fundação Getúlio Vargas, 1995.

PERUSALL. Disponível em: <http://perusall.com/>>. Acesso em: 07 jul. 2017.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ - PUCPR.

Empreendedorismo - Resultados obtidos. Disponível em:

<http://www.pucpr.br/projetocomunitario/resultados.php>>. Acesso em: 06 jan. 2016.

POPOVICIU, I; POPOVICIU, S. A. Social entrepreneurship, social enterprise and the principles of a community of practice. **Revista de cercetare si interventie sociala**, Romenia, v. 33, p. 44-55, jun. 2011.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD).

Relatório do desenvolvimento humano – 2015. 2015. Disponível em:

http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2015_report_pt.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2016.

QUEIROZ, F. C. B. P.; SILVA, H. F. N.; QUANDT; C. O. Formas de compartilhamento de informação e do conhecimento na cooperação internacional de pesquisadores . **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 25, n. 3, p. 147-161, set/dez. 2015.

REGO, R. C. A.; FONTES FILHO, J. R.; LIMA, D. F. P. Confiança organizacional e compartilhamento e uso do conhecimento tácito. **Revista Administração de Empresas - RAE**, v. 53, n.5, p. 500-511, set/out, 2013.

REUNES. Reunião Universitária para Empreendedorismo Social. Disponível em:

<http://www.reunes.com.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

SANTOS, A.R. *et al.* Gestão do conhecimento como modelo empresarial. In: _____. **Gestão do conhecimento**: uma experiência para o sucesso empresarial. Curitiba: Champagnat, 2001.

SANTOS, F. F. dos. **Modelo de gestão para promover a criação e o compartilhamento de conhecimento em comunidade virtual de prática**. 2010. 242 fls. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

SANTOS, L. M. L.; GALLELI, B. O ensino de Empreendedorismo Social nos cursos

de administração das universidades públicas brasileiras. **Administração Pública e Gestão Social**. Viçosa, v. 5, n. 2, p. 71-79, abr-jun. 2013.

SARRUFI, P. G. Comunidades de Prática e suas contribuições no processo de troca e criação de conhecimento no âmbito das micro e pequenas empresas: o papel das ferramentas colaborativas da web. 2011. 127 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação). Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação - PPGCGTI, Universidade Federal do Paraná, 2011.

SARTORI, V. **Comunidade de Prática Virtual como ferramenta de compartilhamento de conhecimento na educação a distância**. 2012. 144 f. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

SILVA, A. P.; SARTORI, V.; SCHIMIGUEL, J. Comunidade de Prática Virtual como ferramenta de apoio a educação empreendedora. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO A DISTANCIA - SIED e ENCONTRO DE PESQUISADORES EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA - EnPED, 3., 2016. São Carlos. **Anais...** São Carlos: UFSCar. 2016. p. 1-12.

Social Enterprise Knowledge Network - SEKN. Disponível em: <http://www.sekn.org>>. Acesso em: 16 jun. 2017.

SURVEY MONKEY. Tamanho da amostra do questionário. 2017. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 15 set. 2017.

TABORDA, M.; RANGEL, M. **Pesquisa Quali-quantitativa on line**: Relato de uma experiência em desenvolvimento no campo da saúde. Congresso Iberoamericano de Investigação Qualitativa, 4. Anais. Atas CIAIQ. Investigação qualitativa em saúde. 2015.

TAN, N. L. *et al.* Motivational factors in influencing knowledge sharing among banks in malaysia . **International research journal of finance and economics** , n. 44, p. 191-201, 2010.

TERRA, J.C.C; GORDON, C. **Portais Corporativos**: A revolução na gestão do conhecimento. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

TOFFLER, A. A. **The thirdwave**. New York: William Morrow and Company, 1980.

WENGER, E. **Communities of Practice**: learning, meaning, and identity. New York: Cambridge University Press, 1998.

WENGER, E; MCDERMOTT, R; SNYDER, W. **Cultivating Communities of Practice**: a guide to managing knowledge. Boston: Harvard Business School Press, 2002.

WENGER, E. *et al.* **Technology for Communities**. CEFRIO Book Chapter – Jan., 2005. Disponível em:

http://technologyforcommunities.com/CEFRIO_Book_Chapter_v_5.2.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2017.

WENGER-TRAYNER. **Can a community of practice exist only online?**. 2011a. Disponível em: <http://wenger-trayner.com/resources/online-communities-of-practice/>>. Acesso em 25 mar. 2017.

_____. **Slide: levels of participation**. 2011b. Disponível em: <http://wenger-trayner.com/resources/slide-forms-of-participation/>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

_____. **Introduction to communities of practice**: A brief overview of the concept and its uses. (2015a). Disponível em: <http://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

_____. **Why focus on communities of practice? dimensions of value creation**. (2015b). Disponível em: <http://wenger-trayner.com/project/why-focus-on-communities-of-practice/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

WILLEY, K. K.; BERRY, F. S. Teaching Social Entrepreneurship in Public Affairs Programs: A Review of Social Entrepreneurship Courses in the Top 30 U.S. Public Administration and Affairs Programs. **Journal of Public Affairs Education**, v. 21, n. 3, p. 381-400, 2015.

VIEIRA, S. **Como elaborar questionários**. São Paulo: Atlas, 2009.

VON KROGH, G.; ICHIJO, K.; NONAKA, I. **Facilitando a criação de conhecimento**: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

YUNUS, M. **Um mundo sem pobreza**: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008.

YUNUS, M. **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS. Disponível em: <https://www.yunusnegociossociais.com/educacao>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

ZEN, A. M. D. A crise de paradigmas e a resignificação do conhecimento para o século XXI. **Em Questão**, Porto alegre, jul./dez. 2010, v. 16, n. 2, p. 49-63.

APÊNDICE A - CONCEITOS UTILIZADOS PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO PARA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES)

QUADRO - CONCEITOS UTILIZADOS PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO PARA AS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES)

(continua)

Conceito	Divisão / Subdivisão		Definição
Manutenção	Mantenedora		<ul style="list-style-type: none"> representante legal que fornece os recursos financeiros para o exercício da instituição.
	Mantida		<ul style="list-style-type: none"> instituição que realiza as atividades de ensino superior.
Categoria administrativa	Pública	Federal	<ul style="list-style-type: none"> mantida pelo Governo Federal; isenção de matrícula e mensalidade.
		Estadual	<ul style="list-style-type: none"> mantida pelo Governo Estadual; isenção de matrícula e mensalidade.
		Municipal	<ul style="list-style-type: none"> mantida pelo Governo Municipal; Isenção de matrícula e mensalidade.
	Privada	Com fins lucrativos	<ul style="list-style-type: none"> mantida por entidade privada; visa a obtenção lucro.
		Sem fins lucrativos	<ul style="list-style-type: none"> mantida por entidade privada; não visa a obtenção lucro; enquadram-se nesta categoria instituições profissionais ou comunitária (Art. 20 da LDB).
		Beneficente	<ul style="list-style-type: none"> mantida por entidade privada; não visa a obtenção lucro; possui Certificado de Assistência Social; enquadram-se nesta categoria instituições profissionais ou comunitárias.
Especial		<ul style="list-style-type: none"> criada por meio de legislação estadual ou municipal própria; instituição não custeada integral ou parcialmente por recursos públicos. 	
Organização acadêmica da instituição	Faculdade		<ul style="list-style-type: none"> o termo pode envolver duplo sentido: referir-se a Instituição que não possui autonomia para expedição de títulos e diplomas e que não promove a pós-graduação; ou descrever uma unidade dentro da Universidade; estão contidos neste grupo, institutos e organizações semelhantes (Decreto nº 5.773, de 2006).
	Centro Universitário		<ul style="list-style-type: none"> pluricurricular; pode envolver mais áreas do conhecimento; sem requisitos para a institucionalização da pesquisa; autônomo para criar cursos e vagas na sede; docentes: um terço de mestres ou doutores e um quinto em período integral; assemelha-se estruturalmente a Universidade.
	Universidade		<ul style="list-style-type: none"> pluridisciplinar; institucionalização da pesquisa; autônomo em processos acadêmicos e para criar campus fora de sede; docentes: um terço de mestres ou doutores e um terço em período integral; exige titulação mínima para os docentes;

QUADRO - CONCEITOS UTILIZADOS PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO PARA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES)

(continua)

Conceito	Divisão / Subdivisão	Definição	
Organiz- acadê- mica da instit.	Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia	• assemelha-se a Universidade Tecnológica.	
	Centro Federal de Educação Tecnológica	• assemelha-se ao Centro Tecnológico.	
Tipos de cursos e conferência de graus	Graduação	Bacharelado	• curso superior que desenvolve a capacidade para atuar profissionalmente em área específica do conhecimento.
		Licenciatura	• curso superior que desenvolve a capacidade para atuar profissionalmente como docente na educação básica.
		Tecnologia	• curso superior que desenvolve capacidade para atuar profissionalmente em áreas tecnológicas.
	Pós-graduação stricto sensu		• refere-se aos programas de mestrado e doutorado (acadêmico e profissional).
	Pós-graduação lato sensu ou especialização	Residência médica	• direcionado a área médica para prática da atividade.
		Residência multiprofissional em saúde	• direcionado as diversas áreas médicas para prática da atividade.
	Extensão		• atividades que se estendem a comunidade externa estabelecendo uma relação universidade e comunidade.
Turnos dos cursos	Matutino	• compreende o período até às 12h.	
	Vespertino	• compreende o período entre às 12h e 18h.	
	Noturno	• compreende o período após às 18h.	
	Integral	• compreende mais de 6 horas diárias em mais de um período.	
Temporalidad e	Periodicidade	• compreende a carga horária necessária para o cumprimento do projeto pedagógico; • regime semestral ou anual; ou • trimestral e quadrimestral (esporadicamente).	
	Integralização	• período para a conclusão do curso; • estabelecida em anos ou fracionada.	
Modalidad e dos cursos	Presencial	• caracteriza-se pela "presença física do estudante" nas atividades (Brasil, 2010, p. 30).	
	À distância	• caracteriza-se pelo ensino baseado na utilização de recursos tecnológicos, sem a necessidade do comparecimento do estudante nas atividades.	
Locais de oferta	Campus	• espaço "secundário" com diversas atividades institucionais, administrativas e educacionais.	
	Unidade	• espaço com atividades administrativas e educacionais.	
	Campus sede	• espaço principal com departamentos administrativos e educacionais. Localiza-se no município da sede institucional.	
	Campus fora de sede	• espaço "secundário" com atividades administrativas e educacionais. Localiza-se em outro município que não seja o da sede institucional.	
	Unidade educacional na sede	• espaço "secundário" com atividades educacionais. Localiza-se no município da sede institucional.	

QUADRO - CONCEITOS UTILIZADOS PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO PARA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES)

(conclusão)

Conceito	Divisão / Subdivisão	Definição	
Locais de oferta	Unidade educacional fora de sede	• espaço "secundário" com atividades educacionais. Localiza-se em outro município que não seja o da sede institucional.	
	Unidade administrativa	• espaço "secundário" para atividades administrativas.	
	Núcleo de educação à distância (EAD)	• espaço com atividades administrativas e educacionais, "incluindo a criação, gestão e oferta de cursos com suporte tecnológico" (BRASIL, 2017, p. 29).	
	Polo de apoio presencial de EAD	• espaço com atividades administrativas e operacionais.	
	Agrupador	• "endereço principal de um campus ou unidade educacional, que agrega endereços vizinhos ou muito próximos, no mesmo município, no qual as atividades acadêmicas ou administrativas se dão com algum nível de integração" (BRASIL, 2017, p. 29).	
Docentes	Tempo integral	• atribui-se ao profissional com 40 horas semanais de trabalho, sendo 20 horas, destinadas a demais atividades acadêmicas.	
	Tempo parcial	• atribui-se ao profissional com 12 horas semanais ou um período maior de trabalho, tendo 25% das horas destinadas a demais atividades acadêmicas.	
	Horista	• atribui-se ao profissional vinculado a instituição para ministração de aulas, independente da carga de trabalho.	
	Núcleo docente estruturante	• grupo de docentes responsáveis pelo projeto pedagógico do curso.	
Estudantes	Matrícula	Matrícula ativa	• vincula-se com a instituição para a realização das atividades que compõem o curso.
		Matrícula não ativa	• vincula-se com a instituição, entretanto sem a realização das atividades que compõem o curso.
	Matriculado	• vincula-se formalmente com a instituição.	
	Ingressante	Processo seletivo	• estudante registra-se na instituição após aprovação.
		Outras formas de ingresso sem processo seletivo	• estudante registra-se na instituição por meio de alteração ou reaproveitamento de curso e transferência institucional.
	Concluinte	• estudante com o término do curso previsto para o referido ano.	
	Inscrito	• estudante registra-se para o processo seletivo.	
Desistente	• estudante que suspende a vinculação com a instituição.		
Vagas	Vagas autorizadas	• total anual, definido por ato autorizativo institucional para os processos seletivos; • no caso de instituições autônomas, o colegiado acadêmico aprova e comunica o Ministério da Educação (Decreto 5.773/2016, art. 28).	
	Vagas oferecidas	• total definido por editais institucionais para os processos seletivos.	

FONTE: Adaptado de Brasil (2010, 2017).

APÊNDICE B - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
1	<i>Arizona State University</i>	Estados Unidos	<i>Tempe Arizona</i>	2010	71.946	1- <i>Changemaker Central</i> ; 2- <i>Innovation Challenge</i> ; 3- <i>Women Entrepreneurship Initiative</i>	Universidade orientada por oito princípios e o empreendedorismo social não está centrado em uma disciplina ou curso, mas perpassa pelas atividades desenvolvidas pela Universidade. Esse processo envolve alunos, professores e funcionários na busca de soluções para demandas locais e globais.
2	<i>Babson College</i>	Estados Unidos	<i>Wellesley Massachusetts</i>	2009	3.000	1- <i>The Lewis Institute</i>	A Universidade define o empreendedorismo social como um processo que identifica demandas sociais e prepara os indivíduos para a construção de negócios que gerem, tanto valor econômico, quanto social.
3	<i>Boston College</i>	Estados Unidos	<i>Chestnut Hill Massachusetts</i>	2013	9.300	1- <i>Social Innovation Lab</i>	A Universidade pauta a formação de seus alunos em valores de cidadania. A inovação social perpassa as atividades propostas pela universidade em cinco áreas principais: centros, cursos, eventos e vida do estudante, pesquisa e recursos.
4	<i>Brigham Young University</i>	Estados Unidos	<i>Provo Utah</i>	não informado	33.363	1- <i>Students for Social Entrepreneurship (SSE)</i> ; 2- <i>Social Innovation Leadership Council (SILC)</i> ; 3- <i>Ballard Week</i> .	A Universidade tem seu ensino pautado em desenvolver habilidades intelectuais, caráter, fé e o ímpeto de ajudar ao próximo. A universidade criou em 2003 o Centro Melvin J. Ballard para trabalhar o tema inovação social com os estudantes.
5	<i>Brown University</i>	Estados Unidos	<i>Providence Rhode Island</i>	2012	8.200	1- <i>Social Innovation Fellowship</i> ; 2- <i>TRI-Lab (Teaching, Research, Impact)</i> ; 3- <i>Engaged Scholars Program</i> ; 4- <i>Swearer Sparks and Storytellers for Good</i> .	A Universidade tem como uma de suas bases para a educação, a responsabilidade social. Possui um currículo flexível onde o estudante constrói sua educação pautada em beneficiar sociedade com seu conhecimento.
6	<i>Central Queensland University</i>	Austrália	<i>Rockhampton Queensland</i>	não informado	30.000	1- <i>Graduate Certificate in Social Innovation</i> ; 2- <i>Social Innovation Studio</i> ;	A inovação social é a base dos valores da instituição. Gerar um impacto positivo na sociedade permeia o ensino e o trabalho dos funcionários da instituição.
7	<i>Claremont McKenna College</i>	Estados Unidos	<i>Claremont Califórnia</i>	2014	7.000	1- <i>Kravis Leadership Institute</i> ; 2- <i>Center for Innovation and Entrepreneurship</i> ; 3- <i>Center for Community Engagement</i> .	Considerado a 30ª Universidade a ingressar no grupo de Campus Changemaker. O ensino trabalha com temas de liderança, inovação social, engajamento comunitário e oferece oportunidades e experiências que desenvolvam princípios e valores de cidadania nos alunos.

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
8	College of the Atlantic	Estados Unidos	Bar Harbor Maine	2009	350	1- <i>Sustainable Enterprise Hatchery</i>	Universidade com menos de 400 alunos, possui uma abordagem interdisciplinar onde os alunos aprendem a resolver problemas complexos. Possui um programa de incubadora de empresas sustentáveis onde os alunos têm contato com uma rede de empreendedores sociais. Além de terem acesso a recursos financeiros, espaço de trabalho e suporte por até nove meses depois de formados.
9	Colorado College	Estados Unidos	Colorado Springs Colorado	2014	2.026	1- <i>Global Sustainability Summer Internships</i> ; 2- <i>The State of the Rockies Project</i> ; 3- <i>Public Interest Fellowship Program</i> .	A Universidade foca-se em um ensino baseado no trabalho ambiental e em sustentabilidade, visando impactar e beneficiar a sociedade com a resolução de questões sociais.
10	Cornell University	Estados Unidos	Ithaca Nova York	2008	21.904	1- <i>Center for Transformative Action</i> .	Um dos objetivos traçados pela instituição foi o engajamento civil, tendo o empreendedorismo social como base para desempenhar essa meta. A Universidade estimula os alunos a tornarem-se agentes de transformação social por meio de cursos, clubes estudantis e demais atividades.
11	Dublin City University	Irlanda Reino Unido	Dublin Irlanda	não informado	16.000	<i>não informado</i>	A Universidade busca promover ações com os idosos, por meio do programa "Universidade Amiga da idade". Estimula-se o envolvimento ativo dos idosos em atividades de ensino, pesquisa, assim como em atividades, culturais, entre outras.
12	Duke University	Estados Unidos	Durham Carolina do Norte	2010	14.950	1- <i>Duke's Center for Social Entrepreneurship Education (CASE)</i>	A Universidade promove ações para ensinar e envolver os estudantes no tema de empreendedorismo social. Possui o Centro de Educação para Empreendedorismo Social (Case), que em seus primeiros dez anos desenvolveu a produção de materiais sobre o tema (publicações, conferências) e a construção de um programa de MBA com o foco em impacto social.
13	Florida International University	Estados Unidos	Miami Flórida	não informado	54.000	1- <i>Global Learning for Global Citizenship</i> ; 2- <i>StartUP FIU</i> ; 3- <i>The Honors College at FIU</i> ; 4- <i>Global Social Change and Civic Engagement Mini Grants</i> .	A Universidade é uma referência em pesquisa no país. Trabalha com o tema inovação e empreendedorismo social e tem como intuito capacitar seus estudantes para resolução de problemas de ordem social.

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
14	Fordham University	Estados Unidos	Nova York Nova York	2014	15.286	1- Fordham Inter-Campus Social Innovation Team (FICSIT); 2- Sustainable Business Minor; 3- Fordham Social Innovation Collaboratory;	Baseada em valores Jesuítas, a Universidade busca desenvolver em seus alunos o compromisso com a sociedade e as demandas sociais.
15	George Mason University	Estados Unidos	Fairfax Virginia	2008	34.000	1- The Social Innovation Program; 2- Masters in Individualized Studies (MAIS): Social Entrepreneurship; 3- Hybrid Distance Learning Courses on Social Entrepreneurship;	Universidade destaca que antes de participar da iniciativa Campus Changemaker, havia definido diferencial na pesquisa e ensino no tema de empreendedorismo social, porém reforça o avanço no tema após a iniciativa.
16	Glasgow Caledonian University	Reino Unido	Glasgow Escócia	não informado	20.000	1- Yunus Centre for Social Business and Health; 2- Grameen Caledonian College of Nursing; 3- Strategy for Learning;	A Universidade busca formar profissionais incorporando aos seus conhecimentos os temas de empreendedorismo social. Um terço das vagas da instituição são preenchidas por estudantes de baixa renda.
17	Hamilton College	Estados Unidos	Clinton Nova York	2014	1.850	1- Social Innovation Fellows; 2- Levitt Leadership Institute; 3- Course Development Grants;	Os temas inovação social, cidadania, liderança transformadora foram integrados ao "The Arthur Levitt Public Affairs Center" que busca promover nos alunos, autoconhecimento e compreensão e resolução dos problemas sociais.
18	Johns Hopkins University	Estados Unidos	Baltimore Maryland	2008	21.000	1- Center for Social Concern	A Universidade criou o Programa de Parcerias em Inovações Social Johns Hopkins, buscando promover o engajamento nos temas de empreendedorismo e inovações sociais.
19	Marquette University	Estados Unidos	Milwaukee Wisconsin	2010	11.200	1- Social Entrepreneur Residency; 2- FixesU; 3- Brady Corporation-Marquette University Midwest Social Innovation Design Contest;	Após a participação no Campus Changemaker a Universidade teve um crescimento nas propostas de atividades com o tema empreendedorismo social, como o caso de dois novos cursos, dois módulos e um programa de certificação.
20	Miami Dade College	Estados Unidos	Miami Flórida	2015	165.000	1- Innovation Meets Purpose and Change in Teams (IMPACT)	A Universidade busca por meio da rede Innovation Meets Purpose and Change in Teams (IMPACT), alinhar ensino com as demandas e mudanças enfrentadas pela sociedade.
21	Middlebury College	Estados Unidos	Middlebury Vermont	2011	2.450	1- Middlebury Center for Social Entrepreneurship Undergraduate Fellowship Program; 2- MiddSTART; 3- MiddCORE;	Universidade privada de artes liberais, foi convidada a participar do Changemaker Campus em 2011.

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
22	Northeastern University	Estados Unidos	Boston Massachusetts	2016	13.960	1- IDEA; 2- Social Impact Conference; 3- Changemaker Stages;	A Universidade tem o tema inovação social pautado em seis princípios: educação experiencial, inovação curricular, pesquisa, interdisciplinaridade, envolvimento local e global e desenvolvimento de liderança infantil.
23	Portland State University	Estados Unidos	Portland Oregon	2012	27.229	1- Impact Entrepreneurs - ELP & SII; 2- Institute for Sustainable Solutions (ISS); 3- Sustainable Water, Energy and Environmental Technologies Laboratory (SWEETLab);	A Universidade destaca-se pelo seu compromisso com a mudança e inovação social e alinhado a isso, a instituição possui um instituto para soluções sustentáveis; um programa que une estudantes, empresas, organizações sem fins lucrativos e órgãos do governo para elaborarem projetos que visem a resolução de problemas; o laboratório "Sustainable Water, Energy and Environmental Technologies - SWEET"; e um programa que trabalhar o empreendedorismo social nos negócios.
24	Rollins College	Estados Unidos	Winter Park Florida	2012	3.240	1- Global Links; 2- SESi-designated Internships; 3- Collaboration for Action (CfA); 4- Business & Social Entrepreneurship Degree (BSE).	A Universidade foi a primeira na Flórida e a 16ª no mundo a fazer parte do Changemaker Campus. A Universidade oferece o ensino em artes liberais, alinhado ao ensino experimental e a relação com a comunidade e possui uma iniciativa de empreendedorismo social e sustentabilidade (SESi) que partiu de demandas dos estudantes, com o trabalho conjunto com professores e funcionários.
25	Ryerson University	Canadá	Toronto Ontário	2013	43.000	1- Digital Media Zone; 2- Diversity Institute; 3- Environmental Applied Science and Management;	A Universidade possui um compromisso em envolver a comunidade em suas atividades, assim como a pensar o ensino pautado nas demandas da sociedade. A universidade exerce um papel importante no ecossistema de Inovação do Canadá e tem como referência os programas: "Digital Media Zone", "Diversity Institute" e "Environmental Applied Science and Management".
26	Singapore Management University	Cingapura	Singapura	2016	10.000	1- SMU-X; 2- SMU LifeLessons; 3- SMU GROW;	A universidade preocupa-se em formar alunos que busquem, por meio de seus conhecimentos, beneficiar e atender a necessidade da sociedade. A instituição possui uma infraestrutura diferenciada em sala de aula, para estimular a participação do aluno.
27	Tecnologico de Monterrey - Campus Guadalajara	México	Monterrey Nuevo León	2011	8.000	1- Social Development Support Programs; 2- Inclusive Engineering; 3- Honors Program.	Considerada uma referência em termos de ensino empresarial no México, a Universidade busca agregar o tema empreendedorismo social e assim desenvolver profissionais com o foco em demandas sociais.

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
28	The New School	Estados Unidos	Nova York Nova York	2009	10.000	1- Design for Social Innovation and SustainabilityLab (Parsons); 2- New Challenge; 3- The Community Development Finance Lab; 4- Engage Media Lab; 5- PetLab;	A Universidade considerada progressista, desenvolve o tema empreendedorismo social por meio de três, das suas oito escolas, sendo elas: "Milano The New School for Management and UrbanPolicy", "Parsons The New School for Design" e "Eugene Lang College The New School for Liberal Arts". O ensino do empreendedorismo envolve a união de temas que envolvam artes, política e gestão.
29	TulaneUniversity	Estados Unidos	Nova Orleans Luisiana	2009	8.452	1- Minor in Social Innovation& Social Entrepreneurship (SISE); 2- Changemaker Institute; 3- Changemaker Residential Living Community (RLC); 4- IGNITE: Community, Creativity, Change.	A Universidade busca despertar nos alunos o interesse pelo tema empreendedorismo social, por meio do ensino e da prática.
30	Universidad de Monterrey	México	San Pedro Garza García Nuevo León	2013	13.000	1- Form to transform; 2- Center for Solidarity and Philanthropy (CESYF); 3- Curricular social entrepreneurshipprogram.	A Universidade busca orientar cada aluno em sua construção educacional. Busca-se formar profissionais que sejam agentes de transformação social de maneira sustentável.
31	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	México	Puebla Puebla	2015	12.644	1- Bet for the Future Program; 2- Barrio de Santiago & its surroundings; 3- Social Service as Social Entrepreneur.	A Universidade procura formar profissionais para o mercado, porém com valores humanos e sociais em prol do bem comum.
32	University of Colorado Boulder	Estados Unidos	Boulder Colorado	2009	30.000	1- Sustainability and Social Innovation RAP (Residential Academic Program); 2- Sustainableby Design (SbD) RAP;	As atividades de empreendedorismo social na Universidade iniciaram em 2004 com um projeto de pesquisa no tema e em seguida criou-se dois programas voltados para o assunto.
33	University of Maryland	Estados Unidos	College Park Maryland	2008	38.000	1- ChangeTheWorld.org Consulting Program; 2- Social Enterprise Symposium; 3- Do GoodChallenge.	O Programa de Inovação Social desenvolvido pela Universidade busca que seu compromisso com a educação do empreendedorismo Social seja conhecido
34	University of Northampton	Reino Unido	Northampton Massachusetts	2013	14.000	1- Changemaker Certificate; 2- Social Venture Builder; 3- Planet Too;	Considerada a Universidade mais empreendedora nos anos 2011 e 2012. Em 2011 recebeu o prêmio "UnLtd/Hefce" como a Instituição de Educação Superior que apoia o Empreendedorismo Social.
35	University of San Diego	Estados Unidos	San Diego Califórnia	2011	8.508	1- Meeting Challenges Portfolio; 2- Changemaker FEST; 3- The Changemaker Journeyat USD.	A Universidade tem como compromisso formar estudantes de maneira ética, alinhados ao trabalho em conjunto com a comunidade. Busca ainda, que a produção de conhecimento envolvendo diversos atores, beneficie a sociedade.

QUADRO - UNIVERSIDADES E PROGRAMAS DESENVOLVIDOS EM EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(conclusão)

Qtd	Universidade	Região	Cidade	Changemaker Campus em ¹ :	Qtd de alunos ²	Signature Programs ³	Descrição Ashoka
36	<i>Western Washington University</i>	Estados Unidos	<i>Bellingham Washington</i>	2014	15.000	1- <i>Sustainability at WWU</i> ; 2- <i>Associated Students (AS)</i> ; 3- <i>Center for Service Learning (CSL)</i> .	A Universidade busca uma educação participativa e experiencial, seja nas atividades em sala de aula ou em demais ações, assim como o envolvimento com comunidade externa. A Universidade possui mais de 260 clubes de estudantes, engajados com questões sociais e mudanças de longo prazo.
37	<i>Wilfrid Laurier University</i>	Canadá	<i>Waterloo Ontário</i>	2016	19.000	1- <i>Social Entrepreneurship Option</i> ; 2- <i>Entrepreneurship Core</i> ; 3- <i>LaunchPad Start and Scale programs</i> .	A Universidade trabalha o tema empreendedorismo e educação em inovação social pautada no lema: "somos uma comunidade dedicada a fazer uma diferença no mundo".

Notas de tabela:

¹ As instituições: Boston College; Brown University; Claremont McKenna College; Colorado College; Fordham University; Hamilton College; Miami Dade College; Northeastern University; Singapore Management University; Universidad de Monterrey; Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla; University of Northampton; e Western Washington University, não tiveram a data de ingresso como Changemaker Campus, divulgadas no site da Ashoka (ASHOKA, 2017a; 2017b), porém essa informação foi obtida, consultando as matérias divulgadas nos sites das referidas instituições. Quanto as instituições: Brigham Young University; Central Queensland University; Dublin City University; Florida International University; e Glasgow Caledonian University, a data de ingresso não foi localizada nos sites da Ashoka (ASHOKA, 2017a; 2017b), nem mesmo nos sites das instituições.

² A quantidade de alunos informada, baseou-se nas informações obtidas nos sites das instituições, na data de 22 mar. 2017. A instituição University of Northampton, não teve a informação em seu site, porém foi possível obtê-la no site da Ashoka (ASHOKA, 2017a; 2017b).

³ As instituições: Babson College; Claremont McKenna College; Johns Hopkins University; Miami Dade College; não tiveram informações quanto ao Signature Programs, divulgadas no site da Ashoka (ASHOKA, 2017a; 2017b), porém essa informação foi obtida, consultando os sites das referidas instituições. Quanto a instituição: Dublin City University, o Signature Program não foi localizado nos sites da Ashoka (ASHOKA, 2017a; 2017b), nem mesmo no site da instituição.

Fonte: Adaptado de Ashoka U (2017a; 2017b) e conforme informações contidas nos sites das instituições mencionadas.

APÊNDICE C – RELAÇÃO DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO, QUE APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISADOS EM SUAS RESPECTIVAS UNIVERSIDADES

(continua)

Cursos	Qtd. Cursos	Universidade	Disciplinas por cursos	Empreendedorismo	Empreendedorismo Social	Gestão de Negócios	Gestão de Projetos	Terceiro Setor
Administração	11	UFPR - campus Jd. Botânico	2	✓				✓
		UTFPR - campus Curitiba	1				✓	
		UTFPR - campus Pato Branco	1				✓	
		UFSS - campus Cerro Largo	1	✓				
		UFSC - campus Florianópolis	1	✓				
		UNIPAMPA - campus Santana	2	✓			✓	
		UFPEL - campus Porto	3	✓			✓	✓
		UFSM - Campus Santa Maria	2	✓✓				
		UFSM - Campus Palmeira das Missões	1	✓				
		FURG - campus Carreiros	2	✓			✓	
		UFRGS - campus Centro	1	✓				
Administração Pública	3	UNILA - campus PTI	1				✓	
		UFPR – campus Matinhos	1				✓	
		UFRGS - campus Centro	1					✓
Arquitetura e urbanismo	2	UTFPR – campus Curitiba	1				✓	
		UFSS - campus Erechim	1	✓				
Arquivologia	1	UFSC - campus Florianópolis	1	✓				
Biblioteconomia	2	UFSC - campus Florianópolis	1	✓				
		FURG - campus Carreiros	1	✓				
Ciências Contábeis	2	UFPR - campus Jd. Botânico	2	✓				✓
		UTFPR - campus Pato Branco	1	✓				
Ciências Econômicas	3	UNILA - campus PTI	1				✓	
		UFPR - campus Jd. Botânico	1					✓
		UFSS - campus Laranjeiras	1	✓				

QUADRO - RELAÇÃO DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO, QUE APRESENTARAM DISCIPLINAS COM OS TERMOS PESQUISADOS E SUAS RESPECTIVAS UNIVERSIDADES

(conclusão)

Cursos	Qtd. Cursos	Universidade	Disciplinas por cursos	Empreendedorismo	Empreendedorismo Social	Gestão de Negócios	Gestão de Projetos	Terceiro Setor
Ciência da Informação	1	UFSC - campus Florianópolis	2	✓✓				
Direito	1	UFPR - Prédio Histórico	1					✓
Gestão da Informação	1	UFPR - campus Jd.Botânico	3			✓✓	✓	
Gestão e empreendedorismo	1	UFPR – campus Matinhos	2	✓✓				
Jornalismo	3	UFSC - campus Florianópolis	1	✓				
		UNIPAMPA – campus São Borja	1	✓				
		UFPEL - campus Porto	1	✓				
Publicidade e Propaganda	3	UFPR - campus Cabral	1			✓		
		UNIPAMPA - campus São Borja	1	✓				
		UFRGS - campus Centro	1			✓		
Relações Públicas	3	UNIPAMPA - campus São Borja	1	✓				
		UFSM - Campus Santa Maria	2				✓✓	
		UFSM - Campus Frederico Westphalen	2	✓				✓
Serviço Social	1	UFSM - Campus Santa Maria	1		✓			
Gestão de Turismo	2	UNIPAMPA - campus Jaraguão	1	✓				
		UFSM - Campus Santa Maria	1	✓				
Turismo	1	UFPEL - campus Porto	1			✓		
Total Geral	41		54	29	1	5	12	7

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

APÊNDICE D - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADES FEDERAIS E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO

QUADRO - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADE E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO

(continua)

Universidades	TOTAL DE CURSOS POR UNIVERSIDADE	Cursos da Área de Sociais Aplicadas	TOTAL DE DISCIPLINAS POR CURSO	Disciplina na Matriz Curricular	TOTAL DE DISCIPLINAS POR UNIVERSIDADE
Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila);	2	Administração Pública e Políticas Públicas	1	Elaboração e Gestão de Projetos Públicos	2
		Ciências Econômicas – Econ, Integração e Desenvolvimento	1	Elaboração e Gestão de Projetos Públicos	
Universidade Federal do Paraná (UFPR);	8	Administração	2	Empreendedorismo e criação de novos negócios	13
				Administração do Terceiro Setor	
		Administração Pública - campus Matinhos	1	Gestão da Mudança nas Organizações e Gestão de Projetos	
		Ciências Contábeis	2	Empreendedorismo	
				Contabilidade Terceiro Setor	
		Ciências Econômicas	1	Economia do Terceiro Setor	
		Direito	1	Direito do Terceiro Setor	
		Gestão da Informação	3	Gestão de Negócios	
				Gestão de Projetos	
				Tópicos em Gestão de Negócios	
Gestão e Empreendedorismo	2	Concepções de empreendedorismo			
		Empreendedorismo no Brasil e litoral Paranaense			
Publicidade e Propaganda	1	Gestão de Negócios em Comunicação			

QUADRO - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADE E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO

(continua)

Universidades	TOTAL DE CURSOS POR UNIVERSIDADE	Cursos da Área de Sociais Aplicadas	TOTAL DE DISCIPLINAS POR CURSO	Disciplina na Matriz Curricular	TOTAL DE DISCIPLINAS POR UNIVERSIDADE
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR);	4	Administração - campus Curitiba	1	Elaboração e Gestão de Projetos	4
		Administração - campus Pato Branco	1	Gestão de projetos	
		Arquitetura e Urbanismo - campus Curitiba	1	Gestão de projetos	
		Ciências Contábeis - campus Pato Branco	1	Empreendedorismo	
Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS);	3	Administração	1	Empreendedorismo, criatividade e inovação	3
		Arquitetura e Urbanismo	1	Empreendedorismo	
		Ciências Econômicas	1	Empreendedorismo e inovação	
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);	5	Administração	1	Empreendedorismo e Inovação Tecnológica	6
		Arquivologia	1	Empreendedorismo I	
		Biblioteconomia	1	Empreendedorismo I	
		Ciência da Informação	2	Empreendedorismo I	
				Empreendedorismo II	
Jornalismo	1	Empreendedorismo, Inovação e Gestão de Projetos em Jornalismo			
Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA)	-	Não apresentou cursos	-		-

QUADRO - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADE E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO

(continua)

Universidades	TOTAL DE CURSOS POR UNIVERSIDADE	Cursos da Área de Sociais Aplicadas	TOTAL DE DISCIPLINAS POR CURSO	Disciplina na Matriz Curricular	TOTAL DE DISCIPLINAS POR UNIVERSIDADE
Fundação Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA (UNIPAMPA)	5	Administração	2	Empreendedorismo	6
				Gestão de Projetos	
		Gestão de Turismo	1	Empreendedorismo	
		Jornalismo	1	Gestão e Empreendedorismo em Comunicação	
		Publicidade e Propaganda	1	Empreendedorismo em Comunicação	
		Relações Públicas	1	RP e empreendedorismo	
Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)	3	Administração	3	Empreendedorismo e Inovação	5
				Gestão de Projetos	
				Gestão Social e Terceiro Setor	
		Jornalismo	1	Jornalismo, Mercado de Trabalho e Empreendedorismo	
		Turismo	1	Gestão de Negócios e Empreendedorismo	
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	6	Administração - campus Santa Maria	2	Empreendedorismo A	9
				Projetos e Empreendedorismo	
		Administração - campus Palmeira das Missões	1	Empreendedorismo	
		Relações Públicas - campus Santa Maria	2	Gestão de Projetos Culturais	
				Gestão de Projetos Sociais	
		Relações Públicas - campus Frederico Westphalen	2	Empreendedorismo	
				Relações Públicas no Terceiro Setor	
Serviço Social - campus Santa Maria	1	Empreendedorismo Social			
Tecnol. em Gestão de Turismo	1	Empreendedorismo no Turismo			

QUADRO - RELAÇÃO DE UNIVERSIDADE E SEUS RESPECTIVOS CURSOS E DISCIPLINAS DE GRADUAÇÃO

(conclusão)

Universidades	TOTAL DE CURSOS POR UNIVERSIDADE	Cursos da Área de Sociais Aplicadas	TOTAL DE DISCIPLINAS POR CURSO	Disciplina na Matriz Curricular	TOTAL DE DISCIPLINAS POR UNIVERSIDADE
Universidade Federal do Rio Grande (FURG)	2	Administração	2	Empreendedorismo	3
				Planej. E Gestão de Projetos	
		Biblioteconomia	1	Empreendedorismo e Ciência da Informação	
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	3	Administração	1	Empreendedorismo e Inovação	3
		Administração Pública e Social	1	Estado, Terceiro Setor e Ongs	
		Comunicação Social: Publicidade e Propaganda	1	Administração de contas e Gestão de Negócios	

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

APÊNDICE E – CARTA DE APRESENTAÇÃO PARA COLETA DE DADOS

Curitiba, 09 de setembro de 2017.

Prezado (a) Coordenador (a) / Professor (a) / Aluno (a):

Sou mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, pela Universidade Federal do Paraná – UFPR e estou realizando uma pesquisa de campo para minha dissertação, com o objetivo de propor uma Comunidade de Prática, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais, da Região Sul do Brasil.

Para o alcance dos objetivos propostos necessito da colaboração dos coordenadores/professores/alunos de cursos de graduação em: Administração, Administração Pública, Arquitetura e Urbanismo, Arquivologia, Biblioteconomia, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Ciência da Informação, Direito, Gestão da Informação, Gestão e Empreendedorismo, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Serviço Social, Gestão de Turismo e Turismo, das Universidades Federais, da região sul do Brasil.

O questionário possui fins exclusivamente científicos e tem o objetivo de identificar ações de Empreendedorismo Social. Todas as informações fornecidas serão sigilosas em relação à identificação do respondente. Para o melhor andamento da pesquisa, solicitamos que o questionário seja preenchido no link: [<ilink específico para cada grupo>](#) até o dia **10/10/2017**.

Caso haja qualquer dúvida ou questionamento, favor entrar em contato com Flávia Roberta Fernandes, pelos telefones: (41) 3367-0935 e (41) 9 8835-0814, ou via e-mail: flaroberta@gmail.com / flavia.roberta@ufpr.br

Desde já agradeço.

Flávia Roberta Fernandes

Mestranda em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4979799552470346>

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Helena de Fátima Nunes da Silva

APÊNDICE F –TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa de mestrado intitulada “Comunidades de Prática como incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais do Sul do Brasil”. A pesquisa é orientada pela Prof.^a Dr.^a Helena de Fátima Nunes Silva, do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação. O objetivo desta pesquisa é propor uma Comunidade de Prática para o incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

Caso você aceite participar da pesquisa, será necessário responder ao questionário on-line, desenvolvido pela autora desta pesquisa e disponível no link: <[link específico para cada grupo](#)>. O tempo necessário para responder o questionário é de aproximadamente 15 minutos.

A pesquisadora Flávia Roberta Fernandes, mestranda do PPGCGTI – Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, poderá ser contatada em horário comercial, nos telefones (41) 3367-0935 e (41) 98835-0814 e nos e-mails: flavia.roberta@ufpr.br e flaroberta@gmail.com.

Estão garantidas todas as informações que você queira, antes, durante e depois do estudo. A sua participação neste estudo é voluntária. Contudo, se você não quiser mais fazer parte da pesquisa poderá solicitar de volta o termo de consentimento livre esclarecido assinado. Esta pesquisa respeitará completamente o seu anonimato. Pela sua participação no estudo, você não receberá qualquer valor em dinheiro. Ressaltamos também que a sua participação, ou não, não influenciará sua relação com a Instituição.

Quando os resultados forem publicados, não aparecerá seu nome, mas um código, caso seja necessário.

Eu, abaixo identificado(a) e assinado, li o texto acima e compreendi a natureza e objetivo do estudo do qual fui convidado a participar. A explicação que recebi menciona todos os aspectos compreendidos pelo estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação no estudo a qualquer momento sem justificar minha decisão. Eu concordo voluntariamente em participar deste estudo. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, poderá ser enviado eletronicamente após a sua assinatura, ou apenas confirmando seu consentimento por e-mail a pesquisadora.

Assinatura do Pesquisado: _____

Nome do Pesquisado: _____

Curitiba, ___/___/___.

APÊNDICE G – QUESTIONÁRIO COORDENADOR/PROFESSOR/ALUNO DE CURSO

Questionário aplicado aos coordenadores/professores/aluno de cursos de graduação, das Universidades Federais, da Região Sul do Brasil. A pesquisa tem como objetivo identificar as ações desenvolvidas na referida instituição de Ensino Superior, quanto ao tema Empreendedorismo Social.

As informações fornecidas serão sigilosas em relação a identificação do respondente e utilizadas para fins exclusivamente científicos.

INSTRUÇÕES:

- Leia atentamente as questões;
- As respostas devem ser assinaladas de acordo com seu grau de concordância; e
- A pesquisa levará aproximadamente 15 minutos.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE:

1.1 Coordenador (a) em qual curso de graduação?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Administração | <input type="checkbox"/> Ciências Econômicas | <input type="checkbox"/> Jornalismo |
| <input type="checkbox"/> Administração Pública | <input type="checkbox"/> Ciência da Informação | <input type="checkbox"/> Publicidade e Propaganda |
| <input type="checkbox"/> Arquitetura e Urbanismo | <input type="checkbox"/> Direito | <input type="checkbox"/> Relações Públicas |
| <input type="checkbox"/> Arquivologia | <input type="checkbox"/> Gestão da Informação | <input type="checkbox"/> Serviço Social |
| <input type="checkbox"/> Biblioteconomia | <input type="checkbox"/> Gestão e Empreendedorismo | <input type="checkbox"/> Gestão de Turismo |
| <input type="checkbox"/> Ciências Contábeis | | <input type="checkbox"/> Turismo |
| | | <input type="checkbox"/> Outros: _____ |

1.2 Coordenador (a) em qual Universidade Federal?

- Universidade Federal da Integração Latino Americana (UNILA);
- Universidade Federal do Paraná (UFPR);
- Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR);
- Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS);
- Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);
- Fundação Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA);
- Universidade Federal de Pelotas (UFPEL);
- Universidade Federal de Santa Maria (UFSM);
- Universidade Federal do Rio Grande (FURG);
- Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Legenda: (1) Discordo plenamente (2) Discordo (3) Neutro (4) Concordo (5) Concordo plenamente							
Questão/Grau de concordância		1	2	3	4	5	
2. QUESTÕES QUANTO AO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO	2.1 A Universidade desenvolve ações quanto ao tema Empreendedorismo Social, por meio de:	disciplinas na graduação					
		grupos de estudo					
		programas de extensão					
		projetos de extensão					
		cursos de extensão					
		núcleos de pesquisa					
		políticas e diretrizes institucionais					
	outros						
	2.2 No curso de graduação, os projetos (pesquisa ou extensão) e atividades, desenvolvidos com a temática Empreendedorismo Social, são realizadas por meio de:	trabalho de conclusão de curso					
		projetos de iniciação científica					
		programas de extensão					
		projetos de extensão					
		cursos de extensão					
		eventos					
outros							

Legenda: (1) Discordo plenamente (2) Discordo (3) Neutro (4) Concordo (5) Concordo plenamente							
Questão/Grau de concordância		1	2	3	4	5	
3. QUESTÕES QUANTO AO AMBIENTE INSTITUCIONAL PARA O FOMENTO DE PROJETOS DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL	3.1 Em termos de estrutura tecnológica, a Universidade utiliza o Moodle, como ambiente virtual de aprendizagem para a interação entre alunos, professores e comunidade.						
	3.2 Os ambientes utilizados para a troca de conhecimento entre: professor e professor; professor e alunos; professor, alunos e comunidade, são:	ambiente virtual de aprendizagem					
		redes sociais					
		mensagens eletrônicas (e-mail, reuniões presenciais ou virtuais					
		grupo de estudo					
		vídeos ou áudio conferências					
		mentoria					
		tutoria					
	3.3. O uso das tecnologias de informação, apontadas a seguir, pode incentivar a colaboração e interação entre alunos e professores no desenvolvimento de projetos de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	e-mail					
		mensagens instantâneas					
		chats					
		fóruns de discussão					
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)					
		blogs					
		redes sociais					
	outros						
	3.4 Os recursos indicados abaixo, facilitariam as relações dos envolvidos nas ações de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	fóruns de discussão					
		chats					
		blogs					
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)					
		questionários interativos					
redes sociais							
vídeos e áudios							
outros							
3.5 A Universidade dispõe de recursos financeiros específicos, para a promoção e apoio de projetos de Empreendedorismo Social.							

Legenda: (1) Discordo plenamente (2) Discordo (3) Neutro (4) Concordo (5) Concordo plenamente		1	2	3	4	5
Questão/Grau de concordância		1	2	3	4	5
4. QUESTÕES QUANTO AO COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO	4.1. Os professores compartilham seu conhecimento em eventos como:	<i>workshops</i>				
		congressos; seminários, simpósios, etc.				
		palestras				
	4.2 O compartilhamento de conhecimento, entre professores, alunos e representantes institucionais é facilitado pela:	confiança				
		colaboração				
		possibilidade de aprendizado				
		qualidade do ambiente proporcionado				
		apoio da liderança institucional				
		estrutura organizacional				
		sistemas de informação				
		redes sociais				
	4.3 O compartilhamento de conhecimento, sobre Empreendedorismo Social pode contribuir para a disseminação do tema, nos cursos de graduação e na Universidade, por meio:	outros				
		formação de professores				
		formação de acadêmicos				
		programas de extensão				
		projetos de extensão				
		curso de extensão				
		projetos de pesquisa				
	publicação de artigos					
outros						

Legenda: (1) Discordo plenamente (2) Discordo (3) Neutro (4) Concordo (5) Concordo plenamente		1	2	3	4	5
Questão/Grau de concordância		1	2	3	4	5
5. QUESTÕES QUANTO AS COMUNIDADES DE PRÁTICA (COPS)	5.1 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social (no curso e na instituição), estão vinculados as atividades de:	coordenação de curso				
		disciplina de graduação				
		grupo de estudo				
		núcleo de pesquisa				
		projeto de pesquisa				
		programa de extensão				
		projeto de extensão				
		curso de extensão				
		outros				
	5.2 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social, participam de grupos de especialistas externos à universidade					
	5.3. As ações (atividades/projetos) são negociadas e realizadas de forma conjunta com outros especialistas no tema de Empreendedorismo Social?					
	5.4 Os professores convidam outros professores, alunos ou a comunidade externa para participar das ações de Empreendedorismo Social?					
	5.5 Os professores, alunos e comunidade externa que são convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações?					
	5.6. O envolvimento e engajamento dos alunos nas ações promovidas sobre Empreendedorismo Social podem ser facilitados pelas tecnologias da informação e os ambientes virtuais como:	fóruns de discussão				
		chats				
		blogs				
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)				
		plataformas educacionais				
		comunidades virtuais				
vídeo aulas						
redes sociais						
outros						

5.7 As ações desenvolvidas pelos especialistas no tema de Empreendedorismo Social são realizadas por meio de:	programas de extensão						
	projetos de extensão						
	cursos de extensão						
	pesquisas						
	trabalhos						
	outros						
5.8 As ações (atividades, projetos, trabalhos e pesquisa) na temática de Empreendedorismo Social na instituição são amparadas por sistemas de informações que permitem os processos de:	coleta de informações						
	registro de informações						
	compartilhamento						
	disseminação						
	outros						
5.9 As informações sobre as ações desenvolvidas pelos professores, alunos e demais envolvidos no tema Empreendedorismo Social são compartilhados por meio de:	relatórios e publicações						
	publicações						
	programas de extensão						
	projetos de extensão						
	cursos de extensão						
	outros						
5.10 Na sua opinião como a instituição poderia conectar as pessoas que pesquisam, atuam e promovem o Empreendedorismo Social, interna e externamente?	grupos de estudo						
	projetos de pesquisa						
	eventos de extensão						
	comunidades de aprendizagem						
	redes de conhecimento						
	grupos informais						
	outros						

5.11. Na sua opinião, quais seriam as outras formas de promover o tema Empreendedorismo Social na instituição?

APÊNDICE H – TABELAS DAS ANÁLISES ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS E RESULTADO PERCENTUAL (NÍVEL DE CONCORDÂNCIA) POR PARTES DO QUESTIONÁRIO E POR GRUPO

PARTE DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetri a	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
COORDENADORES	2.1 A Universidade desenvolve ações quanto ao tema Empreendedorismo Social, por meio de:	disciplinas na graduação	3,77778	-0,00890	-0,50153	0,97183	0,00%	11,11%	22,22%	44,44%	22,22%
		grupos de estudo	3,66667	-0,64286	-0,10714	1,00000	0,00%	11,11%	33,33%	33,33%	22,22%
		programas de extensão	3,33333	-0,31487	-0,37025	1,32288	11,11%	11,11%	33,33%	22,22%	22,22%
		projetos de extensão	4,11111	-1,04132	-0,21597	0,78174	0,00%	0,00%	22,22%	44,44%	33,33%
		cursos de extensão	3,55556	-0,44606	1,19175	0,88192	0,00%	0,00%	66,67%	11,11%	22,22%
		núcleos de pesquisa	3,88889	-2,01754	0,26320	0,92796	0,00%	0,00%	44,44%	22,22%	33,33%
		políticas e diretrizes institucionais	3,11111	1,12595	0,01829	0,60093	0,00%	11,11%	66,67%	22,22%	0,00%
	2.2 No curso de graduação, os projetos (pesquisa ou extensão) e atividades, desenvolvidos com a temática Empreendedorismo Social, são realizadas por meio de:	trabalho de conclusão de curso	4,00000	-0,28571	0,00000	0,70711	0,00%	0,00%	22,22%	55,56%	22,22%
		projetos de iniciação científica	3,22222	-0,00890	0,50153	0,97183	0,00%	22,22%	44,44%	22,22%	11,11%
		programas de extensão	2,88889	1,35395	-0,94355	0,92796	11,11%	11,11%	55,56%	22,22%	0,00%
		projetos de extensão	3,22222	0,27008	-0,53718	1,20185	11,11%	11,11%	33,33%	33,33%	11,11%
		cursos de extensão	3,11111	0,54192	-0,26739	1,16667	11,11%	11,11%	44,44%	22,22%	11,11%
		eventos	3,55556	1,46735	-1,50069	0,72648	0,00%	11,11%	22,22%	66,67%	0,00%

PARTE DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
PROFESSORES	2.1 A Universidade desenvolve ações quanto ao tema Empreendedorismo Social, por meio de:	disciplinas na graduação	3,66667	-0,04073	-0,84890	1,12932	4,17%	16,67%	8,33%	50,00%	20,83%
		grupos de estudo	3,45833	-0,12297	0,15014	0,77903	0,00%	8,33%	45,83%	37,50%	8,33%
		programas de extensão	3,62500	-0,37295	-0,58109	0,92372	0,00%	16,67%	16,67%	54,17%	12,50%
		projetos de extensão	3,79167	0,21557	-0,55880	0,83297	0,00%	8,33%	20,83%	54,17%	16,67%
		cursos de extensão	3,58333	-0,01457	-0,30223	0,77553	0,00%	8,33%	33,33%	50,00%	8,33%
		núcleos de pesquisa	3,54167	-0,59667	0,27523	0,88363	0,00%	8,33%	45,83%	29,17%	16,67%
		políticas e diretrizes institucionais	3,33333	-0,47456	0,12889	0,86811	0,00%	16,67%	41,67%	33,33%	8,33%
	2.2 No curso de graduação, os projetos (pesquisa ou extensão) e atividades, desenvolvidos com a temática Empreendedorismo Social, são realizadas por meio de:	trabalho de conclusão de curso	3,50000	2,08844	-1,52104	0,97802	8,33%	4,17%	20,83%	62,50%	4,17%
		projetos de iniciação científica	3,54167	-2,15566	-0,17861	0,50898	0,00%	0,00%	45,83%	54,17%	0,00%
		programas de extensão	3,66667	-0,53949	0,40774	0,63702	0,00%	0,00%	41,67%	50,00%	8,33%
		projetos de extensão	3,79167	-0,55485	0,23990	0,65801	0,00%	0,00%	33,33%	54,17%	12,50%
		cursos de extensão	3,58333	-2,04824	-0,36103	0,50361	0,00%	0,00%	41,67%	58,33%	0,00%
		eventos	3,91667	0,29532	-0,00663	0,58359	0,00%	0,00%	20,83%	66,67%	12,50%

PARTE DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

(conclusão)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	2.1 A Universidade desenvolve ações quanto ao tema Empreendedorismo Social, por meio de:	disciplinas na graduação	3,34884	-0,26162	-0,52091	1,08855	6,78%	18,64%	22,03%	42,37%	10,17%
		grupos de estudo	2,48837	-0,50240	0,29659	1,12063	25,42%	27,12%	28,81%	13,56%	5,08%
		programas de extensão	3,34884	-0,82324	-0,23536	1,04389	6,78%	23,73%	22,03%	37,29%	10,17%
		projetos de extensão	3,44186	-1,12375	-0,04191	1,03054	5,08%	23,73%	25,42%	32,20%	13,56%
		cursos de extensão	2,86047	-0,16580	-0,10313	0,91499	10,17%	28,81%	38,98%	18,64%	3,39%
		núcleos de pesquisa	2,97674	-0,32722	-0,10729	0,98774	10,17%	27,12%	33,90%	22,03%	6,78%
		políticas e diretrizes institucionais	2,79070	-0,40577	-0,17501	0,98942	15,25%	25,42%	42,37%	15,25%	1,69%
	2.2 No curso de graduação, os projetos (pesquisa ou extensão) e atividades, desenvolvidos com a temática Empreendedorismo Social, são realizadas por meio de:	trabalho de conclusão de curso	2,76744	-0,93013	-0,55917	1,08753	22,03%	15,25%	33,90%	28,81%	0,00%
		projetos de iniciação científica	3,20930	-0,07188	-0,44335	1,01320	6,78%	18,64%	37,29%	32,20%	5,08%
		programas de extensão	3,25581	0,27778	-0,39926	1,00221	8,47%	11,86%	42,37%	30,51%	6,78%
		projetos de extensão	3,30233	0,56840	-0,45804	0,91378	6,78%	11,86%	42,37%	33,90%	5,08%
		cursos de extensão	2,83721	1,09657	-0,42619	0,84319	10,17%	16,95%	57,63%	13,56%	1,69%
		eventos	3,46512	-0,18741	-0,54284	1,05444	5,08%	13,56%	28,81%	38,98%	13,56%

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
COORDENADORES	3.1 Em termos de estrutura tecnológica, a Universidade utiliza o Moodle, como ambiente virtual de aprendizagem para a interação entre alunos, professores e comunidade.		4,33333	-0,28571	-0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	11,11%	44,44%	44,44%
	3.2 Os ambientes utilizados para a troca de conhecimento entre: professor e professor; professor e alunos; professor, alunos e comunidade, são:	ambiente virtual de aprendizagem	4,11111	-1,04132	-0,21597	0,78174	0,00%	0,00%	22,22%	44,44%	33,33%
		redes sociais	4,33333	3,64286	-1,82143	1,00000	0,00%	11,11%	0,00%	33,33%	55,56%
		mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	4,33333	3,64286	-1,82143	1,00000	0,00%	11,11%	0,00%	33,33%	55,56%
		reuniões presenciais ou virtuais	4,00000	4,00000	-1,48461	0,86603	0,00%	11,11%	0,00%	66,67%	22,22%
		grupo de estudo	3,88889	-1,57863	-0,33986	1,16667	0,00%	11,11%	33,33%	11,11%	44,44%
		vídeos ou áudio conferências	3,33333	-0,64286	0,10714	1,00000	0,00%	22,22%	33,33%	33,33%	11,11%
		mentoria	3,33333	0,82540	0,65983	0,86603	0,00%	11,11%	55,56%	22,22%	11,11%
		tutoria	3,55556	0,14431	-0,21405	0,88192	0,00%	11,11%	33,33%	44,44%	11,11%
	3.3. O uso das tecnologias de informação, apontadas a seguir, pode incentivar a colaboração e interação entre alunos e professores no desenvolvimento de projetos de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	e-mail	3,77778	-0,00890	-0,50153	0,97183	0,00%	11,11%	22,22%	44,44%	22,22%
		mensagens instantâneas	3,77778	-0,00890	-0,50153	0,97183	0,00%	11,11%	22,22%	44,44%	22,22%
		chats	3,66667	-0,64286	-0,10714	1,00000	0,00%	11,11%	33,33%	33,33%	22,22%
		fóruns de discussão	4,33333	-0,28571	-0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	11,11%	44,44%	44,44%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,55556	0,18520	1,01426	0,72648	0,00%	0,00%	55,56%	33,33%	11,11%
		blogs	3,77778	-0,04018	0,25446	0,66667	0,00%	0,00%	33,33%	55,56%	11,11%
redes sociais		4,22222	3,19427	-1,59969	0,97183	0,00%	11,11%	0,00%	44,44%	44,44%	

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
COORDENADORES	3.4 Os recursos indicados abaixo, facilitariam as relações dos envolvidos nas ações de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	fóruns de discussão	4,55556	-2,57143	-0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	0,00%	44,44%	55,56%
		chats	3,66667	-0,64286	-0,10714	1,00000	0,00%	11,11%	33,33%	33,33%	22,22%
		blogs	4,00000	-0,28571	0,00000	0,70711	0,00%	0,00%	22,22%	55,56%	22,22%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,22222	2,42743	1,16571	0,83333	0,00%	11,11%	66,67%	11,11%	11,11%
		questionários interativos	3,77778	-0,04018	0,25446	0,66667	0,00%	0,00%	33,33%	55,56%	11,11%
		redes sociais	4,22222	3,19427	-1,59969	0,97183	0,00%	11,11%	0,00%	44,44%	44,44%
		vídeos e áudios	3,77778	-1,27543	0,50057	0,83333	0,00%	0,00%	44,44%	33,33%	22,22%
	3.5 A Universidade dispõe de recursos financeiros específicos, para a promoção e apoio de projetos de Empreendedorismo Social.		3,11111	-1,04132	-0,21597	0,78174	0,00%	22,22%	44,44%	33,33%	0,00%

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
PROFESSORES	3.1 Em termos de estrutura tecnológica, a Universidade utiliza o Moodle, como ambiente virtual de aprendizagem para a interação entre alunos, professores e comunidade.		4,12500	2,71373	-1,55335	1,03472	4,17%	4,17%	8,33%	41,67%	41,67%
	3.2 Os ambientes utilizados para a troca de conhecimento entre: professor e professor; professor e alunos; professor, alunos e comunidade, são:	ambiente virtual de aprendizagem	3,91667	6,09649	-1,82921	0,82970	4,17%	0,00%	12,50%	66,67%	33,33%
		redes sociais	3,41667	0,61170	-0,95740	1,05981	8,33%	8,33%	25,00%	50,00%	55,56%
		mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	3,79167	2,65140	-1,30902	0,93153	4,17%	4,17%	16,67%	58,33%	55,56%
		reuniões presenciais ou virtuais	3,87500	3,39019	-1,29975	0,89988	4,17%	0,00%	20,83%	54,17%	22,22%
		grupo de estudo	3,58333	3,23690	-1,53396	0,82970	4,17%	4,17%	25,00%	62,50%	44,44%
		vídeos ou áudio conferências	2,95833	0,18651	0,31291	1,08264	8,33%	20,83%	50,00%	8,33%	11,11%
		mentoria	3,08333	0,36845	-0,17861	1,01795	8,33%	12,50%	50,00%	20,83%	11,11%
		tutoria	3,33333	0,18098	-0,52069	1,09014	8,33%	8,33%	37,50%	33,33%	11,11%
	3.3. O uso das tecnologias de informação, apontadas a seguir, pode incentivar a colaboração e interação entre alunos e professores no desenvolvimento de projetos de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	e-mail	3,87500	1,03197	-1,10318	1,07592	4,17%	8,33%	12,50%	45,83%	22,22%
		mensagens instantâneas	3,79167	0,31938	-0,82492	1,10253	4,17%	8,33%	20,83%	37,50%	22,22%
		chats	3,75000	0,48745	-0,83415	1,07339	4,17%	8,33%	20,83%	41,67%	22,22%
		fóruns de discussão	4,04167	3,16469	-1,39708	0,95458	4,17%	0,00%	16,67%	45,83%	44,44%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,62500	0,67813	-0,78166	1,01350	4,17%	8,33%	25,00%	45,83%	11,11%
		blogs	3,87500	1,97064	-1,18955	0,99181	4,17%	4,17%	16,67%	50,00%	11,11%
redes sociais		4,00000	2,16558	-1,33493	1,02151	4,17%	4,17%	12,50%	45,83%	44,44%	

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
PROFESSORES	3.4 Os recursos indicados abaixo, facilitariam as relações dos envolvidos nas ações de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	fóruns de discussão	4,08333	3,84905	-1,71655	0,97431	4,17%	4,17%	4,17%	54,17%	33,33%
		chats	3,83333	1,46303	-1,03151	1,00722	4,17%	4,17%	20,83%	45,83%	25,00%
		blogs	3,87500	1,23597	-1,01550	1,03472	4,17%	4,17%	20,83%	41,67%	29,17%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,58333	0,36845	-0,38095	1,01795	4,17%	4,17%	41,67%	29,17%	20,83%
		questionários interativos	3,75000	0,71858	-0,74420	1,03209	4,17%	4,17%	29,17%	37,50%	25,00%
		redes sociais	3,95833	2,34944	-1,33779	0,99909	4,17%	4,17%	12,50%	50,00%	29,17%
		vídeos e áudios	3,83333	0,18491	-0,83060	1,12932	4,17%	8,33%	20,83%	33,33%	33,33%
	3.5 A Universidade dispõe de recursos financeiros específicos, para a promoção e apoio de projetos de Empreendedorismo Social.		3,04167	-1,12816	-0,06971	0,75060	0,00%	25,00%	45,83%	29,17%	0,00%

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	3.1 Em termos de estrutura tecnológica, a Universidade utiliza o Moodle, como ambiente virtual de aprendizagem para a interação entre alunos, professores e comunidade.		3,81395	-0,18607	-0,92339	1,20031	5,45%	16,36%	9,09%	41,82%	27,27%
	3.2 Os ambientes utilizados para a troca de conhecimento entre: professor e professor; professor e alunos; professor, alunos e comunidade, são:	ambiente virtual de aprendizagem	3,74419	1,51067	-1,41044	1,11469	9,09%	5,45%	12,73%	58,18%	14,55%
		redes sociais	3,32558	-0,82651	-0,57703	1,30422	10,91%	16,36%	18,18%	40,00%	14,55%
		mensagens eletrônicas (e-mail, facebook, whatsapp)	3,79070	1,60022	-1,06325	0,88797	3,64%	7,27%	18,18%	56,36%	14,55%
		reuniões presenciais ou virtuais	3,30233	-0,53102	-0,53091	1,10270	9,09%	20,00%	23,64%	40,00%	7,27%
		grupo de estudo	2,88372	-0,90427	-0,16845	1,13828	12,73%	27,27%	29,09%	27,27%	3,64%
		vídeos ou áudio conferências	2,44186	-1,12375	-0,04191	1,03054	29,09%	27,27%	30,91%	12,73%	0,00%
		mentoria	2,81395	-0,95688	-0,09890	1,15996	16,36%	27,27%	29,09%	23,64%	3,64%
		tutoria	2,67442	-0,89227	-0,00438	1,08498	16,36%	32,73%	29,09%	20,00%	1,82%
	3.3. O uso das tecnologias de informação, apontadas a seguir, pode incentivar a colaboração e interação entre alunos e professores no desenvolvimento de projetos de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	e-mail	4,09302	4,65086	-1,42428	0,78115	1,82%	3,64%	10,91%	58,18%	25,45%
		mensagens instantâneas	4,06977	-0,48445	-0,42261	0,79867	0,00%	7,27%	20,00%	45,45%	27,27%
		chats	3,76744	0,60446	-0,73995	0,94711	1,82%	14,55%	20,00%	45,45%	18,18%
		fóruns de discussão	3,90698	1,37298	-1,08003	1,01920	3,64%	7,27%	20,00%	41,82%	27,27%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,72093	0,59543	-0,76731	1,03108	3,64%	9,09%	29,09%	40,00%	18,18%
		blogs	3,27907	-0,17513	-0,37387	1,11964	7,27%	10,91%	40,00%	30,91%	10,91%
redes sociais		4,13953	2,16364	-1,26596	0,91499	1,82%	5,45%	16,36%	40,00%	36,36%	

PARTE DE AMBIENTE INSTITUCIONAL

(conclusão)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	3.4 Os recursos indicados abaixo, facilitariam as relações dos envolvidos nas ações de Empreendedorismo Social. Assinale de acordo com o grau de concordância.	fóruns de discussão	4,02326	2,75334	-1,38877	0,96334	3,64%	3,64%	14,55%	50,91%	27,27%
		chats	4,04651	-0,66932	-0,36415	0,81514	0,00%	9,09%	21,82%	41,82%	27,27%
		blogs	3,41860	-0,09340	-0,46505	1,09615	5,45%	10,91%	30,91%	40,00%	12,73%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,72093	0,51751	-0,90707	1,11964	5,45%	10,91%	20,00%	41,82%	21,82%
		questionários interativos	3,60465	0,40434	-0,78030	1,02677	3,64%	12,73%	18,18%	52,73%	12,73%
		redes sociais	4,30233	3,22905	-1,63622	0,91378	1,82%	7,27%	9,09%	34,55%	47,27%
		vídeos e áudios	4,13953	4,21170	-1,41574	0,80420	5,45%	3,64%	10,91%	50,91%	29,09%
	3.5 A Universidade dispõe de recursos financeiros específicos, para a promoção e apoio de projetos de Empreendedorismo Social.		2,74419	-0,75647	-0,18898	1,07111	12,73%	23,64%	38,18%	23,64%	1,82%

PARTE DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
COORDENADORES	4.1. Os professores compartilham seu conhecimento em eventos como:	<i>workshops</i>	4,00000	-0,28571	0,00000	0,70711	0,00%	0,00%	22,22%	55,56%	22,22%
		congressos; seminários, simpósios, etc.	4,44444	-2,57143	0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	0,00%	55,56%	44,44%
		palestras	4,00000	4,00000	-1,48461	0,86603	0,00%	11,11%	0,00%	66,67%	22,22%
	4.2 O compartilhamento de conhecimento, entre professores, alunos e representantes institucionais é facilitado pela:	confiança	3,88889	-0,54643	-0,55227	1,05409	0,00%	11,11%	22,22%	33,33%	33,33%
		colaboração	4,44444	-2,57143	0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	0,00%	55,56%	44,44%
		possibilidade de aprendizado	4,11111	-1,04132	-0,21597	0,78174	0,00%	0,00%	22,22%	44,44%	33,33%
		qualidade do ambiente proporcionado	3,44444	-1,69162	-0,09246	1,23603	0,00%	33,33%	11,11%	33,33%	22,22%
		apoio da liderança institucional	4,22222	0,77046	-1,28889	1,09291	0,00%	11,11%	11,11%	22,22%	55,56%
		estrutura organizacional	3,88889	-0,22919	-0,94711	1,16667	0,00%	22,22%	0,00%	44,44%	33,33%
		sistemas de informação	3,77778	1,67651	-1,22879	1,30171	11,11%	0,00%	22,22%	33,33%	33,33%
		redes sociais	3,88889	5,93967	-2,16160	1,16667	11,11%	0,00%	0,00%	66,67%	22,22%
	4.3 O compartilhamento de conhecimento, sobre Empreendedorismo Social pode contribuir para a disseminação do tema, nos cursos de graduação e na Universidade, por meio:	formação de professores	4,22222	0,73469	1,61985	0,44096	0,00%	0,00%	0,00%	77,78%	22,22%
		formação de acadêmicos	4,00000	0,78571	-0,96429	1,00000	0,00%	11,11%	11,11%	44,44%	33,33%
		programas de extensão	4,11111	1,12595	0,01829	0,60093	0,00%	0,00%	11,11%	66,67%	22,22%
		projetos de extensão	4,33333	-1,71429	0,85714	0,50000	0,00%	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%
		cursos de extensão	4,00000	-0,28571	0,00000	0,70711	0,00%	0,00%	22,22%	55,56%	22,22%
		projetos de pesquisa	4,11111	1,12595	0,01829	0,60093	0,00%	0,00%	11,11%	66,67%	22,22%
		publicação de artigos	3,88889	-1,04132	0,21597	0,78174	0,00%	0,00%	33,33%	44,44%	22,22%

PARTE DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
PROFESSORES	4.1. Os professores compartilham seu conhecimento em eventos como:	<i>workshops</i>	3,66667	3,10455	-1,43386	0,86811	4,17%	4,17%	20,83%	62,50%	8,33%
		congressos; seminários, simpósios, etc.	3,95833	10,96801	-2,62207	0,75060	4,17%	0,00%	4,17%	79,17%	12,50%
		palestras	3,79167	6,77597	-2,01239	0,77903	4,17%	0,00%	16,67%	70,83%	8,33%
	4.2 O compartilhamento de conhecimento, entre professores, alunos e representantes institucionais é facilitado pela:	confiança	3,79167	-0,72304	-0,25284	0,93153	0,00%	8,33%	29,17%	37,50%	25,00%
		colaboração	3,87500	0,35569	-0,67292	0,85019	0,00%	8,33%	16,67%	54,17%	20,83%
		possibilidade de aprendizado	4,00000	3,13636	-0,99267	0,65938	0,00%	4,17%	8,33%	70,83%	16,67%
		qualidade do ambiente proporcionado	3,66667	-0,47456	-0,12889	0,86811	0,00%	8,33%	33,33%	41,67%	16,67%
		apoio da liderança institucional	3,58333	0,84133	-0,56269	0,97431	4,17%	4,17%	37,50%	37,50%	16,67%
		estrutura organizacional	3,41667	0,82972	-0,62358	0,92861	4,17%	8,33%	37,50%	41,67%	8,33%
		sistemas de informação	3,45833	2,20950	-1,08768	0,83297	4,17%	4,17%	37,50%	50,00%	4,17%
		redes sociais	3,75000	0,95910	-0,57663	0,67566	0,00%	4,17%	25,00%	62,50%	8,33%
	4.3 O compartilhamento de conhecimento, sobre Empreendedorismo Social pode contribuir para a disseminação do tema, nos cursos de graduação e na Universidade, por meio:	formação de professores	4,16667	0,62338	-0,85200	0,81650	0,00%	4,17%	12,50%	45,83%	37,50%
		formação de acadêmicos	4,20833	1,41013	-0,99731	0,77903	0,00%	4,17%	8,33%	50,00%	37,50%
		programas de extensão	4,25000	2,48519	-1,15423	0,73721	0,00%	4,17%	4,17%	54,17%	37,50%
		projetos de extensão	4,25000	2,48519	-1,15423	0,73721	0,00%	4,17%	4,17%	54,17%	37,50%
		cursos de extensão	4,20833	1,41013	-0,99731	0,77903	0,00%	4,17%	8,33%	50,00%	37,50%
		projetos de pesquisa	4,16667	0,62338	-0,85200	0,81650	0,00%	4,17%	12,50%	45,83%	37,50%
		publicação de artigos	4,00000	1,54329	-0,75515	0,72232	0,00%	4,17%	12,50%	62,50%	20,83%

PARTE DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO

(conclusão)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	4.1. Os professores compartilham seu conhecimento em eventos como:	<i>workshops</i>	3,30233	-0,50181	-0,63426	1,14507	10,20%	18,37%	16,33%	42,86%	12,24%
		congressos; seminários, simpósios, etc.	3,62791	-0,28747	-0,71221	1,19569	8,16%	10,20%	20,41%	34,69%	26,53%
		palestras	3,55814	-0,22705	-0,67441	1,16092	8,16%	10,20%	22,45%	36,73%	22,45%
	4.2 O compartilhamento de conhecimento, entre professores, alunos e representantes institucionais é facilitado pela:	confiança	3,51163	0,92064	-0,90881	1,00882	6,12%	6,12%	28,57%	46,94%	12,24%
		colaboração	3,86047	2,81309	-1,28075	0,83328	2,04%	6,12%	14,29%	61,22%	16,33%
		possibilidade de aprendizado	3,97674	0,34279	-0,39165	0,70672	0,00%	4,08%	16,33%	61,22%	18,37%
		qualidade do ambiente proporcionado	3,53488	0,33751	-0,50741	0,90892	4,08%	12,24%	28,57%	44,90%	10,20%
		apoio da liderança institucional	3,46512	0,30866	-0,79843	1,05444	6,12%	10,20%	22,45%	48,98%	12,24%
		estrutura organizacional	3,37209	-0,05505	-0,52728	1,00055	4,08%	16,33%	30,61%	40,82%	8,16%
		sistemas de informação	3,65116	0,65511	-0,92420	1,02082	6,12%	10,20%	18,37%	51,02%	14,29%
		redes sociais	3,60465	0,25648	-0,86916	1,11568	6,12%	12,24%	16,33%	46,94%	18,37%
	4.3 O compartilhamento de conhecimento, sobre Empreendedorismo Social pode contribuir para a disseminação do tema, nos cursos de graduação e na Universidade, por meio:	formação de professores	4,13953	4,21170	-1,41574	0,80420	2,04%	4,08%	12,24%	46,94%	34,69%
		formação de acadêmicos	4,25581	4,57512	-1,60568	0,81920	2,04%	4,08%	8,16%	44,90%	40,82%
		programas de extensão	4,20930	5,86800	-1,68284	0,77331	2,04%	2,04%	6,12%	55,10%	34,69%
		projetos de extensão	4,13953	4,21170	-1,41574	0,80420	2,04%	2,04%	10,20%	53,06%	32,65%
		cursos de extensão	4,11628	4,41004	-1,41572	0,79310	2,04%	2,04%	10,20%	55,10%	30,61%
		projetos de pesquisa	4,16279	1,14603	-0,68230	0,68765	0,00%	4,08%	8,16%	57,14%	30,61%
		publicação de artigos	3,86047	1,35995	-1,27161	1,10370	6,12%	6,12%	10,20%	48,98%	28,57%

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual					
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente	
COORDENADORES	5.1 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social (no curso e na instituição), estão vinculados as atividades de:	coordenação de curso	2,88889	3,28051	1,46995	0,92796	0,00%	33,33%	55,56%	0,00%	11,11%	
		disciplina de graduação	3,77778	0,73469	-1,61985	0,44096	0,00%	0,00%	22,22%	77,78%	0,00%	
		grupo de estudo	3,55556	-2,57143	-0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	44,44%	55,56%	0,00%	
		núcleo de pesquisa	3,66667	-0,28571	0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	44,44%	44,44%	11,11%	
		projeto de pesquisa	3,44444	1,46735	1,50069	0,72648	0,00%	0,00%	66,67%	22,22%	11,11%	
		programa de extensão	3,22222	2,02210	-0,55021	1,09291	11,11%	0,00%	55,56%	22,22%	11,11%	
		projeto de extensão	3,33333	1,94286	-0,84332	1,11803	11,11%	0,00%	44,44%	33,33%	11,11%	
		curso de extensão	3,22222	2,02210	-0,55021	1,09291	11,11%	0,00%	55,56%	22,22%	11,11%	
		5.2 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social, participam de grupos de especialistas externos à universidade	3,33333	0,82540	0,65983	0,86603	0,00%	11,11%	55,56%	22,22%	11,11%	
		5.3. As ações (atividades/projetos) são negociadas e realizadas de forma conjunta com outros especialistas no tema de Empreendedorismo Social?	3,55556	0,18520	1,01426	0,72648	0,00%	0,00%	55,56%	33,33%	11,11%	
		5.4 Os professores convidam outros professores, alunos ou a comunidade externa para participar das ações de Empreendedorismo Social?	3,66667	-0,28571	0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	44,44%	44,44%	11,11%	
		5.5 Os professores, alunos e comunidade externa que são convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações?	3,66667	-0,28571	0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	44,44%	44,44%	11,11%	
		5.6. O envolvimento e engajamento dos alunos nas ações promovidas sobre Empreendedorismo Social podem ser facilitados pelas tecnologias da informação e os ambientes virtuais como:	fóruns de discussão	4,22222	0,73469	1,61985	0,44096	0,00%	0,00%	0,00%	77,78%	22,22%
			chats	3,88889	1,12595	-0,01829	0,60093	0,00%	0,00%	22,22%	66,67%	11,11%
			blogs	3,77778	-0,04018	0,25446	0,66667	0,00%	0,00%	33,33%	55,56%	11,11%
			wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,44444	1,46735	1,50069	0,72648	0,00%	0,00%	66,67%	22,22%	11,11%
			plataformas educacionais	4,00000	4,00000	0,00000	0,50000	0,00%	0,00%	11,11%	77,78%	11,11%
	comunidades virtuais		4,00000	-0,28571	0,00000	0,70711	0,00%	0,00%	22,22%	55,56%	22,22%	
	vídeo aulas		3,77778	-0,04018	0,25446	0,66667	0,00%	0,00%	33,33%	55,56%	11,11%	
	redes sociais		3,88889	3,15237	-1,62613	1,26930	11,11%	0,00%	11,11%	44,44%	33,33%	

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
COORDENADORES	5.7 As ações desenvolvidas pelos especialistas no tema de Empreendedorismo Social são realizadas por meio de:	programas de extensão	3,22222	2,02210	-0,55021	1,09291	11,11%	0,00%	55,56%	22,22%	11,11%
		projetos de extensão	3,44444	2,32838	-1,15939	1,13039	11,11%	0,00%	33,33%	44,44%	11,11%
		cursos de extensão	3,33333	1,94286	-0,84332	1,11803	11,11%	0,00%	44,44%	33,33%	11,11%
		pesquisas	3,55556	0,14431	-0,21405	0,88192	0,00%	11,11%	33,33%	44,44%	11,11%
		trabalhos	3,66667	-0,28571	0,60609	0,70711	0,00%	0,00%	44,44%	44,44%	11,11%
	5.8 As ações (atividades, projetos, trabalhos e pesquisa) na temática de Empreendedorismo Social na instituição são amparadas por sistemas de informações que permitem os processos de:	coleta de informações	3,33333	-1,71429	0,85714	0,50000	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%	0,00%
		registro de informações	3,44444	-2,57143	0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	55,56%	44,44%	0,00%
		compartilhamento	3,11111	1,12595	0,01829	0,60093	0,00%	11,11%	66,67%	22,22%	0,00%
	5.9 As informações sobre as ações desenvolvidas pelos professores, alunos e demais envolvidos no tema Empreendedorismo Social são compartilhados por meio de:	disseminação	3,33333	-0,28571	-0,60609	0,70711	0,00%	11,11%	44,44%	44,44%	0,00%
		relatórios e publicações	3,55556	0,14431	-0,21405	0,88192	0,00%	11,11%	33,33%	44,44%	11,11%
		publicações	3,66667	-1,71429	-0,85714	0,50000	0,00%	0,00%	33,33%	66,67%	0,00%
		programas de extensão	3,22222	-0,04018	-0,25446	0,66667	0,00%	11,11%	55,56%	33,33%	0,00%
		projetos de extensão	3,44444	-2,57143	0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	55,56%	44,44%	0,00%
	5.10 Na sua opinião como a instituição poderia conectar as pessoas que pesquisam, atuam e promovem o Empreendedorismo Social, interna e externamente?	cursos de extensão	3,22222	0,73469	1,61985	0,44096	0,00%	0,00%	77,78%	22,22%	0,00%
		grupos de estudo	4,22222	-0,04018	-0,25446	0,66667	0,00%	0,00%	11,11%	55,56%	33,33%
		projetos de pesquisa	4,33333	-1,71429	0,85714	0,50000	0,00%	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%
		eventos de extensão	4,44444	-2,57143	0,27105	0,52705	0,00%	0,00%	0,00%	55,56%	44,44%
		comunidades de aprendizagem	3,77778	-1,27543	0,50057	0,83333	0,00%	0,00%	44,44%	33,33%	22,22%
		redes de conhecimento	3,88889	-1,04132	0,21597	0,78174	0,00%	0,00%	33,33%	44,44%	22,22%
	grupos informais	3,55556	0,14431	-0,21405	0,88192	0,00%	11,11%	33,33%	44,44%	11,11%	

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual					
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente	
PROFESSORES	5.1 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social (no curso e na instituição), estão vinculados as atividades de:	coordenação de curso	3,04167	2,52172	-0,91892	0,69025	4,17%	8,33%	66,67%	20,83%	0,00%	
		disciplina de graduação	3,70833	6,87666	-2,13839	0,75060	4,17%	0,00%	20,83%	70,83%	4,17%	
		grupo de estudo	3,37500	1,96139	-0,83384	0,82423	4,17%	4,17%	45,83%	41,67%	4,17%	
		núcleo de pesquisa	3,29167	3,31896	-0,55339	0,75060	4,17%	0,00%	62,50%	29,17%	4,17%	
		projeto de pesquisa	3,29167	2,42954	-1,22633	0,75060	4,17%	4,17%	50,00%	41,67%	0,00%	
		programa de extensão	3,25000	1,22443	-0,52690	0,84699	4,17%	8,33%	50,00%	33,33%	4,17%	
		projeto de extensão	3,29167	1,26062	-0,97790	0,95458	8,33%	4,17%	41,67%	41,67%	4,17%	
		curso de extensão	3,16667	2,65613	-1,37481	0,81650	8,33%	0,00%	58,33%	33,33%	0,00%	
		5.2 Os professores especialistas no tema de Empreendedorismo Social, participam de grupos de especialistas externos à universidade	3,33333	1,11615	-0,74110	0,86811	4,17%	8,33%	41,67%	41,67%	4,17%	
		5.3. As ações (atividades/projetos) são negociadas e realizadas de forma conjunta com outros especialistas no tema de Empreendedorismo Social?	3,12500	0,73893	-0,79803	0,79741	4,17%	12,50%	50,00%	33,33%	0,00%	
		5.4 Os professores convidam outros professores, alunos ou a comunidade externa para participar das ações de Empreendedorismo Social?	3,79167	-0,12297	-0,20657	0,77903	0,00%	4,17%	29,17%	50,00%	16,67%	
		5.5 Os professores, alunos e comunidade externa que são convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações?	3,50000	-0,15849	0,59926	0,78019	0,00%	4,17%	54,17%	29,17%	12,50%	
		5.6. O envolvimento e engajamento dos alunos nas ações promovidas sobre Empreendedorismo Social podem ser facilitados pelas tecnologias da informação e os ambientes virtuais como:	fóruns de discussão	4,04167	-0,71192	-0,05358	0,69025	0,00%	0,00%	20,83%	54,17%	25,00%
			chats	3,79167	-0,91115	0,34045	0,72106	0,00%	0,00%	37,50%	45,83%	16,67%
			blogs	3,91667	-0,42424	0,08012	0,65386	0,00%	0,00%	25,00%	58,33%	16,67%
			wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,70833	-0,95028	0,55339	0,75060	0,00%	0,00%	45,83%	37,50%	16,67%
			plataformas educacionais	4,00000	-0,44805	0,00000	0,65938	0,00%	0,00%	20,83%	58,33%	20,83%
	comunidades virtuais		4,00000	-0,44805	0,00000	0,65938	0,00%	0,00%	20,83%	58,33%	20,83%	
	vídeo aulas		3,87500	-1,05484	0,20774	0,74089	0,00%	0,00%	33,33%	45,83%	20,83%	
	redes sociais	4,04167	-0,11244	-0,02371	0,62409	0,00%	0,00%	16,67%	62,50%	20,83%		

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
PROFESSORES	5.7 As ações desenvolvidas pelos especialistas no tema de Empreendedorismo Social são realizadas por meio de:	programas de extensão	3,50000	-0,15849	0,00000	0,78019	0,00%	8,33%	41,67%	41,67%	8,33%
		projetos de extensão	3,58333	-0,60987	0,14087	0,88055	0,00%	8,33%	41,67%	33,33%	16,67%
		cursos de extensão	3,41667	-0,05831	-0,06783	0,71728	0,00%	8,33%	45,83%	41,67%	4,17%
		pesquisas	3,66667	0,23410	-0,24378	0,70196	0,00%	4,17%	33,33%	54,17%	8,33%
		trabalhos	3,66667	0,23410	-0,24378	0,70196	0,00%	4,17%	33,33%	54,17%	8,33%
	5.8 As ações (atividades, projetos, trabalhos e pesquisa) na temática de Empreendedorismo Social na instituição são amparadas por sistemas de informações que permitem os processos de:	coleta de informações	3,37500	0,17237	0,45837	0,76967	0,00%	8,33%	54,17%	29,17%	8,33%
		registro de informações	3,41667	-0,05831	-0,06783	0,71728	0,00%	8,33%	45,83%	41,67%	4,17%
		compartilhamento	3,54167	-0,12297	-0,15014	0,77903	0,00%	8,33%	37,50%	45,83%	8,33%
		disseminação	3,58333	-0,33759	-0,03921	0,82970	0,00%	8,33%	37,50%	41,67%	12,50%
	5.9 As informações sobre as ações desenvolvidas pelos professores, alunos e demais envolvidos no tema Empreendedorismo Social são compartilhados por meio de:	relatórios e publicações	3,25000	-0,34949	0,07107	0,79400	0,00%	16,67%	45,83%	33,33%	4,17%
		publicações	3,75000	0,50293	-0,63959	0,79400	0,00%	8,33%	20,83%	58,33%	12,50%
		programas de extensão	3,45833	-0,50405	0,13726	0,88363	0,00%	12,50%	41,67%	33,33%	12,50%
		projetos de extensão	3,62500	-0,57009	0,00663	0,87539	0,00%	8,33%	37,50%	37,50%	16,67%
		cursos de extensão	3,50000	-0,53102	0,00000	0,88465	0,00%	12,50%	37,50%	37,50%	12,50%
	5.10 Na sua opinião como a instituição poderia conectar as pessoas que pesquisam, atuam e promovem o Empreendedorismo Social, interna e externamente?	grupos de estudo	4,08333	-0,42424	-0,08012	0,65386	0,00%	0,00%	16,67%	58,33%	25,00%
		projetos de pesquisa	4,25000	-0,34728	-0,15834	0,60792	0,00%	0,00%	8,33%	58,33%	33,33%
		eventos de extensão	4,33333	-0,59617	-0,05854	0,56466	0,00%	0,00%	4,17%	58,33%	37,50%
		comunidades de aprendizagem	4,12500	-0,09185	-0,05809	0,61237	0,00%	0,00%	12,50%	62,50%	25,00%
		redes de conhecimento	4,25000	-0,34728	-0,15834	0,60792	0,00%	0,00%	8,33%	58,33%	33,33%
		grupos informais	3,87500	-0,61696	-0,20984	0,85019	0,00%	4,17%	29,17%	41,67%	25,00%

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(continua)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	5.1 Os alunos são envolvidos em ações de Empreendedorismo Social (no curso e na instituição), promovidas por meio das atividades: (pode ser assinalada mais de uma opção)	disciplina de graduação	3,39535	-0,32237	-0,53337	1,11568	6,98%	13,95%	25,58%	39,53%	13,95%
		grupo de estudo	2,76744	0,20314	-0,49879	0,78185	6,98%	23,26%	55,81%	13,95%	0,00%
		núcleo de pesquisa	2,83721	-0,56647	-0,42100	0,92402	9,30%	23,26%	41,86%	25,58%	0,00%
		projeto de pesquisa	3,06977	0,23711	-0,53977	0,91014	6,98%	13,95%	46,51%	30,23%	2,33%
		programa de extensão	3,02326	-0,13452	-0,77325	0,93830	9,30%	13,95%	41,86%	34,88%	0,00%
		projeto de extensão	3,06977	0,11449	-0,79193	0,88359	6,98%	13,95%	44,19%	34,88%	0,00%
		curso de extensão	2,79070	-0,13420	-0,51171	0,86073	9,30%	20,93%	51,16%	18,60%	0,00%
	5.2 Os alunos participam de ações de Empreendedorismo Social, promovidas por outras Universidades?		2,69767	-0,75380	-0,42771	0,98886	16,28%	18,60%	44,19%	20,93%	0,00%
	5.3 Os professores convidam alunos para participar das ações de Empreendedorismo Social		2,90698	-1,10971	-0,13671	1,23083	16,28%	23,26%	20,93%	32,56%	6,98%
	5.4 Os alunos convidados a participar, aceitam os convites e engajam-se nas ações		2,97674	0,59731	-0,31497	0,93830	9,30%	11,63%	55,81%	18,60%	4,65%
	5.5 O envolvimento e engajamento dos alunos nas ações promovidas sobre Empreendedorismo Social podem ser facilitados pelas tecnologias da informação e os ambientes virtuais como:	fóruns de discussão	3,93023	1,67389	-0,94557	0,88359	2,33%	2,33%	20,93%	48,84%	25,58%
		chats	3,79070	1,29198	-0,84926	0,88797	2,33%	4,65%	23,26%	51,16%	18,60%
		blogs	3,51163	0,27599	-0,43434	0,90953	2,33%	9,30%	34,88%	41,86%	11,63%
		wikis (edição colaborativa de conteúdo)	3,67442	0,87632	-0,81623	0,99333	4,65%	4,65%	27,91%	44,19%	18,60%
		plataformas educacionais	3,90698	1,03871	-0,67100	0,71760	0,00%	4,65%	16,28%	62,79%	16,28%
		comunidades virtuais	4,06977	-0,36420	-0,05225	0,63228	0,00%	0,00%	16,28%	60,47%	23,26%
		vídeo aulas	3,83721	2,60527	-1,07268	0,81446	2,33%	2,33%	20,93%	58,14%	16,28%
	redes sociais	4,23256	0,43338	-0,77048	0,75078	0,00%	2,33%	11,63%	46,51%	39,53%	
	5.6 Os professores desenvolvem ações, juntamente com os alunos, sobre a temática de Empreendedorismo Social:	programas de extensão	3,18605	0,28840	-0,75958	0,93238	6,98%	11,63%	39,53%	39,53%	2,33%
		projetos de extensão	3,20930	-0,10301	-0,56699	1,05916	9,30%	11,63%	34,88%	37,21%	6,98%
		cursos de extensão	3,02326	0,06738	-0,35913	0,98774	9,30%	13,95%	46,51%	25,58%	4,65%
		pesquisas	3,46512	0,13523	-0,68556	1,07679	6,98%	9,30%	27,91%	41,86%	13,95%
		trabalhos	3,65116	1,38741	-0,98543	0,94827	4,65%	4,65%	25,58%	51,16%	13,95%

PARTE DE COMUNIDADES DE PRÁTICA

(conclusão)

	QUESTÃO	OPÇÕES	Análise estatística descritiva				Resultado Percetual				
			Média	Curtose	Assimetria	DesvPad	Discordo Plenamente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo plenamente
ALUNOS	5.7 As ações (atividades, projetos, trabalhos e pesquisa) na temática de Empreendedorismo Social na instituição são amparadas por sistemas de informações que permitem os processos de:	coleta de informações	3,41860	1,46641	-1,18888	0,85168	4,65%	6,98%	32,56%	53,49%	2,33%
		registro de informações	3,48837	1,16090	-0,95957	0,90953	4,65%	6,98%	30,23%	51,16%	6,98%
		compartilhamento	3,60465	1,72220	-0,93763	0,90342	4,65%	2,33%	32,56%	48,84%	11,63%
		disseminação	3,51163	1,26172	-0,83260	0,90953	4,65%	4,65%	34,88%	46,51%	9,30%
	5.8 As informações sobre as ações desenvolvidas pelos professores, alunos e demais envolvidos no tema Empreendedorismo Social são compartilhados por meio de:	relatórios e publicações	3,16279	-0,05374	-0,47234	1,04495	9,30%	11,63%	39,53%	32,56%	6,98%
		publicações	3,62791	0,67169	-0,30017	0,87351	2,33%	2,33%	41,86%	37,21%	16,28%
		iniciação científica	3,44186	1,04865	-0,62040	0,90770	4,65%	4,65%	41,86%	39,53%	9,30%
		trabalhos de conclusão de curso	3,34884	0,59050	-0,63049	1,04389	9,30%	2,33%	44,19%	32,56%	11,63%
		eventos de extensão	3,41860	1,27419	-0,73209	0,87919	4,65%	4,65%	41,86%	41,86%	6,98%
	5.9 Na sua opinião como a instituição poderia conectar as pessoas que pesquisam, atuam e promovem o Empreendedorismo Social, interna e externamente?	grupos de estudo	3,90698	-0,24956	-0,50207	0,86778	0,00%	6,98%	20,93%	46,51%	25,58%
		projetos de pesquisa	4,04651	0,30981	-0,46807	0,72222	0,00%	2,33%	16,28%	55,81%	25,58%
		eventos de extensão	4,13953	-0,47895	-0,12439	0,63925	0,00%	0,00%	13,95%	58,14%	27,91%
		comunidades de aprendizagem	4,02326	-0,67461	-0,02668	0,67218	0,00%	0,00%	20,93%	55,81%	23,26%
		redes de conhecimento	4,13953	-0,47895	-0,12439	0,63925	0,00%	0,00%	13,95%	58,14%	27,91%
		grupos informais	3,97674	-0,06744	-0,33303	0,73964	0,00%	2,33%	20,93%	53,49%	23,26%

APÊNDICE I – CARTA PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COP

Curitiba, 21 de novembro de 2017.

Prezado (a) Coordenador (a) / Professor (a) / Aluno (a)

Você participou da pesquisa de campo, realizada pela pesquisadora Flávia Roberta Fernandes, no período de setembro/outubro de 2017, tendo como objetivo propor uma Comunidade de Prática, para o incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

Posteriormente o período da pesquisa, os dados foram analisados e a proposta foi elaborada. Em virtude de sua participação na pesquisa, gostaríamos de convidá-lo(a) a analisar e avaliar a proposta, podendo apontar considerações e demais contribuições.

Para a avaliação da proposta, será utilizada a ferramenta Perusall, integrada ao Moodle da UFPR, que pode ser acessado por meio do link: <<https://ava.ufpr.br/enrol/index.php?id=1246>>, utilizando a senha: <[senha inserida](#)>, no campo “acesso como visitante”. A avaliação estará disponível no período de 22 de novembro - 06 de dezembro. As orientações quanto ao acesso a ferramenta Perusall e o código de acesso para o grupo de alunos ([código inserido](#)), encontram-se no tutorial, anexo a este e-mail. Ao longo da proposta são feitas perguntas para guiar a avaliação, entretanto a resposta não é obrigatória.

Ressaltamos que todas as informações fornecidas serão sigilosas em relação à identificação do respondente.

Caso haja qualquer dúvida ou questionamento, favor entrar em contato com Flávia Roberta Fernandes, pelos telefones: (41) 3367-0935 e (41) 9 8835-0814, ou via e-mail: flaroberta@gmail.com/flavia.roberta@ufpr.br.

Mais uma vez, agradeço sua participação e contribuições.

Flávia Roberta Fernandes
Mestranda em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4979799552470346>
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Helena de Fátima Nunes Silva

APÊNDICE J – TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE DE ABERTURA DA PROPOSTA (1/13)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

Caso surjam dúvidas, para o processo de avaliação da Comunidade de Prática – CoP, siga os passos a seguir, ou entre em contato com:

Flávia Roberta Fernandes
E-mail: flavia.roberta@ufpr.br / flaroberta@gmail.com
Telefone: (41) 9 8835-0814

Obrigada.

SLIDE (2/13)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

1. Acesse o Moodle pelo link enviado via e-mail <https://ava.ufpr.br/enrol/index.php?id=1246> e no campo “acesso como visitante, digite a senha: **cops2017**



TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (3/13)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

2. Após acessar o Moodle, selecione o link **Perusall**.



SLIDE (4/13)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

3. Novamente, selecione o link **Perusall**.



TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (5/13)

Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação

UFPR

CAPES

Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

4. Registre-se na plataforma **Perusall** ou acesse com uma de suas redes sociais.

Perusall

Register Browse catalog English

Log in to Perusall

Sign in with Facebook

Sign in with Google

Sign in with Twitter

Perusall uses your Facebook, Google, or Twitter account only to obtain your name, email address, and profile picture. Perusall will never post to any social network on your behalf.

OR

Email

Password

[Forgot your password?](#)

Log in to Perusall

Don't have an account? [Register](#)

https://app.perusall.com/#

SLIDE (6/13)

Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação

UFPR

CAPES

Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

5. Preencha seus dados no **Perusall**. Você pode se conectar por suas redes sociais.

Perusall

Register Browse catalog

Create a Perusall account

Sign in with Facebook

Sign in with Google

Sign in with Twitter

Perusall uses your Facebook, Google, or Twitter account only to obtain your name, email address, and profile picture. Perusall will never post to any social network on your behalf.

OR

Email

Password

Password (again)

First name

Last name


I'm not a robot

Register

By clicking Register, you agree to our [Privacy Policy](#) and [Terms of Use](#)

TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (7/13)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

6. Aceite o termo de serviço e política de privacidade.




The screenshot shows a web browser window with the Perusall logo in the top left and a user profile 'Flávia Fernandes' in the top right. The main content is a modal window titled 'Please agree to our Terms of Service and Privacy Policy.' It contains sections for 'Terms of Service', 'Frequently Asked Questions', and 'Privacy Policy'. At the bottom of the modal, there is an 'OK' button. A large red arrow originates from the left side of the slide and points directly to the 'OK' button.

SLIDE (8/13)

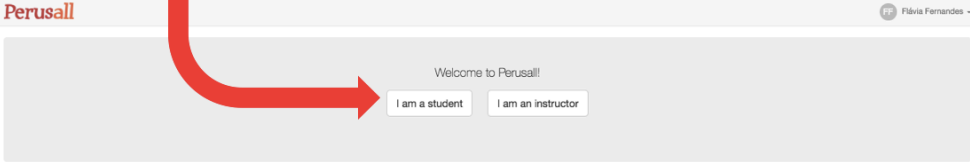


Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

7. Selecione a opção "I am a student".



The screenshot shows the Perusall login page with the Perusall logo in the top left and a user profile 'Flávia Fernandes' in the top right. The main content is a login form with the text 'Welcome to Perusall' and two buttons: 'I am a student' and 'I am an instructor'. A large red arrow originates from the left side of the slide and points directly to the 'I am a student' button.

TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (9/13)


Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

8. Inclua o código de acesso de acordo com seu grupo

Códigos de acesso:
 Coordenadores e Professores – **ROBERTA-FERNANDES-0977**
 Alunos - **ROBERTA-FERNANDES-0432**

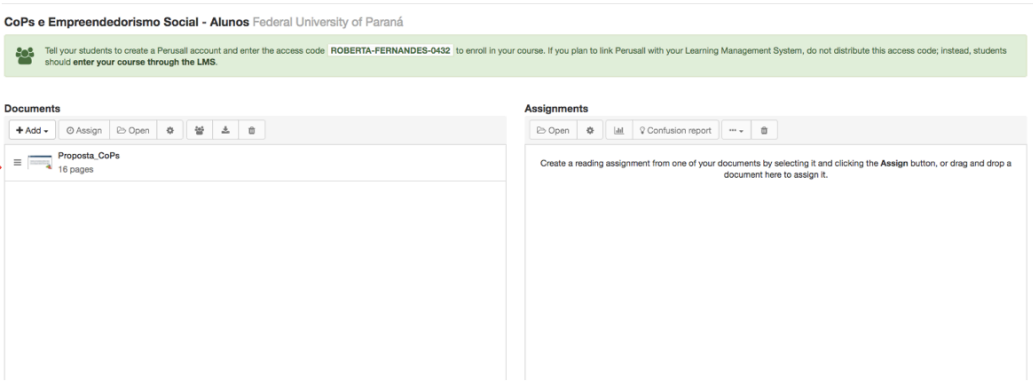


SLIDE 10/13)


Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

9. Você terá acesso ao documento de avaliação e poderá acessá-lo, clicando no documento.




TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (11/13)

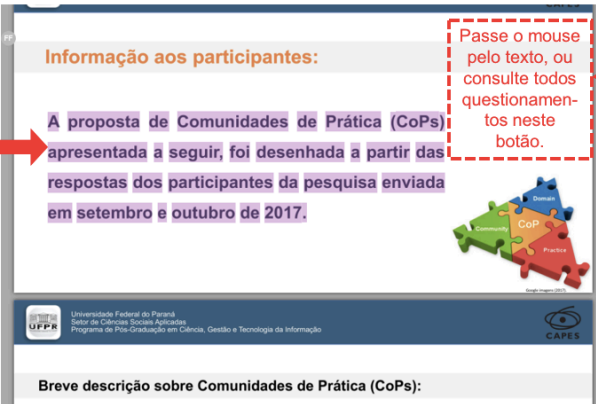


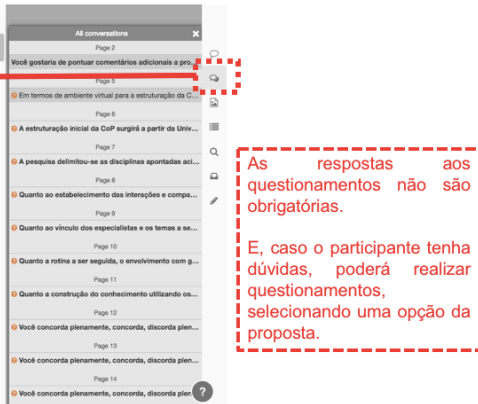
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

10. No arquivo foram selecionados os elementos a serem avaliados e foram formuladas perguntas aos participantes.






SLIDE (12/13)

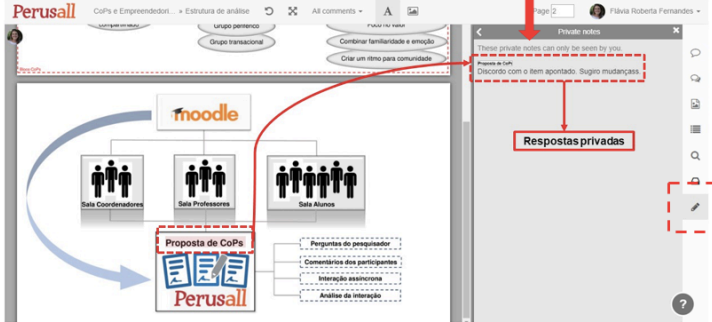


Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Tutorial para avaliação da Comunidade de Prática - CoPs

11. Os respondentes tem como opção, apontar suas colocações de forma privada, apenas sendo visível ao pesquisador.



TUTORIAL DE ACESSO AS PLATAFORMAS MOODLE E PERUSALL

SLIDE (13/13)

Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Agradecemos sua participação e
contribuições.

Flávia Roberta Fernandes


flavia.roberta@ufpr.br / flaroberta@gmail.com

Mestranda em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação


Universidade Federal do Paraná

APÊNDICE K – PROPOSTA DE COPS APRESENTADA PARA A AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES


SLIDE DE ABERTURA DA PROPOSTA (1/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Proposta de Comunidades de Prática (CoPs) como incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais do Sul do Brasil




Google imagens (2017).

SLIDE INFORMAÇÕES AOS PARTICIPANTES (2/16)




Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Informação aos participantes:

A proposta de Comunidades de Prática (CoPs) apresentada a seguir, foi desenhada a partir das respostas dos participantes da pesquisa enviada em setembro e outubro de 2017.



Google imagens (2017).

SLIDE DESCRIÇÃO SOBRE COPS (3/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Breve descrição sobre Comunidades de Prática (CoPs):

As CoPs estabelecem **relações, interações, aprendizados** e promovem a **troca de conhecimento** entre os indivíduos. Da mesma forma, que desenvolvem capacidades individuais e contribuem com práticas educacionais. Diante disso, podem se tornar um mecanismo de incentivo ao Empreendedorismo Social, nas Universidades Federais do Sul do Brasil.



Google imagens (2017)

WENGER-TRAYNER. Introduction to communities of practice: A brief overview of the concept and its uses. 2015a. Disponível em: <<http://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

_____. Why focus on communities of practice? dimensions of value creation. 2015b. Disponível em: <<http://wenger-trayner.com/project/why-focus-on-communities-of-practice/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SLIDE AMBIENTE PARA COP (4/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Ambiente para a CoP:

Propõe-se que a CoP seja estruturada no ambiente virtual de aprendizagem, **Moodle**, criando um espaço de interação e compartilhamento de conhecimento entre coordenadores, professores, alunos e comunidade.



Google imagens (2017)

SLIDE AMBIENTE PARA COP – CONFIGURAÇÕES (5/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Ambiente para a CoP – configurações

A página inicial da CoP no **Moodle** será personalizada com:

- informações quanto ao foco de interesse do grupo;
- atividades, projetos e ações desenvolvidas;



E, o acesso será permitido apenas aos membros que comporão a comunidade.

SLIDE ESTRUTURAÇÃO INICIAL – COP (6/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Estruturação inicial da CoP:

A partir da participação dos respondentes, sugere-se que:



Google Imagens (2017).

- a CoP estruture-se inicialmente dentro do ambiente virtual de aprendizagem (**Moodle**), da Universidade Federal do Paraná;
- estabelecendo-se parceria com o Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre o Terceiro Setor (NITS), pelo foco em Empreendedorismo Social;
- estabelecendo-se parceria com o CIPEAD* para o suporte tecnológico.

* CIPEAD - Coordenação de Integração de Políticas de Educação a Distância da Universidade Federal do Paraná.

SLIDE ESTRUTURAÇÃO INICIAL – COP (7/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Estruturação inicial da CoP:



Google imagens (2017).

Sugere-se ainda, que:

- Sejam convidados coordenadores de curso e os professores envolvidos com as disciplinas de “**Empreendedorismo**”; “**Empreendedorismo Social**”; “**Gestão de Negócios**”; “**Gestão de Projetos**” e “**Terceiro Setor**”, dentro da área de Sociais Aplicadas, das Universidades Federais do Sul do Brasil.

SLIDE ESTABELECIMENTO DAS INTERAÇÕES E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO (8/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Estabelecimento das interações e compartilhamento de conhecimento:



Google imagens (2017).

Perfil dos membros no Moodle:

- pode conter um breve currículo com histórias, experiências, habilidades e expertises.

Compartilhamento de conhecimento:

- integrar mensagens eletrônicas, que serão enviadas aos membros a cada atualização da CoP;
- promover reuniões virtuais entre os membros para que possam realizar trocas de conhecimento “em tempo real” (forma síncrona).

Recursos que facilitam e incentivam as interações e relações:

- criação de fóruns de discussão;
- integração das informações com o e-mail dos membros, para que estejam constantemente atualizados;
- integração com redes sociais, para que possam envolver seus demais contatos nas ações e atividades.

SLIDE ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP: DOMÍNIO (9/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Elementos estruturantes da CoP: DOMÍNIO



Google Imagens (2017).

Especialistas no tema Empreendedorismo Social:

- estão vinculados as disciplinas de graduação, núcleos de pesquisa, grupos de estudos e projetos de extensão;
- a liderança na CoP deve envolver professores, pelo conhecimento que detém e por sua relação e envolvimento com coordenadores e alunos.

Agenda inicial de temas a serem estudados:

- os temas devem ser definidos conjuntamente pelo grupo;
- sugere-se que os conhecimentos dos membros sejam mapeados;
- os temas podem ser definidos como tópicos, refinados, eliminados ou agregados outros itens, de acordo com a interação dos membros.
- podem ser pontuados temas iniciais como: conceituação internacional e nacional; perfil e motivação do empreendedor; surgimento e evolução internacional e nacional; tipologia de empreendimentos; perspectivas europeia, norte-americana e de países em desenvolvimento; fontes de recursos financeiros; e plano de negócio social - teoria da mudança, sustentabilidade social e financeira, oportunidades e negócios sociais, criação de valor aos beneficiários, plano de infraestrutura, equipe de gerenciamento, impacto social e medição de impacto.

SLIDE ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP: COMUNIDADE (10/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Elementos estruturantes da CoP: COMUNIDADE



Google Imagens (2017).

Rotina:

- sugere-se que as interações utilizem-se de **fóruns de discussão** e realizem-se periodicamente interações por **chats, videoconferências e webinars**.
- sugere-se encontros quinzenais ou mensais;
- e, que o grupo possua entre 15 e no máximo 50 membros.

Grupos externos a CoP:

- fortalecer e engajar mais membros por meio de redes externas que trabalhem e desenvolvam a temática na Região Sul do Brasil. Estes podem ser convidados inclusive a integrar a CoP e contribuir com sua construção.
- o conhecimento destas redes pode ser feito a partir da Rede Ashoka e Rede Yunnus.

Eventos:

- sugere-se a organização de eventos virtuais com especialistas no tema, por meio de webinars, tanto para os membros da CoP, quanto aberto a indivíduos externos.

SLIDE ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA COP: PRÁTICA (11/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Elementos estruturantes da CoP: PRÁTICA



A construção do conhecimento pode surgir de ideias, dicas e sugestões do grupo, para tanto propõe-se a elaboração de :

- glossário de termos e conceitos utilizados pelo grupo;
- banco de insights, ideias para que sejam utilizados em momentos que surjam a necessidade;
- registro dos encontros virtuais e sistematização do conhecimento produzido, por blocos temáticos no Moodle, para fácil recuperação da informação;
- compartilhamento de repositório pessoal e materiais relevantes, dos membros da CoP, para consulta do grupo; e
- vinculação de links da web que tenham notícias e informações sobre a temática.

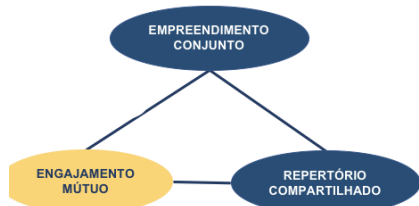
SLIDE DIMENSÕES DA COP: ENGAJAMENTO MÚTUO (12/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Dimensões da CoP: ENGAJAMENTO MÚTUO



Engajamento mútuo:

- os alunos podem ser convidados, envolvidos e engajados por meio de trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica;
- demais participantes podem ser integrados a CoP, a partir de convites dos membros, a indivíduos que compõem sua rede pessoal de contatos;
- o engajamento dos membros, no ambiente virtual, pode iniciar-se por meio dos fóruns de discussão.

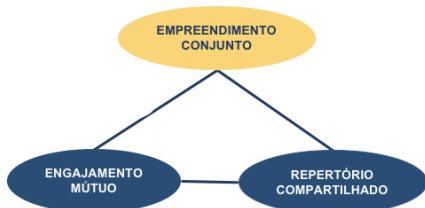
SLIDE DIMENSÕES DA COP: EMPREENDIMENTO CONJUNTO (13/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Dimensões da CoP: EMPREENDIMENTO CONJUNTO



Empreendimento conjunto: o grupo deve trabalhar conjuntamente no desenvolvimento da CoP e este envolvimento pode ser facilitado com:

- divisão de tarefas e papéis entre os membros;
- treinamento dos membros em atividades que não tenham conhecimento e habilidades;
- envolvimento de novos membros na CoP;
- os questionários no Moodle podem ser utilizados para perguntar aos membros sobre o andamento da comunidade, suas percepções, sugestões de melhorias e demais comentários; e
- as ações devem ser pensadas conjuntamente com os membros que integram a CoP e a ferramenta wiki pode ser utilizada.

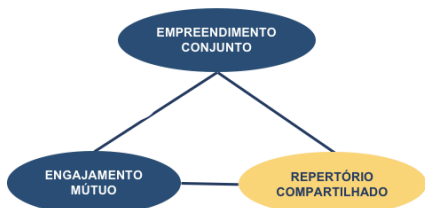
SLIDE DIMENSÕES DA COP: REPERTÓRIO COMPARTILHADO (14/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Dimensões da CoP: REPERTÓRIO COMPARTILHADO




Repertório compartilhado: o conhecimento produzido pela CoP, pode ser documentado e armazenado no Moodle, por meio de:

- seções temáticas ou diretórios de disciplinas;
- os membros podem disponibilizar blocos de arquivos e anotações pessoais ao grupo;
- podem ser integrados ao Moodle, repositórios externos como Dropbox e Google Drive, para que os membros compartilhem seus arquivos com os demais;
- a sistematização do conhecimento pode ser realizada por meio de manuais e utilizar o Moodle como repositório.
- a CoP pode trabalhar para que os temas, desenvolvidos pelo grupo, sejam sistematizados e possam tornar-se produções científicas e publicações.

SLIDE PRINCÍPIOS DE UMA COP (15/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação




Princípios de uma CoP:


A CoP deve ser desenvolvida a partir de sete princípios, para tanto sugere-se:

- A CoP pode ter um desenho proposto de funcionamento, mas deve estar atenta as necessidades do grupo e se ajustar as mudanças;
- Os líderes institucionais devem ser convidados para participar e auxiliar na CoP;
- Especialistas externos a CoP devem ser consultados para ideias e sugestões;
- Na CoP pode existir uma liderança, entretanto não atribuída a um único indivíduo;
- O valor da CoP encontra-se em suas interações e aprendizados;
- O grupo deve criar suas práticas e rotinas;
- A CoP pode promover eventos regulares por meio da plataforma Moodle.

SLIDE DE AGRADECIMENTO (16/16)



Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação



Agradecemos sua participação e contribuições.

Flávia Roberta Fernandes

flavia.roberta@ufpr.br / flaroberta@gmail.com

Mestranda em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação

Universidade Federal do Paraná

APÊNDICE L – QUESTIONAMENTOS NORTEADORES PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE COPS PARA INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

(continua)

Componentes da proposta de CoPs	Questionamentos norteadores	Objetivo do questionamento (Cada questionamento buscou verificar a concordância dos participantes quanto):
Ambiente para CoP - configuração	1. Em termos de ambiente virtual para a estruturação da CoP, você: concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , quanto a opção pelo Moodle?	A utilização do Moodle para o ambiente virtual da CoP.
Estruturação inicial da CoP	2. A estruturação inicial da CoP surgirá a partir da Universidade Federal do Paraná, entretanto o envolvimento dos demais membros de outras Universidades pode vir a alocar este ambiente em outra Universidade. Você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , quanto a esta opção?	A estruturação da CoP iniciar-se utilizando o Moodle da UFPR.
	3. A pesquisa delimitou-se as disciplinas apontadas na pesquisa, por este motivo o convite para participação partirá, inicialmente, aos participantes da pesquisa e professores que ministram as referidas disciplinas. Você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , quanto a esta opção?	A participação na CoP iniciar-se com os coordenadores, professores, e alunos que envolveram-se na pesquisa.
Estabelecimento das interações e compartilhamento de conhecimento	4. Quanto ao estabelecimento das interações e compartilhamento de conhecimento, você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , quanto aos elementos pontuados?	As interações e o compartilhamento de conhecimento podem ser estabelecidas por meio de elementos e recursos disponibilizados pelo Moodle.
Elementos estruturantes: domínio	5. Quanto ao vínculo dos especialistas e os temas a serem estudados, você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda ?	Identificação de onde encontram-se os especialistas no tema, bem como temas iniciais para a agenda da CoP.

(conclusão)

Componentes da proposta de CoPs	Questionamentos norteadores	Objetivo do questionamento (Cada questionamento buscou verificar a concordância dos participantes quanto):
Elementos estruturantes: comunidade	6. Quanto a rotina a ser seguida, o envolvimento com grupos externos e a organizações de eventos, você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , com os pontos propostos?	A estruturação da comunidade e sua rotina partir de atividades e ações internas e externas a CoP.
Elementos estruturantes: prática	7. Quanto a construção do conhecimento utilizando os recursos do Moodle, você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , com os pontos propostos?	A utilização de ferramentas e recursos do Moodle, para auxiliar na construção do conhecimento.
Dimensões da CoP: engajamento mútuo	8. Você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda , com a forma de engajar participantes para a CoP?	Ao apontamento de formas de engajar dos participantes.
Dimensões da CoP: empreendimento conjunto	9. Você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda com a forma de envolver os participantes na CoP?	Ao apontamento de maneiras de envolver os membros da CoP, assim como os iniciantes.
Dimensões da CoP: repertório compartilhado	10. Você concorda plenamente, concorda, discorda plenamente ou discorda com a forma de documentar e armazenar o conhecimento produzido na CoP, conforme pontuado?	Ao apontamento de formas de organizar o repertório da CoP.
Princípios de uma CoP	11. Você gostaria de pontuar comentários adicionais a proposta?	Demais contribuições dos participantes.

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

ANEXO A – OFÍCIO DE SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação
Av. Prof. Lothário Meissner, 632 – Campus III
Jd. Botânico CEP 80210-170 Curitiba PR
(41) 3360-4191 ppgcgti@ufpr.br

Ofício nº 09/17 – PPGCGTI-SA-UFPR

Curitiba, 05 de setembro de 2017.

Aos coordenadores de curso

Prezado(a) coordenador(a),

Vimos por meio deste, solicitar a V.Sa informações de contato (e-mail) dos professores que ministram as disciplinas no curso de graduação e dos alunos (e-mail) que encontram-se matriculados no último período do referido curso de graduação.

Tal solicitação tem a finalidade de contatar os professores e alunos com o objetivo de subsidiar uma pesquisa acadêmica intitulada “Comunidades de Prática como incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais do Sul do Brasil”. A pesquisa, em nível de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação da UFPR, a ser desenvolvida pela mestranda Flávia Roberta Fernandes sob a orientação da professora doutora Helena de Fátima Nunes Silva, busca analisar de que forma uma Comunidade de Prática proposta pode incentivar o Empreendedorismo Social nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

Certos de sua atenção, agradecemos antecipadamente.

Atenciosamente,

Prof.ª Dr.ª Helena de Fátima Nunes Silva

Orientadora

Prof.ª Dr.ª Denise Fukumi Tsunoda

Coordenadora do PPGCGTI

ANEXO B – OFÍCIO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO

Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação
Av. Prof. Lothário Meissner, 632 – Campus III
Jd. Botânico CEP 80210-170 Curitiba PR
(41) 3360-4191 ppgcgti@ufpr.br

Ofício nº 10/17 – PPGCGTI-SA-UFPR

Curitiba, 05 de setembro de 2017.

Aos coordenadores, professores e alunos,

Vimos por meio deste, solicitar a sua colaboração na pesquisa de Pós-Graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, intitulada “Comunidades de Prática como incentivo ao Empreendedorismo Social nas Universidades Federais do Sul do Brasil”. A pesquisa, em nível de mestrado a ser desenvolvida pela mestranda Flávia Roberta Fernandes sob a orientação da professora doutora Helena de Fátima Nunes Silva, tem como objetivo analisar de que forma uma Comunidade de Prática proposta pode incentivar o Empreendedorismo Social nas Universidades Federais da Região Sul do Brasil.

Cabe destacar, que as informações coletadas e analisadas serão utilizadas exclusivamente para o desenvolvimento da dissertação e nenhum dos respondentes será identificado.

Certos de contar com a sua colaboração, agradecemos antecipadamente.

Atenciosamente,

Prof.ª Dr.ª Helena de Fátima Nunes Silva
Orientadora

Prof.ª Dr.ª Denise Fukumi Tsunoda
Coordenadora do PPGCGTI