



## ***INOVAÇÃO SOCIAL COMO PROMOTOR DE PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL: ESTUDO DAS INICIATIVAS NO CONTEXTO BRASILEIRO.***

Rosimara Oliveira França<sup>1</sup>, Suzanne Érica Nóbrega Correia<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Nas últimas décadas ocorrem mudanças de paradigmas e adaptações nos padrões de consumo dos agentes sociais, promovendo assim o surgimento e a execução de práticas de inovações sociais, as quais buscam promover as mudanças de hábitos, uma ressignificação nos padrões de consumo e uma melhoria nas condições de vidas dos atores organizacionais e institucionais. Sendo uma oportunidade para melhorias nos hábitos de consumo e no bem estar das comunidades que a promovem. Sendo assim o objetivo do presente trabalho consiste em mapear os papéis do ator social nas inovações sociais que promovem práticas de consumo sustentáveis no contexto brasileiro, sob a perspectiva do modelo de Jaeger-erben, Ruckert-Jonh e Scafer (2015). Utilizando-se de uma abordagem metodológica baseada em um ensaio de natureza qualitativa e descritiva, fazendo-se uso de estratégias de coleta de dados as pesquisas bibliográficas e documental. Os atores sociais desenvolvem habilidades de gestão, papéis de liderança e disseminação do conhecimento e habilidades entre as comunidades circunvizinhas e as próprias comunidades, permitindo assim a formação de uma sociedade em rede, tendo como principio o cooperativismo e o desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Inovação social, Atores sociais, Consumo sustentável.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração, Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: rosimaraoliveirah@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela UFPE, Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: suzanne.enc@gmail.com.

## ***INOVAÇÃO SOCIAL COMO PROMOTOR DE PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL: ESTUDO DAS INICIATIVAS NO CONTEXTO BRASILEIRO.***

### **ABSTRACT**

In the last decades, paradigm changes and adaptations have taken place in the consumption patterns of social agents, thus promoting the emergence and execution of practices of social innovations, which seek to promote changes in habits, a re-signification of consumption patterns and an improvement in the conditions organizational and institutional actors. This is an opportunity for improvements in consumption habits and the well being of the communities that promote it. Thus, the objective of this paper is to map social actor roles in social innovations that promote sustainable consumption practices in the Brazilian context, from the perspective of the Jaeger-erben, Ruckert-Jonh and Scafer (2015) model. Using a methodological approach based on an essay of qualitative and descriptive nature, making use of data collection strategies, bibliographical and documentary research. Social actors develop management skills, leadership roles and dissemination of knowledge and skills between surrounding communities and communities themselves, thus enabling the formation of a networked society, with cooperative and local development as its principle.

**Keywords:** Social innovation, Social actors, Sustainable consumption.

