

Empreendedorismo e Educação: o caso do Projeto Empreendedorismo na Escola

Adriana Teixeira Bastos – UECE
Maria Christine Diniz Sátiro – SEBRAE/CE
Débora Nobre Galvão
Francisca Geane de Albuquerque - UVA
Samuel Façanha Câmara – UECE

ABSTRACT

This work aims to discuss and to understand the contribution of the enterprising programs to young people formation. It was pointed out that the reachable results overstepped the empirical evidence limits. It is considered that the main benefits to be reachable in a long term will be expressed on a competence way and by a stroke of cultural changing. So it opts to carry out the case study of the enterprising project of the public school developed firstly through the partnership between SEBRAE, SEDUC and FAJEC. This text is based on the main concepts of the project, then the theoretical background is discussed around the enterprising, the abilities and the identified limits which are discussed by the reachable results of the short – long term project. Finally, the last considerations were presented.

TRABALHO

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo discutir e compreender a contribuição de programas de empreendedorismo para jovens como proposta de formação de uma nova mentalidade que busca, não somente no emprego, respostas para problemas de geração de renda, precarização das relações trabalhistas, mas também alternativas de sustentabilidade e desenvolvimento da capacidade de empregabilidade. Para tanto, optou-se, a partir da metodologia de estudo de caso, responder à seguinte pergunta de investigação: como os programas de educação empreendedora direcionados para jovens contribuem para a sedimentação de comportamentos empreendedores e a geração de resultados econômicos?

Essa metodologia é pertinente por ressaltar o caráter exploratório do trabalho, ao tentar explicar e compreender teórica e empiricamente os resultados alcançados pelo programa em estudo. Dessa forma, elegeu-se como objeto de estudo o Projeto Empreendedorismo na Escola desenvolvido através da parceria entre SEBRAE/CE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), SEDUC (Secretaria de Educação do Ceará), FAJECE (Federação das Associações de Jovens Empresários do Estado do Ceará) e outros que vieram a se engajar após iniciadas as primeiras ações, como poderá ser esclarecido durante o trabalho.

O objeto em análise se constitui em uma iniciativa local que prescinde de ser entendida no contexto da experiência, pois não pode ser comparado a outras iniciativas dado o seu caráter de inovação e originalidade de parâmetros, pois foi pensado a partir de demandas locais, respondidas na medida em que o Projeto era construído e culminou, no ano de 2003, com a capacitação de 10.511 jovens da escola pública em todo o estado do Ceará.

Compreende-se que problemas de generalização podem ser identificados, sobretudo, se assumida a necessidade de análise de interpretações estatísticas. Além do mais, em se tratando de estudo de caso, Yin (2001) adverte que a generalização não deve ser automática,

ou seja, é necessária a aplicação de uma lógica de replicação de maneira que os resultados possam ser aceitos para um número muito mais amplo de casos, mesmo que não se realizem mais replicações. Porém, o mesmo autor também acrescenta que a opção metodologia escolhida pode ser vantajosa, se as considerações levantadas no presente estudo visam tentar generalizar suas “descobertas” para uma “teoria”. É neste sentido, que é importante ressaltar que as considerações levantadas, no presente estudo, visam tentar generalizar suas análises para um eixo referencial, que, no caso, diz respeito ao desenvolvimento do adolescente e sua formação profissional, bem como os requisitos para a educação empreendedora, uma vez que se parte do pressuposto hipotético de que as principais contribuições alcançadas por programas dessa natureza são basicamente de dois tipos: uma de curto prazo; que podem ser percebidas mediante mudanças comportamentais imediatas e, de longo prazo; no tocante a formação de uma nova cultura e mentalidade que vislumbra alternativas para geração de renda e auto-sustentabilidade com características empreendedoras.

Um outro aspecto que reforça a pertinência da escolha metodológica é que, conforme Roesch (1999), o ponto forte do estudo de caso é sua capacidade de explorar processos sociais à medida que eles se desenvolvem, permitindo uma análise processual, contextual e longitudinal das diversas ações e significados que se manifestam e são construídos.

Diante disso e buscando compreender as contribuições alcançadas por programas de educação empreendedora, os procedimentos metodológicos, ou seja, os conjuntos de técnicas que possibilitam a construção da realidade, nesse trabalho, foram os seguintes:

1. Revisão da literatura em livros, teses, dissertações, revistas e artigos etc;
2. Coleta de dados secundários como leis, dados socioeconômicos, demográficos, históricos e educacionais, bem como, resultados de pesquisa de reação e relatório de acompanhamento do projeto;
3. Entrevista semi-estrutura com parceiros e beneficiários do projeto;
4. Observação participativa de ações desenvolvidas para execução do projeto;
5. Análise dos dados.

Para cumprir os propósitos do trabalho, sistematizou-se o texto da seguinte forma: primeiro são apresentadas considerações teóricas e empíricas que podem levar a compreensão dos dados; em seguida, abordados aspectos históricos do Projeto e suas principais características; depois discussão e análise dos resultados do Projeto e, por fim, apresentação de considerações finais a cerca do tema.

CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS E EMPÍRICAS

Conceituando o Empreendedorismos e Comportamentos Empreendedores.

Segundo SEBRAE (2002, p. 4) no relatório global sobre empreendedorismo no Brasil, estima-se que 14,4 milhões de pessoas estejam envolvidas com alguma atividade empreendedora, ou seja, 1 em cada 7 brasileiros.

Contudo, a definição de “empreendedor” possui diversos formatos. Segundo Dolabela (1999, p. 47) principalmente, devido aos diferentes campos de atuação dos pesquisadores que se propuseram a fazê-lo. Entretanto, é interessante observar que definições feitas por pesquisadores da mesma área encontram significativa convergência. Ainda segundo Dolabela (1999, p. 52), os Economistas associam o empreendedor às inovações e ao seu papel no desenvolvimento econômico; os Comportamentalistas relacionam o “empreendedor” a seus atributos, como a criatividade, persistência, entre outros; os Engenheiros de Produção vêem os empreendedores como bons coordenadores e distribuidores de recursos; os Financistas definem como empreendedor como alguém capaz de calcular riscos. Para os profissionais do

Marketing, são pessoas que identificam oportunidades e se preocupam com a satisfação do consumidor.

Dessa forma, a definição fica, quase sempre, relacionada ao objetivo do trabalho. No presente caso, as definições mais adequadas ao estudo do empreendedorismo estão embasadas no conceito do SEBRAE (2001, pp. 9), em que empreendedor “é compreendido como o indivíduo que possui atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo. Essa postura, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, favorece a interferência criativa e realizadora, no meio, resultando em ganhos econômicos e sociais”. Colocado de outra forma, o empreendedor não é somente alguém que, no processo de construção de uma visão, estabelece um negócio objetivando resultados e ganhos, lucro e crescimento.

Segundo Gimenez & Inácio Júnior (2002), dentre as características atribuídas ao empreendedorismo, as mais citadas são: *locus* interno de controle, necessidade de realização, propensão ao risco, criatividade, visão, alta energia, postura estratégica e autoconfiança. É partindo da identificação dessas característicasⁱ, que Dolabela (1999, pp. 37) enfatiza que, “no ensino do empreendedorismo, o ser é mais importante do que o saber: este será consequência das características pessoais que determinam a sua própria metodologia de aprendizagem”.

No entanto, um fato importante chama a atenção no tocante à definição de empreendedorismo como resultado da criação de negócios. Segundo o Relatório de 2002 do GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o Brasil ocupa o primeiro lugar por apresentar a maior taxa de abertura de negócios por necessidade, ou seja, 55% dos novos empreendedores escolheram ser patrões não por vocação, mas por dificuldade de encontrar trabalho. Apenas três países tiveram taxa de empreendedorismo por necessidadeⁱⁱ maior do que a taxa por oportunidade: Brasil, Argentina e China. A taxa de empreendedorismo por necessidade variou entre 0,1% (França) e 7,5% (Brasil). Em 26 dos 37 países pesquisados, ela foi inferior a 2%.

Segundo o mesmo relatório, de maneira geral, o empreendedorismo por necessidade tende a ser maior nos países em desenvolvimento, nos quais a dificuldade de inserção no mercado de trabalho aumenta a busca por alternativas. Então, é por essa razão que, como adverte Santos (2003:259), é preciso ter cuidado, pois “em momento difícil onde todos querem a sinalização da “saída”, aparece alguém com uma proposta. Infelizmente a falta de alternativas para a sobrevivência de muitos pode acarretar, por vezes, na adesão acrítica a determinadas idéias. Pior, alcançam rapidamente o status de solução sujeita a críticas no método, na forma, mas não na essência”.

Adolescência: construção da personalidade e descoberta de potenciais

Compreender o impacto de um projeto para formação de adolescentes implica em compreender o que é esta fase peculiar do desenvolvimento humano.

Adolescência do latim significa (*ad*: a, para a + *olescere*: forma incoativa de *olere*; crescer), ou seja, a condição ou processo de crescimento. O termo aplica-se ao período entre a puberdade (do latim, *pubertas*, de *puber*: adulto ou capacidade de gerar) e o desenvolvimento completo do corpo, entre 13 e 23 anos, normalmente. (Alberastury, 1981)

A adolescência se caracteriza por fase de mudanças em todas as esferas do ser humano: psicológicas, físicas, relacionais, neurológicas e emocionais. No processo de busca de adaptação a esta nova fase, é necessário que o adolescente aceite e assimile intimamente os conflitos e mudanças pelas quais passa esse exercício de auto-aceitação, pois dessa maneira formará uma nova identidade.

Neste sentido: “O adolescente sente que deve planejar a vida, controlar as mudanças: precisa adaptar o mundo externo às suas necessidades imperiosas, o que explica seus desejos e necessidades de reformas sociais”. (Aberatary, 1981, pp. 17)

Na atualidade, com a proliferação de informações, necessidades e exigências sociais o jovem se vê em constante desafio, buscando integrar o mundo interior que está descobrindo e o mundo exterior que exige respostas.

Knobel (1981, pp. 29) aborda, como síndrome normal da adolescência, esta fase e caracteriza-a com algumas ocorrências peculiares entre outras: 1) busca de si mesmo e da identidade; 2) tendência grupal; 3) necessidade de intelectualizar e fantasiar; 4) crise de religiosidade, que podem ir desde o ateísmo mais intransigente, até o misticismo mais fervoroso; 5) evolução sexual; 6) atividade social reivindicatória; 7) contradições sucessivas em todas as manifestações de conduta, dominada pela ação e; 8) constantes flutuações do humor e do estado de ânimo.

Tem-se então que, neste período, é evidenciado o fenômeno da formação de uma identidade que sofre influências do meio, da cultura, da família e grupos, mas que também desponta para as potencialidades e talentos que, para alguns, seria genético, mas para outros, seria parte de uma aprendizagem significativa.

Ampliando as considerações sobre identidade e autoconhecimento, apresenta-se um referencial na “abordagem humanística”, que tem como expoente Carl Rogers. Introduzem-se aqui, algumas definições que fortalecem a visão de homem que está em estudo.

Fadimam (1979, p.227) define *self* ou autoconceito como sendo a visão que uma pessoa tem de si própria, baseada em experiências passadas, estimulações presentes e expectativas futuras.

O jovem encontrará o equilíbrio e realizará seu potencial à medida que desenvolver congruência, coerência entre as suas experiências, a comunicação de suas emoções e a tomada de consciência interna sobre estas experiências, encontrando aí seu verdadeiro Eu, ou *self*. Pois “em cada um de nós há um impulso inerente em direção a sermos competentes e capazes quanto o que estamos aptos a ser biologicamente”. (Fadimam, 1979, p. 229)

Dentro deste referencial, são fatores que fazem parte do crescimento: a necessidade de aceitação e empatia; a aceitação dos impulsos naturais e da vivência dos conflitos; congruência entre sentimentos e experiências; a confiança no organismo humano, no seu potencial e na tendência de auto-realização.

Considerando então o adolescente como um ser em formação, em descoberta de seu Eu verdadeiro, suas limitações e seus potenciais sociais e individuais, pode-se avançar para uma investigação a cerca de seu aprendizado, que muito influenciará em suas atitudes e comportamentos futuros.

Neste sentido, compreende-se aprendizagem como algo mais que decorar, repetir ou fazer por encomenda; mas produzir, discutir, desenvolver soluções, enfim, ser ator e espectador na troca de informações com o meio. Rogers (1997, p.258) afirma que a aprendizagem “provoca uma modificação, quer seja no comportamento do indivíduo, na orientação futura que escolhe ou nas suas atitudes e na sua personalidade”.

Para que a aprendizagem seja significativa e repercuta na formação do “aprendente” a curto, médio e longo prazo, é necessário que as situações propostas sejam percebidas como problemáticas. Isto implica em “permitir ao aluno, seja em que nível for, estabelecer um real contato com os problemas importantes de sua existência, de modo a distinguir os problemas e questões que pretende resolver”. (Rogers, 1977, p. 264)

Assim temos que os jovens, em contato real com os problemas da vida que o cerca, sentem-se desafiados, motivados, procurando aprender, dominar e criar soluções para as mesmas situações vividas.

Segundo Mahoney *apud* Mizeikami (1986, p. 58), os constructos básicos da teoria da aprendizagem de base humanística são: “potencialidade para aprender, tendência à realização (desta potencialidade), capacidade organísmica de valorização, aprendizagem significativa, resistência (a mudança), abertura à experiências, auto-avaliação, criatividade, auto-confiança e independência.

No processo de descoberta e formação da personalidade, o período da adolescência se mostra como o mais propício a discussão e incentivo de novas condutas. Dentro de um contexto e a partir de vivências e aprendizagens significativas o jovem é capaz de revelar um potencial ainda não manifesto, surpreendendo aqueles que o cercam. Como consequência, diante destas experiências significativas, este jovem incorporará condutas e padrões que serão integrados a seu Eu (*self*) durante o percurso da sua existência.

O PROJETO EMPREENDEDORISMO NA ESCOLA

O Projeto Empreendedorismo na Escola surgiu como proposta para incorporar ao ensino curricular obrigatório, como matéria extracurricular transdisciplinar, outros conhecimentos que provocassem nos alunos novas posturas e comportamentos.

A Origem do Projeto

Embora o objeto deste estudo esteja relacionado à formação de jovens empreendedores na escola pública, é importante ressaltar que as primeiras ações e a formatação da metodologia do Projeto tiveram origem por iniciativa da escola privada.

Em 1995, o diretor do Colégio Batista Santos Dumont localizado em Fortaleza, Sr. Isaac Coelho, contactou o SEBRAE/CE, pois desejava desenvolver uma disciplina que estivesse conectada às mudanças sócio-econômicas vigentes, tais como, privatizações, desemprego e mudanças tecnológicas. Os alunos estavam desmotivados com a disciplina que o colégio adotava – Técnicas Comerciais, em que eles aprendiam a preencher documentos fiscais e formulários diversos que pouco contribuíam para sua formação profissional futura. Como o Sr. Isaac Coelho ressalta: “A disciplina Técnicas Comerciais ensinava o jovem a ser empregado, precisávamos de uma disciplina que o ensinasse a ser um empreendedor, gerenciar seu futuro”.

Para atender a esta demanda foi constituído, pelo SEBRAE/CE, um grupo de estudo, que desenvolveu o curso Iniciação Empreendedora e, ainda, treinou educadores para ministrarem a disciplina que foi incorporada à grade curricular do último ano do ensino fundamental do Colégio Batista.

A Disseminação da Idéia

A Secretaria de Trabalho e Ação Social do Estado do Ceará procurou o SEBRAE/CE, em 2000, para levar a sua experiência de empreendedorismo para o Projeto Atleta, que trabalha com jovens de baixa renda da periferia de Fortaleza. O projeto Atleta prevê a participação dos alunos em oficinas profissionalizantes nas áreas de marcenaria, reciclagem, fabricação de sandálias, de picolé, de doces e de salgados, além de desenvolver atividades esportivas, artísticas e culturais. A disciplina de Iniciação Empreendedora foi, então, sugerida como opção para introduzir os jovens do projeto no “mundo do empreendedorismo”.

Ainda em 2000, foi realizada uma turma do curso Iniciação Empreendedora para as alunas do EDISCA, escola de dança para estudantes carentes da periferia de Fortaleza.

Entretanto, em 2001, o desafio tornou-se ainda maior uma vez que, para atender uma solicitação da SEDUC, precisava ser desenvolvido um projeto que ajudasse a mudar o comportamento do estudante da escola pública, marcado pela apatia, desinteresse e baixa auto-estima.

A aprendizagem proporcionada pelas experiências anteriores facilitou a elaboração, em 2001, de uma proposta de trabalho, adaptada à realidade da escola pública e viabilizada através da parceria com o governo do estado, FAJECE – Federação das Associações de Jovens Empresários do Estado do Ceará e SEBRAE, uma vez que se considerou a carência de recursos da escola pública para arcar sozinha com todos os custos do projeto.

Em 2003, em função da disseminação do Projeto Empreendedorismo na Escola em todo o estado do Ceará, procurou-se a parceria de outras secretarias de governo com o objetivo de contribuir nas ações de coordenação, desenvolvimento, avaliação e, principalmente, possibilitar meios para garantir a continuidade do projeto. Passaram a integrar a nova rede de parceiros: SDE – Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado do Ceará, SETE – Secretaria de Trabalho e Empreendedorismo do Estado do Ceará e SEJUV – Secretaria de Esportes e Juventude do Estado do Ceará.

Fazendo o Projeto Acontecer

Em junho de 2001, a SEDUC e parceiros se reuniram para formatar o Projeto e definir as responsabilidades de cada entidade no projeto.

O projeto foi batizado com o nome de **Empreendedorismo na Escola** e seu objetivo principal era plantar a semente da cultura empreendedora junto aos estudantes das escolas públicas cearenses. O formato idealizado compreendeu duas etapas: seminários de sensibilização sobre empreendedorismo para alunos da rede pública e curso de iniciação empreendedora.

Inicialmente coube ao SEBRAE/CE a realização dos seminários sobre empreendedorismo, bem como a capacitação dos professores das escolas públicas na metodologia do programa. A SEDUC ficou responsável pela definição das escolas e coordenação das ações em parceria com o SEBRAE/CE. A FAJECE fez o intercâmbio escola/empresa, levando os alunos a conhecerem *in loco* o dia a dia das empresas.

Seminários de Sensibilização sobre Empreendedorismo.

Os seminários, com duração de 02 horas, foram desenvolvidos para abordarem temas como o cenário mundial e a importância do empreendedorismo na formação dos jovens. Durante o seminário, um parceiro do SEBRAE/CE, depois de empregar uma metodologia interativa - que compreende a utilização de dinâmicas, vídeos e depoimento de empresários da comunidade local - convidava os alunos para participarem do curso Iniciação Empreendedora. Concluído o seminário, os alunos preenchiam uma ficha de inscrição, cabendo à escola selecionar um grupo para participar do curso.

Curso de Iniciação Empreendedora – Preparação dos Educadores

O curso de **Iniciação Empreendedora** foi desenvolvido para ser ministrado pelos educadores da própria escola. Para tanto, as escolas procuraram identificar profissionais com um perfil empreendedor para que participassem de uma capacitação que compreendia 50 horas de sala de aula, cujo conteúdo programático envolve temas como perfil empreendedor, plano de negócios e cenário mundial.

Para dar continuidade a essa proposta de capacitação, todos os anos, novas turmas de capacitação são formadas com os professores das escolas que vão se engajando no projeto. Outro mecanismo de capacitação que se constitui em uma forma de aprendizagem continuada são os encontros, no final de cada ano, para avaliação dos cursos ministrados pelos educadores.

Curso de Iniciação Empreendedora – O Programa

O curso **Iniciação Empreendedora** foi pensado para ser uma atividade extracurricular, com carga horária de 96 h, dividido em três fases: 1) 30 horas em sala de aula; 2) 36 horas de aula de campo e elaboração do plano de negócio; e 3) 30 horas para preparação e realização da Feira do Empreendedor.

Em sala, o professor aborda o seguinte conteúdo programático: o cenário socio-econômico mundial; a importância da escolaridade no mercado de trabalho; o perfil do empreendedor; elementos da qualificação, atributos da empregabilidade, atitudes; as megatendências; o plano de negócios; a atividade empreendedora como opção de carreira; fatores que interferem na escolha da profissão; o nosso plano de negócios e Feira do Empreendedor.

Quanto à aula de campo, a AJE (Associação dos Jovens Empresários) agenda para cada turma uma visita a uma empresa. Os alunos vão acompanhados do professor e de um representante da AJE, que auxiliados pelo empresário procuram mostrar como funciona uma empresa. É também durante esta fase que os alunos, em equipe, elaboram os planos de negócios para a Feira do Empreendedor.

Por sua vez, a Feira do Empreendedor foi desenvolvida para ser um espaço onde os alunos possam vestir a camisa de empreendedores, transformando as suas idéias em oportunidades de negócios. A organização da feira é feita de acordo com a realidade de cada região. Em alguns municípios, as escolas se reúnem e promovem uma feira única, em outros, é realizada uma feira por escola. No entanto, o comum em todas elas, é que os alunos buscam aproximar a simulação de seus projetos da realidade.

É um momento em que os alunos tentam convencer os avaliadores de que o seu projeto é viável. Os critérios empregados para selecionar os melhores projetos são: apresentação e conhecimento do empreendimento, criatividade e inovação, atendimento ao cliente e marketing.

A seleção dos melhores planos de negócios culmina com a entrega da premiação, que tem mudado ao longo do tempo. Já foram distribuídos livros, participação em seminários e até dinheiro.

ANALISE DOS RESULTADOS DO PROJETO EMPREENDEDORISMO NA ESCOLA

Como resultado das ações iniciadas em 2001, o projeto capacitou durante este período, 10.511 alunos de 115 escolas, envolvendo 70 municípios de todo o estado do Ceará. Na tabela 1: Número de Alunos, Municípios e Escolas Atendidas por Seminários e Cursos Realizados, tem-se uma síntese das atividades realizadas pelo projeto até 2003.

Além dos números apresentados na Tabela 1: Número de Alunos, Municípios e Escolas Atendidas por Seminários e Cursos Realizados, que por si já demonstram o alcance do Projeto, é possível apresentar resultados de cunho qualitativo identificados através de uma pesquisa de impacto (avaliação de reação) sobre o projeto, realizada em 2003 pelo IDT – Instituto do Desenvolvimento do Trabalho. Esta pesquisa buscou ouvir 408 alunos, de um universo de 5.636 que participaram do projeto até 2002, distribuídos em 30 escolas por todo o estado do Ceará.

Inicialmente, uma análise dos dados levantados nessa pesquisa revelou que, do total de entrevistados, 64,95% considerou o projeto **excelente**, 33,58%, **bom** e 1,47%, **regular**, o que demonstra o elevado grau de satisfação e receptividade do jovem com o Projeto. Constatou-se, também, que o público-alvo do Projeto Empreendedorismo na Escola é constituído por jovens na faixa etária de 15 a 19 anos, com a predominância do público feminino – que representa 64% do universo analisado.

A Tabela 2: Indicadores de Impacto (avaliação de reação), apresenta, do vista de mudança comportamental, os indicadores de resultado alcançados pelo Projeto:

Esses dados apontam para uma mudança de comportamento e percepção dos jovens a cerca de si mesmo, uma vez que 95,36% dos entrevistados identificou melhoria da auto-estima e 77,71% ressaltou maior interesse nas atividades escolares, sendo, portanto, significativas como resultados e indicadores para aqueles que participaram do projeto.

Os resultados apresentados na Tabela 2: Indicadores de Impacto (avaliação de reação) são mais reveladores, quando comparados com os resultados da pesquisa realizada em dezembro de 2003 pelo Projeto Juventude/Instituto Cidadania com a parceria do Instituto Hospitalidade e do SEBRAE, em que destacou que os jovens brasileiros na faixa etária entre 15 e 24 anos, em sua maioria (68%), nunca pensaram em fazer algum trabalho social ou abrir empresas. Ou seja, a comparação com esses resultados indicam que, o Projeto Empreendedorismo na Escola contribui para estimular o jovem a pensar sobre o seu futuro profissional e incentivar a abertura de pequenas empresas, na medida em que, 84,07% dos alunos do universo pesquisado manifestaram interesse em abrir um negócio próprio e 85,29% já pensam num projeto para o futuro.

Em acréscimo, também é possível apresentar alguns resultados concretos – a criação de novos negócios. Os dados do Quadro 1: Alguns Empreendimentos Realizados pelos Alunos, - não possuem a pretensão de demonstrar análises estatísticas, uma vez que estas informações foram levantadas de maneira assistemática, sem preocupação de representar estatisticamente o universo; porém, chamam atenção pela qualidade dos dados pois destaca a existência de jovens, de no máximo 19 anos, na maioria mulheres, que de forma espontânea e imediatamente após o Projeto, buscaram desenvolver uma atividade econômica fazendo uso, ora de uma formação individual, ora por sociedade, mas também com inspiração coletiva, em que fica ressaltada não somente a identificação de uma primeira aptidão ou vocação econômica, mas também sua opção de interação com a sociedade e os grupos em que estão inseridos.

No entanto, ressalte-se que este é apenas um dos significados que assume a definição de empreendedor – indivíduo que cria uma empresa. Quanto a outros aspectos envolvidos no

conceito de empreendedorismo, ressalte-se que a metodologia da feira requer dos alunos muita energia e iniciativa para sua realização, pois avaliações periódicas, realizadas pela coordenação do projeto, detectaram uma dificuldade comum a todas as escolas: falta de recursos para os projetos apresentados na Feira do Empreendedor. No entanto, a saída encontrada – estimular os alunos a procurarem empresas locais para obtenção dos recursos necessários – foi identificada como um dos requisitos fundamentais na aprendizagem e desenvolvimento das competências empreendedoras, bem como um meio para estimular o contato com as problemáticas que envolvem a decisão de se tornar empreendedor, além de proporcionar o contato com uma rede social, que pode, no futuro, ser determinante para suas atividades, quer seja um negócio próprio, ou não.

Sendo assim, um resultado intrínseco ao Projeto Empreendedorismo na Escola é a compreensão dos parceiros de que a educação para o empreendedorismo extrapola os limites da sala de aula que, também, vai ao encontro da visão de que “o ambiente de aprendizagem substitui o conceito de sala de aula. É pensado e estruturado para contribuir com o desenvolvimento do espírito problematizador, que conduz à reflexão e ao desenvolvimento do pensamento criativo na busca de novas soluções. Não está delimitado por espaço físico, mas pela concepção de aprendizagem direcionada para o desenvolvimento de habilidades cognitivas, atitudinais e operacionais”. SEBRAE (2001, p.18)

A Tabela 3: Número de Feiras, Projetos e Prêmios por Ano, mostra o número de feiras realizadas, projetos apresentados e prêmios concedidos entre 2001 e 2003, dados estes que reforçam a crença em uma metodologia de ensino fundamentada em situações desafiadoras e baseada em problemas reais.

Neste sentido, também é importante destacar o papel dos seminários que desde o primeiro momento com os futuros/atuais empreendedores, emprega uma metodologia que privilegia o contato do aluno com a realidade. Dessa forma, aqueles que estão abertos à mudança sentem-se desafiados/motivados a participar, sem o caráter de obrigatoriedade.

Sendo assim, é possível afirmar, que a participação no Projeto contribuiu para a obtenção de resultados que extrapolam a dimensão do conceito de empreendedorismo exclusivamente como criação de novos negócios, como revela o depoimento da estudante Maria de Cássia, que hoje coordena oficinas de papel reciclado em sua comunidade, “muitas empresas não aceitam jovens, pois eles não têm experiência em trabalho; e com este projeto já podemos nos apresentar e ter um diferencial”.

Os resultados alcançados com o Projeto mostram como a mudança de comportamento nos jovens da escola pública pode proporcionar a realização de sonhos, a descoberta de potencialidades, favorecendo a sua inclusão como cidadãos na comunidade local. Portanto, a análise dos resultados não poderia deixar de se remeter aos problemas das políticas públicas, pois como adverte Santos (2003:259): “Muito embora seja possível afirmar com segurança que a geração de novos negócios é fundamental para a dinâmica sócio-econômica, não há como afirmar que esta é alternativa para todos, bastando a cada um se adaptar, adquirir determinados comportamentos, se inserir em um novo modelo”. Ou seja, o Projeto Empreendedorismo na Escola pode proporcionar ao aluno a oportunidade de descobrir suas aptidões e analisar criticamente a alternativa de empreender, visto que está sendo estimulado a decidir sobre seu futuro antecipadamente, de modo que cair na armadilha de empreender por necessidade possa se constituir em uma probabilidade de ocorrência menor, do que da de empreender por oportunidade, pois como lembra a professora Amália Barreto: “o Projeto é uma iniciação profissional, inovadora e gratificante; faz com que os jovens passem da desigualdade social para a igualdade... só assim acredito no verdadeiro processo educativo”.

Portanto, a classificação utilizada pelo GEM reforça a noção de que o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive, que por sua vez vai ao encontro da afirmativa de Dolabela (1999, pp. 28) de que “o empreendedor é....., produto do meio em que vive (época e

lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar seu próprio negócio”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que o Projeto tem como objetivo a formação de condutas empreendedoras, que a metodologia dos treinamentos realizados, bem como da orientação dada aos trabalhos práticos apresentados na Feira, propõem-se a despertar interesse e motiva os alunos. Considerando, também, que alguns jovens vivenciam durante esse período experiências significativas e desafiadoras, pode-se inferir que o Projeto trará repercussões a médio e longo prazo, pois o mesmo propiciou a oportunidade para que uma parcela destes jovens revelasse seu potencial e adquirisse autoconfiança suficiente para continuarem investindo em seus talentos.

O cuidado com o desenvolvimento do Projeto, o aperfeiçoamento de sua metodologia, o engajamento de outros parceiros que fazem parte da comunidade onde os jovens estão inseridos, torna a experiência cada vez mais real e intensa e poderá promover desdobramentos que serão observados daqui a 5 ou 10 anos, mas que já podem ser mensurados de forma valorativa pelo jovem que passa hoje por esta atividade.

Dessa forma, procurou-se durante o trabalho demonstrar os pressupostos hipotéticos levantados no início, primeiro, no tocante ao curto prazo; mediante apresentação dos dados empíricos dos relatórios de acompanhamento do projeto, bem como da análise de dados secundários obtidos através de avaliação de reação cujos indicadores discutidos são um indício da repercussão comportamental que o projeto pode promover, e segundo, no longo prazo; a partir da discussão teórica do desenvolvimento do adolescente e sua formação profissional e dos requisitos necessários para o despertar do comportamento empreendedor, ressaltado principalmente por meio da demonstração da metodologia que se avalia como pertinente por aproximar o jovem dos problemas da vida real e instrumentalizá-lo de tal modo que possa buscar e alcançar coerência e congruência com as suas demandas interiores e exteriores, além de priorizar, em muitos aspectos, muito mais a formação do ser, em detrimento do saber, o que é apropriado para o despertar de comportamentos empreendedores.

Obviamente, não é possível generalizar o impacto, pois se lida com pessoas que são subjetivas e que, por conta disto, cada um apresentará um índice de aproveitamento e de prática a cerca do que foi vivido no curso.

No entanto, também, urge ressaltar as limitações impostas pela própria metodologia de acompanhamento do caso, dado o pouco tempo de existência do projeto (2001 a 2003), bem como sua metodologia de acompanhamento por não contemplar um levantamento sistemático das repercussões do Projeto, mesmo que amostral, no longo prazo. O que, de certa forma compromete as conclusões do trabalho por ser nesse recorte de tempo que se pressupõem as maiores contribuições para a comunidade/sociedade, como discutido. Sendo assim, cabe salientar a importância de avaliações de projetos dessa natureza, de modo que seja possível, no longo prazo, verificar empiricamente sobre os alunos que realmente empreenderam, inventaram e inovaram no seu futuro.

Outro fato que merece ser destacado, que não foi discutido durante a análise, pois não se constituiu em objetivo do trabalho, é a configuração da rede adotada para realização do projeto, que carece de estudo específico, como base de aprendizagem para futuras iniciativas que principalmente não busquem “reinventar a roda” mas, ressaltar as competências já desenvolvidas nos parceiros. O alcance e a dimensão tomada pelo programa são os principais fatos que ressaltam a pertinência de ações dessa natureza. O Projeto Empreendedorismo na

Escola é uma iniciativa que conta com muitos parceiros, que tornaram essa experiência possível.

Educação continuada, formação transdisciplinar e educação com base na cooperação são, também, aspectos que podem ser ponderados para otimizar o desenvolvimento dos próximos projetos. Assim como questionar: a que modelo político-sócio-econômico serve o desenvolvimento do empreendedorismo?

CONTATO

Adriana Teixeira Bastos

atbastos@uol.com.br

Fone: (85)264.3521 e (85) 99443757

BIBLIOGRAFIA

- ? Aberastury, A., M. Knobel. (1981) *Adolescência Normal: um enfoque psicanalítico*, Trad. S. Garagoray Ballve, Revisão J. Campos. 5ª Ed. Porto Alegre: Artes Médicas.
- ? Dolabela, F (1999). *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura.
- ? Dolabela, F. (1999) *O segredo de Luiza*. 14ª Ed. São Paulo: Cultura.
- ? Fadiman, J., R. Frager. (1979) *Teorias da Personalidade*. Trad. C. G. Pinheiro e S. Safdié. São Paulo: Harper e Row do Brasil.
- ? Gimenez, F. P., E. Inácio Júnior. (2002) “Investigando o Potencial Empreendedor e de Liderança Criativa”. Trabalho apresentado no ENANPAD, setembro 22-25.
- ? Paiva Júnior, F. G., A. L. Leão, S. C. Melo. (2003) “ Competências Empreendedoras em Comportamento de Dirigentes de Êxitos Social Reconhecidos”. Trabalho apresentado no ENANPAD, setembro 23-27
- ? Santos, F. C. (2003) “Empreendedorismo Utópico: políticas públicas de fomento ao empreendedorismo como uma alternativa para o desenvolvimento econômico local”. Trabalho apresentado no EGEPE, novembro 22-25.
- ? IDT/CE. (2003) Pesquisa de Impacto do Projeto Empreendedorismo na Escola
- ? Mizeikami, M.N. *Ensino: as abordagens do processo*. São Paulo: EPU.
- ? Rogers, C., (1977) *Tornar-se Pessoa*. Trad. M. J. Ferreira, Revisão R. Kopit. 3ª Ed. São Paulo: Martins Fontes.
- ? SEBRAE. (2001) Referenciais para uma Nova Práxis Educacional. 2ª Ed. Brasília: SEBRAE. Série Documentos.
- ? SEBRAE/CE. (2003) Relatórios de Acompanhamento do Projeto 2001 a 2003.

TABELAS E QUADRO

Tabela 1: Número de Alunos, Municípios e Escolas Atendidas por Seminários e Cursos Realizados

Ano	Treinamento	Total de Alunos	Municípios Atendidos	Escolas	Total De Treinamento
2001	Seminários de sensibilização	827	17	33	33
	Iniciação Empreendedora	827	17	33	33
2002	Seminários de sensibilização	4.809	70	115	202
	Iniciação Empreendedora	4.809	70	115	202
2003	Seminários de sensibilização	4.875	64	108	195
	Iniciação Empreendedora	4875	64	108	195

Fonte: Relatórios de Acompanhamento do Projeto 2001 a 2003 – SEBRAE/CE

Tabela 2: Indicadores de Impacto (avaliação de reação)

Resultados	Valor (em %)
Melhoria da auto-estima	95,36
Maior interesse nas atividades escolares	77,71
Melhoria nas relações familiares	54,80
Interesse em abrir um negócio	84,07
Projeto para o futuro	85,29

Fonte: Pesquisa de Impacto – IDT/2003

Tabela 3: Número de Feiras, Projetos e Prêmios por Ano

PERÍODO	FEIRAS	PROJETOS	PRÊMIOS
2001	15	119	22
2002	61	683	69
2003	72	768	23 (1)

Fonte: Relatórios de Acompanhamento do Projeto 2001 a 2003 – SEBRAE/CE

(1) A premiação em 2003 foi realizada por região

Forma de Constituição	Escola	Município	Atividade
Coletiva (por iniciativa de um dos alunos)	Alfredo Nunes de Melo	Acopiara	Coordenação de um grupo de 21 produtores rurais
Sociedade (6 alunos)	Cel. Virgílio Távora	Quixadá	Fabricação de doces e sanduíches de caju
Sociedade (5 alunos)	Cel Virgílio Távora	Quixadá	Banda de Música
Sociedade (4 alunos)	Francisco Vieira Cavalcante	Quixadá	Artesanato com palito de picolé
Sociedade (6 alunos)	Francisco Viera Cavalcante	Quixadá	Venda de pulseiras e chaveiros de modelos variados
Individual	Virgílio Correia Lima	Pereiro	Fabricação de roupa íntima e bijouteria
Individual	Virgílio Correia Lima	Pereiro	Fabricação de roupa íntima e bijouteria
Individual	Maria Antonieta Nunes	Fortaleza	Locadora de vídeo
Individual	Ana Faço	Beberibe	Artesanato, pintura e <i>crochet</i>
Individual	José Valdo Ramos	Fortaleza	Fabricação de roupas
Sociedade (2 alunos)	Governador Adauto Bezerra	Massapê	Fabricação de doces e bolos
Individual	Governador Adauto Bezerra	Massapê	Perfumaria

Quadro 1: Alguns Pequenos Empreendimentos Realizados pelos Alunos

Fonte: Relatórios de Acompanhamento do Projeto 2001 a 2003 – SEBRAE/CE

ⁱ Além dessas características, pode-se acrescentar outras citadas por Dolabela (1999, pp. 37), por sua vez tomando por base as pesquisas de Timmons (1994) e Hornaday (1982), quais sejam: o empreendedor tem um modelo, uma pessoa que o influencia; tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização, trabalha sozinho, tem perseverança e tenacidade; aprende com os resultados negativos, com os próprios erros; sabe fixar metas e alcançá-las; tem sempre alto comprometimento, define o que deve aprender etc.

ⁱⁱ A metodologia utilizada para confecção do relatório divide o empreendedorismo em dois tipos distintos: por necessidade e por oportunidade.