

O Ensino de Empreendedorismo e a Práxis no CEFET-PB

Edilson Ramos Machado

Centro Federal de Educação
Tecnológica da Paraíba
Av. Buarque, 276 – Ap.802
58045-160 – João Pessoa – PB
Fone: (0xx83) 247 6706
E-mail:
edilson_ramos@terra.com.br

Resumo: *Este texto descreve o surgimento da palavra empreendedorismo e o crescimento do ensino do empreendedorismo no Brasil e sua trajetória no Cefet-pb, abordando sua contextualização, despertando para o preparo a uma nova realidade, a situação do jovem no mundo do trabalho, e tentando se aprofundar em uma temática ainda pouco conhecida no nosso país.*

Palavras Chave: *empreendedorismo, práticas pedagógicas, perfil, ensino, pró-ativo*

1. Introdução

Nos últimos anos a cultura empreendedora tem se disseminado por todo o mundo com extrema rapidez. As Escolas de uma forma geral, ou seja: as Escolas Técnicas, as Agrotécnicas, os Centros Federais de Ensino, as Universidades, Sebrae, Senac e setores ligados à pesquisa e desenvolvimento têm contribuído muito nesse processo, pois é cada vez maior o número de cursos oferecidos nessa área. Mesmo assim, esse número é insuficiente em relação à demanda.

A atual crise econômica e as altas taxas de desemprego têm despertado o interesse geral por esse tipo de ensino e atividade, mas, exatamente por isso, aventurar-se no insólito mundo dos negócios sem a qualificação necessária pode ser e tem sido desastroso.

A crescente procura por cursos nessa área, somada ao quadro da necessidade atual de mudanças rápidas de idéias e de atitudes em todas as áreas do conhecimento e das profissões, exige tanto a disseminação como a gestão da cultura do empreendedorismo.

Assim sendo, a produção teórica sobre o ensino de empreendedorismo não só tem aumentado significativamente, como também concentra-se num esforço para se chegar a uma definição mais exata sobre o que é empreendedorismo. As literaturas mais atuais definem empreendedorismo como um processo de renovação pessoal e organizacional que traz inúmeros benefícios sociais e econômicos para a sociedade.

Segundo Varela (1991 p. 23-25), diversos estudos e opiniões têm sido formulados, colocando em evidência que o espírito empreendedor pode ser desenvolvido através de um processo educativo, que

melhore as possibilidades de conceber, criar e desenvolver com êxito uma carreira empreendedora.

Neste sentido, este artigo pretende disseminar o conhecimento e discutir a implementação da disciplina de empreendedorismo no Cefet-pb, enfatizando a relevância da temática tentando contribuir na formação e no desenvolvimento do ensino e da cultura empreendedora junto aos seus alunos, utilizando-se de uma prática pedagógica pró-ativa, e que venha alcançar efetivamente seus objetivos.

2. Panorama

O termo empreendedorismo surgiu na segunda metade do século XVIII e no início do século XIX com os economistas Richard Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803), citados por Garcia (2000, p.53) que não estavam somente preocupados com a economia em termos macro, mas também com as empresas, a criação de novos empreendimentos e o gerenciamento de negócios. O fato é que ambos consideravam os empreendedores pessoas que corriam riscos, porque investiam o seu próprio dinheiro.

Com a publicação da obra de Schumpeter (1978), denominada *Teoria de Desenvolvimento Econômico*, é que a conotação de empreendedor adquiriu um novo significado, ligando-o de maneira clara à inovação.

Para Liversey, citado por Garcia (2000 p. 49), *Ainda não temos nenhuma definição padrão de empreendedorismo... eu sugeriria que o empreendedorismo de sucesso é uma forma de arte tanto quanto, ou talvez mais, é uma atividade econômica e, dessa forma, é tão difícil quanto todas as outras atividades artísticas para se explicar em termos de origem, método ou influência ambiental.*

Para Schumpeter (1978), a essência do empreendedorismo está na percepção e no aprimoramento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Adota-se, em português, o termo *espírito empreendedor* para o termo *entrepreneurships*. Drucker (1998), explica que os termos *entrepreneurship* e *entrepreneur* têm problemas de definição até mesmo na língua francesa na qual o primeiro termo teve origem. O autor afirma também que *entrepreneurships* não é arte nem ciência, mas sim uma prática e uma disciplina.

Já em Dolabela (1999 p.16), vê-se que *O empreendedorismo é um fenômeno cultural*.

A seguir algumas definições básicas são elencadas, seguindo diversos autores: Segundo Lezana e Tonelli (1996), um dos principais motores da sociedade moderna é o empreendedorismo. Através dele, com seus negócios, que se gera riqueza e bem-estar, além de empregos.

Argumenta Drucker (1987 p.63), que o trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente.

Para Barreto (1998 p.75), Empreendedorismo – habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou do quase nada. Fundamentalmente, o empreender é um ato criativo. É a concentração de energia no iniciar e continuar um empreendimento. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Mas é também a sensibilidade individual para perceber uma oportunidade quando outros enxergam caos, contradição e confusão. É o possuir de competências para descobrir e controlar recursos aplicando-os da forma produtiva.

Todas essas definições remetem o perfil do profissional exigido pela globalização a uma outra formatação. Pode-se observar que as organizações estão substituindo nomenclaturas, por exemplo, chefe para líder, empregados para colaboradores. Encontra-se também quem seja mediador, facilitador, porém hoje é comum ouvir o nome de empreendedor ou intraempreendedor.

Percebe-se, porém, que há diferenças a respeito das definições exatas, embora haja um consenso no que difere o empreendedor de pessoas comuns qual seja: a maneira de o empreendedor lidar com as oportunidades e perceber a mudança. Outros autores, também, discutem a definição do termo.

Dentre eles, destacam-se: Elly e Hess citados por Garcia (2000 p.45), o qual afirma que os

economistas têm, lançado mão da língua francesa por uma palavra para designar a pessoa ou grupo de pessoas que assumem a tarefa e a responsabilidade de combinar fatores de produção dentro da organização empresarial e manter essa organização em funcionamento. Eles são chamados empreendedores...

Para Fillion (1999 p.38), o empreendedor é *pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.*

Em Gerber (1996 p.43), vê-se que: *empreendedor é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar ou criar novos mercados; é a personalidade criativa; sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades e caos em harmonia.*

Guilhon e Rocha (1999 p.45), apresentam o empreendedor como aquele que objetiva o sucesso, que possui controle do seu negócio e visão holística do mesmo. É independente e toma suas decisões de acordo com a sua vontade e visão dos fatos. É flexível para se adaptar às repentinas mudanças no mercado, aprendendo com suas próprias experiências.

Segundo McClelland, citado por Fillion, (1999 p.73), *um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal.*

Schumpeter (1978), afirma que empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercado e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

3. O ensino do empreendedorismo e as práticas pedagógicas

No atual cenário em que vive a sociedade global, a criação de políticas específicas de apoio ao empreendedorismo, como por exemplo, instrumentos de capacitação de empreendedores e apoio ao desenvolvimento de novos empreendimentos, tem sido estratégia *sine qua non* a planos de desenvolvimento sustentável de países desenvolvidos e não desenvolvidos. Notadamente no

Brasil, algumas iniciativas têm contribuído significativamente para o fortalecimento dos pequenos empreendimentos nos últimos anos. Contudo, há ainda uma carência de esforços voltados ao desenvolvimento da cultura empreendedora junto à parcela mais jovem da população.

A sensibilização e capacitação de jovens para o empreendedorismo é uma estratégia que não apenas atende à necessidade de criação de micro e pequenas empresas com potencial de crescimento. Atende também a uma necessidade premente de médias e grandes empresas já estabelecidas, que para lidar com um contexto marcado por crescente complexidade, instabilidade e incerteza, necessitam, cada vez mais, desenvolver e atrair *empregados-empreendedores*, os chamados *intraempreendedores* Dornelas (2001).

Considerando-se o importante papel exercido pela educação formal sobre os valores que irão compor a cultura do indivíduo, e considerando-se que a capacidade empreendedora envolve conhecimentos e habilidades que podem ser aprendidas e desenvolvidas, há que se investir na criação de propostas e estruturas educacionais que priorizem tais habilidades. Muito têm evoluído as matrizes curriculares de cursos de graduação e pós-graduação no sentido de inserir disciplinas que incorporem conteúdos relacionados ao empreendedorismo. Mas ainda é muito pouco o que se pode verificar em nível de vivência empreendedora oportunizada a estes alunos; grande parte das iniciativas limita-se ao desenvolvimento de conteúdos e muito pouco de atitudes e experiências. Mais raros ainda são os exemplos de iniciativas que desenvolvam ações desta natureza em nível de ensino médio, onde, deve-se ressaltar, o indivíduo começa a despertar para o assunto “trabalho” e a sedimentar seus valores acerca de seu futuro profissional.

A introdução de disciplinas de empreendedorismo tem um caráter revolucionário, já que acresce à vocação tradicional de formação de empregados e acadêmicos, aquela do empreendedorismo, mais adequada aos novos formatos das relações de trabalho decorrentes da reestruturação da economia mundial neste início de século.

O ensino de empreendedorismo significa uma quebra de paradigmas na nossa tradição didática, uma vez que aborda o saber como consequência dos atributos do ser. Assim, na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho, individualidade, ganham vaga antes ocupada somente pelo saber.

Pesquisas junto aos alunos demonstram, surpreendentemente, que eles consideram este ensino fundamental mesmo para aqueles que não pretendem abrir empresas, e cuja vocação é, por exemplo, para a área acadêmica. Tais resultados conduziram a indagações e análises sobre o conteúdo da formação profissional oferecido aos nossos alunos, frente às exigências do mercado. De fato, a realidade conceitual trabalhada em sala de aula difere da sua aplicação no mundo não teórico Dolabela (1999).

A disciplina de Empreendedorismo prioriza e aprofunda bem a base comportamental (o ser) em relação ao saber como um fim em si mesmo. Desta forma, o objetivo final da disciplina não é instrumental. A proposta não é a transmissão de conhecimentos, mas o esforço no desenvolvimento de características pessoais necessárias ao empreendedor de sucesso. Não se visa a criação de empresas de sucesso, mas sim a formação de empreendedores de sucesso. Para estes últimos, o eventual fracasso da empresa é visto antes como um resultado, com o qual saberão aprender. A atividade de empreender, representada principalmente pela identificação e aproveitamento constante das oportunidades, faz parte da rotina do empreendedor.

Questões fundamentais, algumas configurando verdadeiros paradoxos, surgiram como desafio a uma proposta metodológica que pudesse equacioná-las.

A primeira questão diz respeito a indagações sobre como e em que condições pode se verificar o ensino nesta área. O que ensinar? É possível ensinar alguém a se tornar empreendedor? Como fazê-lo? O empreendedor nasce pronto, é resultado de genes favoráveis? São indagações similares àquelas feitas em relação ao gerente, há 50 anos. Uma conclusão que decorre das pesquisas mostra que é possível aprender a ser empreendedor, mas certamente sob condições diferentes daquelas propostas pelo ensino tradicional.

A segunda questão emerge da discussão precedente e pode ser enunciada da seguinte forma: a Universidade está preparada a ensinar o empreendedorismo, considerando-se os seus métodos tradicionais de ensino, o estágio não estruturado do ramo do conhecimento, e ainda, levando em conta que o empreendimento na área de negócios não é prática dos nossos campus universitários?

A terceira questão refere-se ao perfil do professor desta disciplina. Qual o seu papel num programa didático em que o comportamento é o alvo maior, e em que o conhecimento não é transmitido pelo mestre, mas gerado pelos próprios alunos, no processo de elaboração da sua visão de empresa, na

auto-avaliação do seu comportamento, na construção de seus métodos próprios de aprendizado, na forma pró-ativa de agir? Qual o papel do professor tradicional no seu mister de ensinar empreendedorismo, área em que as relações com o ambiente natural do empreendedor constituem a fonte essencial de conhecimento/aprendizado? Nesta área, a conexão do aluno com o mundo exterior à universidade precisa ser intensa e sem intermediários. O verdadeiro ambiente "acadêmico" do aluno-empendedor é o mercado, onde se articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas Dolabela, (1999).

4. A experiência do ensino de empreendedorismo no Cefet-pb

A introdução da disciplina de empreendedorismo no Cefet-pb, acontece no primeiro momento a partir da reforma curricular dos cursos técnicos em 1998 e depois no Curso Superior de Tecnologia em Telemática em 1999, atualmente todos os cursos técnicos e superiores de tecnologia da instituição possuem em seu currículo.

A disciplina tem um caráter diferenciado das demais pela postura do professor que está à frente introduzindo uma metodologia composta por uma prática pedagógica pró-ativa.

Um dos objetivos centrais da disciplina é despertar o aluno para a área de empreendedorismo, motivando-o a criar a sua empresa ou a gerar o próprio emprego. Isto não significa que a metodologia pretenda que o aluno abra o próprio negócio logo após a disciplina. Na verdade, este seria um resultado surpreendente. O que se pretende é que o aluno possa incorporar ao seu potencial a opção de geração do auto-emprego e que persiga tal objetivo durante a sua evolução profissional. Quando ele ou ela irá abrir o seu próprio negócio será uma questão pessoal, de amadurecimento, aprendizagem, desenvolvimento da sua visão, percepção e capacidade de aproveitamento de uma oportunidade. Há empreendedores que deliberadamente procuram empregos na sua área de interesse visando a formação de uma bagagem (em termos de conhecimento técnicos, mercadológicos, de relações) para a abertura posterior do próprio negócio. Os critérios de avaliação da disciplina pressupõem uma temporalidade que extrapola o ciclo escolar. O que esta avaliação irá buscar será quanto o direcionamento profissional do ex-aluno terá sido influenciado pela disciplina. Não há receitas nem limites de idade para a abertura do próprio negócio.

Métodos e técnicas de aprendizagem

- Aulas expositivas e dialogadas, oficinas de trabalho, jogos de empresas, seminários, palestras, estudos de grupos, entrevista com o empreendedor e instituições financeiras e Sebrae;

Recursos didáticos

- Quadro branco e pincel atômico (giz), retroprojektor, transparências e slides, tv e vídeo, microcomputador e softwares específicos (Make Money), laboratório de informática, data show.

Técnicas de avaliação da aprendizagem

- Apresentação de seminários, apresentação e defesa de trabalhos práticos – projeto de plano de negócios (banca de professores e/ou profissionais da área).

Para se encontrar efetividade didática na área de empreendedorismo é essencial que o ensino seja insistentemente inserido no contexto. Deve-se submeter o aluno pré-empendedor a situações similares àquelas em que encontrará na prática. O processo de aprendizagem do empreendedor, na pequena empresa, é essencialmente baseado em ações. Segundo Allan Gibb (1992) ele aprende da seguinte forma: solucionando problemas; fazendo sob pressão; interagindo com os pares e outras pessoas; através de trocas com o ambiente; aproveitando oportunidades; copiando outros empreendedores; pelos próprios erros: é uma área em que se podem cometer erros (pequenos) porque há liberdade; através do feedback dos clientes.

O propósito da metodologia é fazer com que os alunos freqüentemente cruzem os muros da escola para entenderem o funcionamento do mercado, e estando em sala de aula, submetê-los a processos de trabalho semelhantes àqueles desenvolvidos pelos empreendedores.

5. Considerações finais

Vivemos na era do conhecimento e do empreendedorismo. É necessário, portanto, fomentar idéias claras e apresentar ferramentas práticas que possibilitem o domínio tácito do conhecimento, transformando-o em conhecimento explícito, tornando, desse modo, o conhecimento coletivo, partilhado por todos que a ele tenham acesso.

Outro aspecto concentra-se nos fundamentos culturais do empreendedorismo que se encontra intrínseco em grande parte dos alunos e trabalhadores brasileiros, mas ainda adormecido precisando ser despertado de uma forma pró-ativa, que possibilite vislumbrar oportunidades e que não seja praticado somente por necessidade.

Analisando a característica social e empresarial da sociedade brasileira, a disposição para o trabalho

e a necessidade estão presentes, porém, não basta apenas *querer fazer* é preciso *saber fazer* e conseqüentemente é preciso oferecer condições para *poder fazer*.

O desenvolvimento do empreendedorismo é um dos grandes desafios desta era pós-industrial. Trata-se de um desafio à sociedade global, uma vez que envolve a ruptura de paradigmas consolidados durante todo o último século. Promover a capacidade empreendedora da sociedade é uma faceta multidimensional e, portanto, esforços isolados de alguns atores não gerarão resultados consistentes. Uma transição paradigmática envolve o desenvolvimento de novos valores, congruentes em toda a sociedade.

Assim, a criação de políticas governamentais macros e micros em nível nacional e políticas educacionais mais efetivas no Cefet-pb, favoráveis à criação e ao desenvolvimento de novas práticas educativas e o surgimento de empresas júnior e fortalecimento do movimento de incubadoras, por exemplo, constituem medidas fundamentais, assim, como muitas outras iniciativas brilhantes que têm contribuído para que empreendedores possam obter sucesso em seus projetos.

Contudo, a transição paradigmática envolve o cultivo de novos valores na base da formação do indivíduo na família e no sistema educacional. Estes são atores fundamentais para que a sociedade possa contar com um maior número de empreendedores no futuro. Para lidar com a complexidade do novo paradigma, todos deverão ser empreendedores, e não apenas aqueles que criarão novas empresas. As empresas já estabelecidas dependerão deles para manterem-se competitivas.

6. Referências

BARRETO, L. P. **Educação para o Empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J.C. Assis, **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**, Campus, Rio de Janeiro, 2001.

DRUKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. Pioneira, 2a. Edição, São Paulo, 1987.

_____. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship) Prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1998.

_____. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FILLION, Louis Jacques. **“Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios”**. Revista de Administração USP – abr/jun 1999.

GARCIA, Fernando, Universidade Federal de Santa Catarina. Laboratório de Ensino a Distância **Formação Empreendedora na Educação Profissional: Capacitação à distância de professores para o empreendedorismo**, Florianópolis: LED, 2000.

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido**. São Paulo: Saraiva, 1996.

GIBB, A.A. Canacademe achieve quality in small firms policy research!. In Entrepreneurship and Regional Development. No.4. p. 127-144, 1992.

GUILHON, P. T. ROCHA, R. A. **Intrapreneur: multiplicador de novos negócios**. Alcance. Administração – Itajaí. Ano VI – no 1, p. 45-51. 1999.

LEZANA, A. G.R. & TONELLI, A. **Novos empreendedores nas escolas técnicas**. Módulo 1 – O empreendedor. São Paulo: Instituto Uniemp, 1996.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. Oxford University Press, 1978.

VARELA, R., **Espiritu empresarial en la educacion primaria; la experiencia del C.D.E.E.**", V congresso Latinoamericano sobre espiritu empresarial, Santiago do Chile, p. 23-25, 1991.

Responsabilidade de autoria

As informações contidas neste artigo são de inteira responsabilidade do seu autor. As opiniões nele emitidas não representam, necessariamente, pontos de vista da Instituição e/ou do Conselho Editorial.