



INOVAÇÃO SOCIAL NOS DOMÍNIOS FINANCEIRO, TRIBUTÁRIO, DA SEGURANÇA
SOCIAL E DA ECONOMIA SOCIAL

**A RAIZ LINGUÍSTICA DA INOVAÇÃO SOCIAL E O SEU IMPACTO NA
SOCIEDADE GLOBAL: A BASE PARA A APROXIMAÇÃO POR PARTE DO
SISTEMA JURÍDICO**

Rosalice Pinto

Paper n.º 3/BD/iLab/Cedis/2015

Setembro de 2015

Citação como: PINTO, Rosalice. *A raiz linguística da inovação social e o seu impacto na sociedade global: a base para a aproximação por parte do sistema jurídico.* Paper n.º 3/BD/iLab/Cedis/2015, disponível em <http://ilab.cedis.fd.unl.pt/artigos-dogmaticos/>

**A raiz linguística da inovação social e o seu impacto na sociedade global: a base
para a aproximação por parte do sistema jurídico**

**The linguistic origin of social innovation and its impact on global society: the basis
for an approach for the legal system**

ROSALICE PINTO¹⁻²

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar, por um lado, o conceito de inovação do ponto de vista linguístico e, do outro, mostrar uma inovação específica: a social – sempre atrelada em graus diferenciados à tecnológica. Com tal trabalho, estabelecem-se algumas características próprias do termo, procurando, exemplificá-las a partir de alguns estudos de caso em território português. Através dos exemplos práticos, identifica-se uma espécie de *continuum* gradativo. Num extremo, organizações do Terceiro Setor, que objetivam atender questões sociais, utilizam aspectos tecnológicos para aprimorar os recursos disponíveis para a inovação social. Por outro lado, instituições que visam fins mais lucrativos, que têm como objetivo a melhoria dos lucros, também criam estratégias sociais inovadoras. No entanto, estas estão subordinadas e amparadas pelos recursos tecnológicos. Com os resultados apontados, pistas são colocadas para o estudo da inovação social em outros domínios.

PALAVRAS-CHAVE: :Inovação, Inovação social, Linguística, Estudos de Caso

ABSTRACT

This paper aims to present, on the one hand, the concept of innovation from a linguistic point of view and on the other, show the specificity of a particular innovation: the social - always linked in different degrees to the technological one. In this work, some characteristics of the term are presented and exemplified in some case studies in Portuguese society. Through some practical examples, a gradual “continuum” may be identified. At one extreme, Third Sector organizations, focused on social issues, use technological aspects to improve the resources available for social innovation. On the other hand, institutions that are interested in improving benefits, also create innovative social strategies. However, these are subordinated and supported by technological resources. With these results, some clues can be obtained for the study of social innovation in other fields.

KEY-WORDS: Innovation, Social Innovation, Linguistics, Case Studies.

¹ Doutora em Linguística e Pós-doutora em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Colaboradora do Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa (CLUNL). Investigadora do iLab – Laboratório de Ideias sobre a Inovação Social nos domínios financeiro, tributário, da segurança social e da economia social, pertencente ao CEDIS - Centro de Investigação & Desenvolvimento em Direito e Sociedade da FDUNL (CEDIS). rpinto@fch.unl.pt

² O texto segue tanto as normas prescritas pelo Novo Acordo Ortográfico de 1990, que entrou em vigor em 2009, quanto as diretrizes da norma culta do Português escrito do Brasil.

ESQUEMA DO ESTUDO

1. Introdução
2. Inovação - conceito
3. Inovação - perspectiva e amplitude
 - 3.1. Em síntese
4. Estudos de caso no cenário português
 - 4.1. Estudo de caso (1) CAIS
 - 4.1.1. A revista CAIS
 - 4.1.1.a. Síntese parcial (1)
 - 4.2. Estudo de caso (2)
 - 4.2.1. Especificação de alguns projetos
 - 4.2.1.a. Síntese parcial (2)
 - 4.3. Estudo de caso (3) Plataforma Refugees Welcome
 - 4.3.1. Cenário do projeto
 - 4.3.2. Plataforma Refugees Welcome
 - 4.3.2.a. Síntese parcial (3)
5. Considerações finais

1. Introdução

Nos últimos anos, a crescente competitividade local e global exigiu do setor público e privado uma constante aposta no aumento da competitividade, acesso a novos mercados, aumento das margens de lucro, dentre outros. Na verdade, houve uma exigência dos diversos mercados de se adaptar a um cenário em que preços baixos alavancados por países como China, Índia e outros em que a mão de obra, nomeadamente, mais ´barata´, não seria suficiente para manter uma economia competitiva dos mercados. Outros desafios se impunham para enfrentar uma competição global e, com isso, o investimento na inovação e no diferencial de excelência dos produtos e serviços passou a ser uma aposta importante das empresas para enfrentar a liberalização dos mercados. Com isso, o conceito de inovação viu-se atrelado, principalmente, ao âmbito empresarial e foram várias as possibilidades exploradas pelas empresas para melhor se situarem no contexto global, quer seja na inovação de produtos ou processos (a nível tecnológico), ou, ainda, no desenvolvimento de novos processos e métodos organizacionais.

No contexto português (nosso foco de estudo), foram várias as instituições criadas para fomentar processos de inovação. Algumas surgiram, especificamente, com este intuito, outras originaram-se nas próprias empresas. No primeiro caso, pode-se citar a Sociedade Portuguesa de Inovação, fundada em 1997, com sede na cidade do Porto que

presta serviços de consultoria a empresas dos diversos setores, para torná-las mais competitivas e contribuir para o seu crescimento. Já, inclusive, espalhou-se por vários países tendo escritórios de representação em diversas áreas geográficas, como Espanha, China, Singapura, dentre outros. Há ainda algumas iniciativas, como a criação de plataformas inovadoras específicas para a resolução de problemas pontuais de ordem social, como é o caso da Plataforma *Refugees Welcome*, como apresentaremos nesta contribuição.

Evidentemente, o conceito de inovação esteve sempre muito atrelado a aspectos tecnológicos e empresarias. Contudo, no século XXI, observa-se uma mudança deste paradigma, estando este subjacente à valorização da medição do impacto das iniciativa e na capacidade dos projetos de mobilizarem investimentos, gerando assim receitas próprias. Com isso, as próprias entidades do Terceiro Setor vêm tendo de se reconfigurar para lidar com os novos desafios.

Mais precisamente em contexto português foi assinado o acordo de parceria com a Comissão Europeia, prevendo que Portugal possa fazer uso de 25 milhões de euros até 2010, resultantes dos cinco Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (Fundo de Coesão, FSE, FEADER e FEAMP). Este Acordo, com o nome de Portugal 2020, representa a política de desenvolvimento económico, social e territorial para os próximos cinco anos, estando de acordo com a Estratégia Europa 2020. São quatro os domínios temáticos que interessarão ao Portugal 2020: Competitividade e Internacionalização, Inclusão Social e Emprego, Capital Humano e Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos. São ao todo 16 programas operacionais. Com esta iniciativa, o governo português pretende estimular o surgimento de soluções e modelos de intervenção que possam vir a dar resposta a problemas existentes na área social, bem como na política pública. Na verdade, como afirma Carlos Azevedo³, antigo coordenador geral da União Distrital das Instituições Particulares de Solidariedade Social do Porto (UDIPSS-Porto): “ A primeira Misericórdia constituída em 1948 foi ela própria uma inovação social. Nós temos de evoluir no sentido de erradicar problemas. As crises ajudam porque geram oportunidades, momentos para a criação de novas soluções para os novos e velhos problemas. As organizações devem contribuir para a

³ Declaração proferida no jornal da Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade, disponível em <http://www.solidariedade.pt/site/detalhe/12311>, consultado em 22 de Setembro de 2015.

resolução dos problemas. E que problemas? Os que estão a ser negligenciados e não aqueles que já estão a ser resolvidos. Ou que não têm solução como é o caso do assistencialismo que o Estado contratualiza. Têm que procurar solução para problemas ignorados”.

O desafio do presente trabalho é, assim, de mostrar, primeiramente, a complexidade do conceito de inovação de forma genérica, do ponto de vista linguístico, definindo-o. Em seguida, procurar-se-á salientar que um tipo específico de inovação – o social – perpassa várias áreas, inclusive a tecnológica. De forma a atender os objetivos a que se propõe, serão apontados alguns casos de inovação social em Portugal, nomeadamente o caso da CAIS, o da campanha do Projeto Novas Ideias da TAP e o da Plataforma *Refugees Welcome*. Com este trabalho, procurar-se-á, assim, contribuir para as pesquisas desenvolvidas em diversas áreas do conhecimento em que esta é requerida e estimulada. Poder-se-ão traçar pistas interessantes para a reflexão sobre a inovação social no âmbito jurídico.

2. Inovação - Conceito

O termo ‘inovação’ do latim *innovatiōne*, “renovação”, corresponde: (1) ao ato ou efeito de inovar; (2) introdução de qualquer novidade na gestão ou no modo de fazer algo; mudança; renovação; (3) criação de algo de novo; descoberta, (4) na botânica diz respeito ao rebento que renova a planta herbácea vivaz (DLP, 2015). As definições (1) e (2), por estarem diretamente atreladas aos objetivos desta contribuição, são pertinentes para este trabalho. Contudo, merecem ainda serem mais detalhadas de forma a poderem melhor caracterizar os aspectos inovadores a serem analisados nos estudos de caso. Dessa forma, é importante a especificidade trazida pela Terminologia no âmbito da descrição linguística do termo.

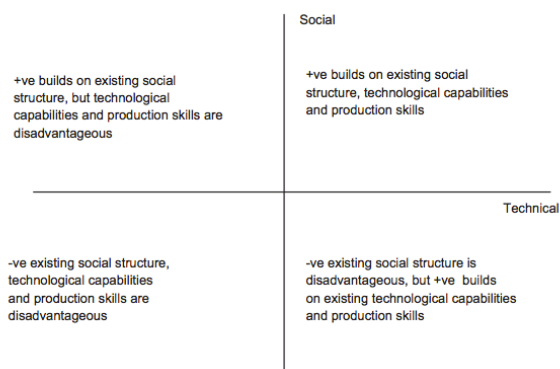
Como menciona Linton (2009: 729), mais especificamente do ponto de vista terminológico, o termo ‘inovação’ suscita, na literatura, definições e usos variados. A inovação pode ser descrita como: administrativa, arquitectónica, técnica, fundamental, *minor*, contínua, descontínua, normal, rotineira, centrada no processo ou no produto, geracional/evolutiva, Em muitos dos casos, esses termos são emparelhados em um *continuum* de forma, inclusive, dicotômica - por exemplo, *contínua* se contrapondo a

discontínua- , minimizando, inclusive, a potencialidade de sua utilização. O quadro a seguir mostra os termos relacionados à inovação e os diversos teóricos que se centraram no estudo dos diferentes aspectos a ela atrelados.

3. Inovação - Perspectiva e Amplitude

Nos séculos XX e XXI, foram vários os estudiosos que se debruçaram sobre o termo, enfatizando sobretudo o fato de estar relacionado à criação de algo de novo em determinado contexto, dando prioridade ao aspecto econômico. Para Kondratieff (1984) *apud* Linton (2009), por exemplo, este está relacionado, sobretudo, ao crescimento econômico. Shumpeter (1939) *apud* Linton (2009) salienta o papel do empreendedor no reconhecimento e exploração de diferentes oportunidades que surgem a partir de algum tipo de inovação. Inclusive, uma inovação relevante pode permitir o surgimento de outras inovações de menor porte. Por outro lado, Kuznets (1979), de forma mais ampla, salienta que o termo não está relacionado apenas a questões tecnológicas, mas também sociais (a estas diretamente ligadas). Inclusive, o autor aponta que o crescimento das estradas de ferro não seria possível sem o desenvolvimento do mercado de capitais (*stock markets*) - uma inovação social. Ou, ainda, a própria revolução industrial estaria fortemente dependente do surgimento das corporações e dos bancos. Enfim, a inovação tecnológica passaria necessariamente pela social.

Linton (2009:730), a partir de Abernathy & Clark (1985), demonstra através de um gráfico a relação entre a inovação social e a tecnológica, como vemos a seguir:



Esquema 1 - Relação entre inovações técnicas e sociais - Linton (2009: 730)

Se uma inovação está na origem ou próxima desta, poder-se-á constatar pelo gráfico que esta, no contexto em que se insere, terá um efeito neutro tanto no seu aspecto tecnológico quanto social. Uma inovação com valor positivo em qualquer dos eixos dá suporte a uma trajetória de desenvolvimento. Uma com valor negativo, nos dois aspectos, não dá suporte ao *status quo*, influenciando negativamente qualquer possibilidade de desenvolvimento. Inclusive, segundo Schumpeter (1939) *apud* Linton (2009), empreendedores são agentes que conseguem transformar inovações com valor negativo, para inovações com valor positivo.

Dependendo da perspectiva considerada, o termo *inovação* nos eixos do modelo apontado pode vir a ‘sofrer’ uma mudança considerável, conforme trabalhos desenvolvidos por Schumpeter (1939); Forster (1986); Tuckers’s (1987) e Christensen (2000) *apud* Linton (2009).

O impacto das inovações sociais ou técnicas pode ser diretamente analisado num indivíduo, numa empresa, num ramo da indústria ou numa cadeia de suprimento. Normalmente, como já mencionado, o que se observa é a inovação sob o ponto de vista tecnológico (tecnologia, processo e produto). A perspectiva social, no entanto, está normalmente associada ao indivíduo como cliente direto ou indireto; ao cliente como unidade de negócio; à empresa como parte integrante de uma cadeia de suprimento. Pode ser também considerada a perspectiva geográfica: cidade, região, país.

Além do valor de uma inovação ser positivo ou negativo, é de grande importância considerar a sua amplitude. A amplitude dos *inputs* nos permite correlacionar o grau de mudança necessário para que uma determinada inovação tenha impacto e venha a propiciar mudanças. Por outro lado, a dos *outputs* nos propicia entender os benefícios que podem vir a ser provocados por aquela inovação. Dessa forma, esta pode ser considerada negativa e/ou positiva, dependendo da perspectiva adotada. Do ponto de vista linguístico, inclusive, o termo, ao ser aplicado, merece ser ‘estabilizado’, de forma a que se perceba o ponto de vista adotado.

3.1. Em síntese

Partindo do princípio que trabalhamos essencialmente com a inovação social desenvolvida por indivíduos, grupos de pessoas, empresas privadas, públicas e do

Terceiro Setor, defini-la-emos como toda a iniciativa de caráter inovador desenvolvida pelos diversos atores sociais apontados para dar resposta a problemas sociais de natureza diversa. Normalmente, esta estará associada a uma inovação tecnológica, mas poderá assumir, em função do caso, papel de maior ou menor importância dentro do quadro em que estiver inserida. Como será observado nos estudos de caso, esta poderá estar associada a diversas atividades e poderá se centrar mais no processo ou no produto da própria inovação.

4. Estudos de caso no cenário português

De forma a trabalharmos com os conceitos apontados anteriormente, exporemos alguns estudos de caso. O primeiro, de uma Organização do Terceiro Setor; a segunda, de uma Organização com fins lucrativos estatal; a terceira, um caso ´não etiquetado´ de uma iniciativa coletiva surgida nas redes sociais como resposta ao elevado número de imigrantes (refugiados políticos) que vêm chegando a Portugal nos últimos meses.

4.1. Estudo de caso (1) - CAIS⁴

CAIS é uma Associação de Solidariedade Social sem fins lucrativos, fundada em 1994, reconhecida como pessoa coletiva de utilidade pública. Dessa forma, enquadrando-se como uma (IPSS – Instituição Particular de Solidariedade Social), tem como objetivo contribuir para melhorar as condições de vida gerais de pessoas que não têm casa/lar, em situação economicamente vulnerável, apresentando situação de privação, exclusão e risco. Dessa forma, enquadrando-se como uma IPSS, seu pleno funcionamento e o cumprimento dos diversos objetivos obrigam-na a criar sinergias com empresas públicas e privadas no intuito de torna-la operacionalizável. Dentre as primeiras, podemos citar a Câmara de Lisboa, a Casa da Misericórdia do Porto, o Instituto de Segurança Social, os CTT. Quanto às segundas, a BP, a Danone, a Lusa, a Prosegur, a Unicer, dentre outras.

Num primeiro momento, essa associação, em parceria com as empresas acima citadas, criou uma revista com o próprio nome de CAIS, vendida por pessoas socialmente e economicamente vulneráveis, nas ruas. Já a partir de 2003, a sua atuação foi ampliada com a criação de um centro CAIS. Este, além de ser a sede da Associação, procura

⁴ Para detalhes sobre o projeto CAIS, consultar: www.cais.pt.

apoiar pessoas ´excluídas socialmente´ e empobrecidas para ocupar os seus tempos livres, tentando incentivar a sua empregabilidade. O projeto CAHO (Capacitar Hoje) de empregabilidade e capacitação da Associação CAIS visa capacitar cidadãos (com níveis de pobreza extrema) a regressar a uma atividade produtiva, tentando minimizar os problemas sociais e pessoais causados pela interrupção da atividade laboral. Na verdade, oferece uma espécie de ´Porto de Abrigo´ a todos aqueles que precisam de forma a que possam tornar-se agentes ativos de mudanças. Enquanto essas pessoas estão em processo de formação para regressar ao mercado são vários outros projetos oferecidos: o CAIS Buy @Work, o CAIS Lavauto, o CAIS Recicla, o CAIS Revista. Além disso, outros projetos foram ativados pela associação: o Futebol de Rua, o Reflex, o Pão de Todos.

Para esta contribuição, em que privilegiamos uma interface entre as Ciências da Linguagem, as Ciências da Comunicação e aspectos relativos à Inovação Social, centraremos a nossa atenção na CAIS Revista.

4.1.1. A Revista CAIS⁵

CAIS Revista é a primeira criação da Associação, como mencionamos, sendo um instrumento para capacitação das pessoas em situação de risco (social e econômico). Inspirada na revista inglesa The Big Issue, reúne textos com temáticas sociais, culturais e científicas, contadas através dos olhos de quem as observa, dos empreendedores, daqueles que participam de algo diferente e incomum, tendo como um dos principais objetivos despertar a sociedade civil para os diversos problemas enfrentados por aqueles que vivem de forma extrema.

Com o apoio de entidades públicas e privadas, indivíduos com situação mais difícil podem, a partir de uma inscrição e seleção prévias, vender as revistas em diversos locais da cidade. O valor de cada exemplar é de 2 euros, sendo que 70% do valor arrecadado é revertido para o vendedor.

4.1.1.a. Síntese parcial (1)

Em termos de inovação social, poder-se-ia considerar que a Revista Cais tem uma grande importância, apesar de ter, a princípio, pouco impacto no que tange ao valor tecnológico. Na verdade, procura trazer para outros setores da sociedade, do setor

⁵ Para detalhes sobre a revista CAIS, consultar www.cais.pt/projectos/view/5/cais-revista.

público e privado, a responsabilidade social, minimizando o papel do Estado, enquanto órgão soberano de proteção da sociedade.

Quando se analisa por outra perspectiva, constata-se que a existência da Revista – que permite que todo este movimento social se instaure – só é possível se existir uma base tecnológica para a obtenção das informações atualizadas e uma cadeia de produção/distribuição de baixíssimo custo (*low-cost*). Na verdade, o fator social é a própria finalidade do produto, necessitando, obrigatoriamente, de uma parte processual de base tecnológica.

4.2. Estudo de caso (2) - TAP CREATIVE LAUNCH

A partir de uma parceria entre a Empresa Aérea Portuguesa e a STARTUP Lisboa – onde ideias e conceitos são postos em prática - surgiu o conceito TAP CREATIVE LAUNCH que, por um lado, visava a comemorar os 70 anos da empresa, por outro, objetivava trazer para a empresa portuguesa novas ideias ligadas ao futuro da aviação.

Num planfeto distribuído pela STARTUP Lisboa, empreendedores, universitários, pessoas criativas (ligadas ou não a empresas) foram convidadas a apresentar possibilidades de negócios nos setores dos transportes aéreos e do turismo. Para tal os candidatos deveriam se inscrever no site www.tapcreativelaunch.com. A seleção das propostas foi feita baseando-se em sete categorias, cada qual com um júri próprio: manutenção, gestão, sustentabilidade, fidelização, experiência em terra, experiência a bordo/operações e experiência a bordo/ características inovadoras.

4.2.1. Especificação de alguns projetos

Dos vários projetos apresentados, dez se destacaram, dos quais oito são apontados abaixo.

- Waynabox.

Este produto foi o vencedor do concurso. Diz respeito a uma aplicação que vende experiências de viagem a um preço fixo. Na verdade, é oferecido ao passageiro um par de dias de viagem que inclui alojamento e voo por apenas 150 euros. No entanto, o fator surpresa também é importante: o destino é decidido dois dias antes da viagem.

Tal site já está em funcionamento em Espanha com enorme sucesso e, provavelmente, em breve estará em Portugal.

- TIC TAC TICKET

Corresponde a uma plataforma online de venda de bilhetes, adaptando a oferta de companhias aéreas à própria procura, ajustando os preços dos bilhetes dos lugares disponíveis de cada voo às necessidades do mercado europeu. Além disso, incorpora informações das intenções futuras dos passageiros e, ainda, o perfil dos mesmos. No site, os utilizadores podem fazer reserva de um número limitado de bilhetes a 50% do preço padrão.

- FLYBOX

Este oferece viagens ilimitadas, por um preço fixo, por um período de 3 meses a jovens adultos (18-30 anos). A clientela poderá ter acesso ao mercado de lugares vazios nas rotas e nos voos operados pela TAP na Europa e terá a possibilidade de adquirir bilhetes a preços acessíveis.

- JOB IS IN THE AIR

Este diz respeito a uma plataforma que transforma os aeroportos em centros de negócios. O profissional pode, através de qualquer dispositivo eletrónico, nas salas de embarque ou na cabine do avião (convertidas em salas de negócios) partilhar informações empresariais e, ainda, ver o perfil de utilizadores que estão em trânsito no mesmo aeroporto ou também entrar em contato com aqueles que lhe interessarem.

- PASS TAG

Corresponde a uma pulseira que substitui o cartão de embarque. O desenvolvimento deste produto oferece também a criação da Pass Tag 2.0, com tecnologia RFID, que localiza o passageiro dentro do aeroporto e, ainda, verifica o seu comportamento de compra no interior do aeroporto.

- EASY AIRPORT

Esta é uma aplicação informática disponível gratuitamente no aeroporto.

Este produto facilita os processos de embarque e desembarque do passageiro dentro do aeroporto. Tal aplicação é útil quando do desaparecimento de bagagem, cancelamento do voo ou, mesmo, quando o passageiro se perca. Propicia também, ao passageiro, o acúmulo de milhas conforme uso do terminal.

- BACTERIA

Consiste em um sistema integrado, autossustentável, baseado em biotecnologia de micro-organismos para tratamento de águas. Além desta função, irá em simultâneo gerar energia eléctrica para assegurar o funcionamento do sistema.

- VIRTUAL PHOEBIA

É um dispositivo médico certificado para o tratamento de quadros fóbicos. Trata-se de um equipamento de realidade virtual, cenários 3D, com uma plataforma de gestão de tratamento, aplicando os princípios da Terapia de Exposição por Realidade Virtual (com mais de 15 anos de evidência científica). Tal aparelho permite tanto tratamentos presenciais quanto os permitidos pela telemedicina.

4.2.1.a. Síntese parcial (2)

Na grande maioria dos casos apontados, o aspecto tecnológico é o responsável pelo desencadeamento do processo de inovação, que tem como objetivo central aumentar a eficiência e conseqüentemente os ganhos da empresa. Contudo, a inovação social é sempre um aspecto importante. O cliente com melhor qualidade de serviços - propiciada por diversas plataformas ou aplicações - está mais satisfeito com a companhia e, assim, pode vir a ter alta fidelização, trazendo então sustentabilidade e crescimento de empregos.

Além disso, mais especificamente em relação à inovação social, é de se ressaltar que todas as ideias apontadas poderão vir a suscitar a criação de mais postos de trabalho, como é o caso da WAYNABOX, da TIC TAB PLATAFORMA ON LINE, da FLYBOX, da PASS TAG. Contudo, no caso específico da BACTERIA e da VIRTUAL PHOEBIA existem outras valências sociais. No primeiro caso, existe um comprometimento social

relevante: minimizar problemas de saúde aos clientes ou tornar a empresa 'mais amiga do ambiente', contribuindo, também, para uma maior sustentabilidade ambiental. No segundo (VIRTUAL PHOEBIA), existe, por sua vez, uma procura pela melhoria da saúde/do bem-estar psíquica(o) dos clientes da empresa.

4.3. Estudo de caso (3) - Plataforma *Refugees Welcome*

4.3.1. Cenário do projeto

Com o conflito na Síria, a incerteza na Líbia, a instabilidade no Afeganistão e no Iraque, o número de refugiados que busca o território europeu atingiu níveis jamais vistos desde o final da 2ª Guerra Mundial. Desde Janeiro de 2015, seguindo as estatísticas da agência Europeia FRONTEX, cerca de 300.000 pessoas tentaram passar⁶, por via marítima ou terrestre, para a Europa. Inclusive, de acordo com a Organização Internacional para as Migrações, mais de 2.300 pessoas perderam a vida no mar, ao tentar entrar para a Europa.

No dia 22 de Setembro de 2015, inclusive, depois de várias discussões a nível do acordo para a distribuição dos refugiados, dentre os 28 países da União Europeia, apenas a República Checa, a Hungria, a Romênia, a Eslováquia votaram contra a ideia de um sistema de cotas de distribuição entre os diversos países. A Finlândia se absteve. Não houve, assim, consenso completo para um entendimento que permitisse a distribuição proporcional de cerca de 120 mil refugiados. Dentre os países que aceitaram o sistema, ficou decidido que a Alemanha receberia 40.000 refugiados, a França 30.000 e Portugal 4.500 nos próximos dois anos.

4.3.2. Plataforma *Refugees Welcome*

O projeto foi iniciado na Alemanha, em Novembro de 2014, e ajudou o acolhimento de 882 pessoas em todo o país. Através desta plataforma são oferecidas residências de particulares que podem oferecer abrigo aos refugiados políticos. Para participar, as pessoas devem registrar-se na página da Internet e inserir os dados da casa oferecida. Existe também uma seção através da qual os refugiados podem se inscrever, seleccionando os critérios de busca do(s) apartamento(s). O contato pode ser direto ou através de organizações que estabelecem o contato entre quem procura a residência e

⁶ Dados obtidos a partir do semanário Sábado, n. 593, 10 de Setembro de 2015, p.63

aquele que oferece. Com esta iniciativa, o Estado Alemão pode economizar nos programas de integração dos refugiados, nos diversos setores sociais, económicos, dentre outros.

4.3.2.a. Síntese parcial (3)

No caso apontado, a inovação tecnológica é de grande importância. Através do site construído, pode haver, tanto da parte das pessoas que buscam refúgio, como daquelas que oferecem suas residências, a possibilidade de estabelecer contatos e solucionar problemas relativos à inserção dos refugiados nos países para onde emigram. Contudo, a inovação tecnológica aqui está a serviço de uma inovação social. O objetivo maior deste projeto é integrar socialmente estes refugiados, minimizando, inclusive, a responsabilidade do Estado no cumprimento dessa obrigação, diminuindo-lhe, inclusive, os custos a ela relacionados. De certa forma, existe uma co-responsabilização dos indivíduos pelos problemas sociais que afligem a sociedade em que vivem.

5. Considerações finais

Através da definição do conceito de inovação social apresentado e dos vários exemplos expostos, observa-se que esta está sempre presente em todos os projetos, estabelecendo um diálogo com inovações no âmbito tecnológico. Poder-se-ia pensar na existência de uma espécie de *continuum* em que a Organização do Terceiro Setor (CAIS) e a Plataforma (*Refugees Welcome*) ocupariam um pólo, em que o aspecto tecnológico está a serviço do social (este é o mais importante). Do outro lado, a Empresa de Aviação, em que o fator tecnológico e a lucratividade a ela associados mostrar-se-iam de maior importância. Neste caso, o fator social é um sub-produto do aspecto tecnológico, com benefícios para a sustentabilidade da empresa e o crescimento dos postos de trabalho.

O próximo desafio, a partir dessa estabilização conceitual do termo inovação e dos estudos de caso apresentados, é observar de que forma a inovação social pode vir a se instaurar em outras práticas sociais, como no domínio jurídico. Inclusive, o trabalho de Pires (2015)⁷ já fornece pistas de reflexão interessantes sobre essa temática.

Rosalice Pinto

Lisboa, Setembro de 2015

⁷ Para mais detalhes, ver: PIRES, Rita Calçada. O que é a inovação social? Aproximação ao conceito na sua relevância para os Direito Social, Financeiro e Fiscal. Paper no. 1/BD/iLab/Cedis/2015, disponível em <http://ilab.cedis.fd.unl.pt/artigos-dogmaticos/>.

Bibliografia

Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto, Porto Editora, pág. 2003-2015, disponível em <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/inovacao> (consultado em 1 de Setembro de 2015).

Kuznets, S.S.. Growth, Population, and Income Distribution. Selected Essays, 1st edition. Norton: New York, 1979.

Linton, Jonathan D.. De-babelizing the language of innovation. Technovation n.º 29, 2009, págs. 729-737, 2009.

Pires, Rita Calçada. O que é a inovação social? Aproximação ao conceito na sua relevância para os Direito Social, Financeiro e Fiscal. Paper n.º 1/BD/iLab/Cedis/2015, disponível em <http://ilab.cedis.fd.unl.pt/artigos-dogmaticos/>

Sá, Jorge de. Inovação Social, Capital Social e Desenvolvimento. Paper n.º 2/BD/ilab/Cedis/2015, disponível em <http://ilab.cedis.fd.unl.pt/artigos-dogmaticos/>

Santos, Filipe. A Positive Theory of Social Entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 111 (3), 2012, págs. 335-351.

Corpus

Botas, João & Brizido, Guilherme. A Europa chegou a entendimento sobre a distribuição de 120 mil imigrantes. Disponível em http://www.rtp.pt/noticias/fuga-para-a-europa/ue-chegou-a-entendimento-sobre-distribuicao-de-120-mil-migrantes_v860303 (consultado em 22 de setembro de 2015)

Revista UP (2015), agosto 2015, Parceiros Criativos, pág. 38-45.