

APRENDER A EMPREENDER: O ESTÍMULO AO APRENDIZADO DO EMPREENDEDORISMO NOS BANCOS ESCOLARES E ACADÊMICOS COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO E FORTALECIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL DE UM PAÍS

Elisa Mabel Vieira da Silva¹

Ronald Silva de Oliveira²

RESUMO

O atual cenário da economia globalizada demanda que o homem moderno se estabeleça como um visionário frente às mais diversas possibilidades. Muitos, contudo, sentem-se despreparados ou desmotivados para se aventurar num negócio próprio ou colocar determinado projeto em prática. Um dos motivos para esse despreparo é visível, sendo atestado por grandes autores como desconhecimento da prática empreendedora. O presente trabalho explora o tema da necessidade de se estimular o homem na questão do aprendizado de técnicas empreendedoras, tendo em vista a importância do empreendedorismo na implantação de novos negócios ou no fortalecimento de outros já existentes, que estimularão a economia de um determinado país. Pretende-se expor a importância que centros educacionais (escolas primárias e secundárias), além de instituições de ensino universitário, devem ter no que se refere à implantação de ensinamentos acerca do empreendedorismo, levando seu corpo discente a se estimular na prática do empreendedorismo, não como uma reles matéria, mas como parte intrínseca à sua vida pessoal/social e profissional. Mediante as pesquisas desenvolvidas ao longo do desenvolvimento do presente trabalho, observa-se, pois, que países que aplicam, no ambiente estudantil e acadêmico, noções teóricas e práticas de empreendedorismo, tornam-se nações economicamente mais fortes, assim como seu povo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Ensino de empreendedorismo. Aprendizagem do empreendedorismo. Importância do empreendedorismo em um país.

ABSTRACT

The actual scenario about the global economy demands modern man, to establish himself as a visionary in order to face the most different possibilities. However, many people become inapt and unmotivated to run their own business or, even, to put certain project in practice. One of the reasons for this incapacity is visible, the lack of knowledge concerning the business practice, this fact being proved by expertises. The present paper explores the theme about the necessity of stimulating man in the question of entrepreneurship technical learning, having in mind the importance of entrepreneurship in new business creation or in the strengthen of others already opened, that will stimulate the economy of a country. It aims at exposing the importance of educational centers (schools and high schools), beyond universities, the entrepreneurship teaching, stimulating the students to practice entrepreneurship, not as just a subject, but as a intrinsic part of their personal/social and professional lives. Based on the researches developed along this paper, it is possible to conclude that a country that teaches its students (primary schools, high schools and universities) about entrepreneurship becomes economically stronger nations and also its people.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurship Teaching. Entrepreneurship Learning. Entrepreneurship Importance.

¹Professora de Rede Pública de Ensino do Município de Barra Mansa/RJ. Professora do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA/RJ). Mestra em Linguística Aplicada pela Universidade de Taubaté (UNITAU/SP). Pós-graduada em Língua Portuguesa pela antiga FERP, hoje, UGB (Volta Redonda/RJ). Pós-graduada em Docência de Ensino Superior. E-mail: elisa.silva@foa.org.br.

²Consultor na área de Marketing. Colunista do jornal Folha do Interior - coluna Contos de Mercado, com enfoque no Marketing e mercado. Pesquisador. Empreendedor. Graduado em Marketing Estratégico pelo Centro Universitário Oswaldo Aranha (UniFOA - Volta Redonda/RJ). E-mail: ronald_ninho@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

Ser um empreendedor de sucesso depende não somente de árduo trabalho, uma idéia na cabeça e um pouco de sorte. É necessário mais. É necessário que haja conhecimento daquele que tem o intuito de comandar seu próprio negócio ou desenvolver determinada atividade, seja da mais simples à mais complexa, como gestor, como empregado, como cidadão em seu círculo social/familiar. A editora Mirian Paglia Costa, redigindo o prefácio do livro “O Segredo de Luísa”, de Fernando Dolabela, atesta que:

De acordo com pesquisas nacionais e internacionais, os empreendedores aprendem mais com a prática do que com a teoria. São os problemas que os levam a se superar e a dominar os conhecimentos necessários ao sucesso na vida real. E é com base em exemplos — um parente, um amigo da família — que eles modelam comportamentos e objetivos (COSTA. In: DOLABELA, 2006).

Pois bem. Se esses não tiverem um amigo, ou alguém da família que os socorra na tarefa do empreendedorismo, obviamente necessitarão de alguma outra forma de ajuda externa, que infelizmente nem sempre virá. Muitos, por questões adversas e das mais diversas, como o desemprego, a necessidade de complementação do orçamento, o tino comercial, a realização de um sonho etc., assumem para si a tarefa de implantar um negócio próprio. Infelizmente, o sol não nascerá para todos e muitos ruirão com suas empresas. É evidente que, em várias localidades, existem polos do Sebrae, além de Câmaras de Dirigentes Lojistas, CDLS, bem como outras instituições de auxílio ao empreendedor, agora focado na figura do empresário. Contudo, nem sempre darão o suporte prático a esses “aventureiros” da questão empreendedora. A falta de auxílio resultará nos números tenebrosos que assolam grande parte dos novos negócios que diariamente adentram no mercado. Muitos fracassarão num período relativamente curto, de até cinco anos.

Não só o empreendedor-empresário. Muitos são levados a empreender durante toda a vida, ainda que seja um simples empregado ou mesmo nas relações pessoais, nas ruas, no seio familiar. Porque empreender é ir além. É transpor barreiras, é resolver conflitos, é se valer de características determinadas que se voltem na condução de algo pertinente. Nesse aspecto, a criatividade, o autocontrole, a inovação, a ética, a responsabilidade, dentre tantos outros fatores, tornam-se imprescindíveis. Embora muitos não se julguem detentores de tais virtudes, o fato é que existe um fator primordial na busca por tais quesitos: a necessidade de se sobressair. Como muitos não se enquadram, aparentemente, dentro desses quesitos, de forma espontânea, surge, então, a questão incidente do presente artigo: a possibilidade de se estimular o público

a extrair/desenvolver tais potenciais ainda nos ambientes escolar e acadêmico, que os auxiliarão numa vida mais plena.

A prática do empreendedorismo deve ser estimulada por governos, organizações não-governamentais, bem como outras instituições. Formar empreendedores é, basicamente, estimular o crescimento do país. Expõe-se a necessidade de um material constante que auxilie, senão plenamente, ao menos com grande valia, os empreendedores (leia-se “público”) em geral: aqueles homens e aquelas mulheres que, por algum motivo, resolveram arriscar suas economias implantando uma empresa ou, ainda, aqueles que têm algum projeto em fase de implantação ou uma idéia, ou sonho, a ser posta em prática, porém sem um acompanhamento profissional, quando resolvem, de fato, montar um empreendimento, por determinadas questões, acabam culminando no total insucesso da empresa, que poderia ter sido um sinônimo de sucesso e lucro. Muitos não terão a oportunidade de se sentar nos bancos acadêmicos para aprender a empreender. Muitos que de lá saem também não estarão 100% preparados para tal tarefa. Muitos, dentro do ambiente de trabalho ou no cotidiano, ao se deparar com determinadas situações adversas, tornar-se-ão impassíveis, indignos de resolver uma tarefa a qual, ainda que aparentemente complexa, com um pouco de atividade, força de vontade e autoconfiança, essas pessoas conseguiriam resolvê-la sem grandes empecilhos.

A escolha do tema, a questão da arte de empreender se deu pela constatação da necessidade de cada vez mais prezarmos pela busca de novas práticas de ensino que passem a contemplar reais necessidades práticas, deixando de lado teorias e teoremas que, na prática, nunca serão aplicados. Mestres de várias áreas devem assumir uma postura mais ativa em suas aulas e preparar seus pupilos não apenas para o mercado de trabalho, mas, de igual forma, para a vida. Nesse aspecto, surge a problemática: a visão do corpo docente, desestimulada por baixos salários e infraestrutura pouco satisfatória, tende a emperrar essa tomada de uma nova postura. Além disso, transformar um sistema de ensino já existente tende a ser uma árdua tarefa que acaba afetando a coragem e o ânimo dos educadores. Através, contudo, de pesquisas realizadas, pretende-se, como objetivo, estimular os educadores a desenvolver novas práticas de ensino, inserindo a questão do empreendedorismo de modo que, quando os alunos deixarem as salas de aula, saiam, dali, grandes homens e mulheres devidamente preparados para assumir riscos e transformar, para muito melhor, um país.

MAS O QUE É, AFINAL, EMPREENDEDORISMO? O QUE É SER UM EMPREENDEDOR?

Segundo Dornelas (2001), o termo empreendedorismo tem por significado a realização de algo novo, diferente. É alterar uma situação atual mediante

realização de buscas incessantes de novos meios, é idealizar novas oportunidades de negócios, inovando constantemente e obtendo geração de valor. O autor afirma que o empreendedorismo comercial no Brasil teve projeção a partir dos anos 90, quando a economia no país se abriu e instituições de apoio ao empreendedor foram criadas, como, por exemplo, o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

No que tange ao empreendedor, segundo Filion (In: DOLABELA, 2006, p. 25), defini-lo-á como “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Sob esse prisma, concorda Nascimento (2001), que vai além. Este defende que um empreendedor é aquele que define por si mesmo o que deve fazer e sob que forma deverá ser feito, sendo que, para tanto, leva em conta seus sonhos, seus desejos, seus anseios, suas preferências, o estilo de vida que quer ter etc.

Dornelas (2001) alia o empreendedorismo à implantação de um negócio. O autor considera como sendo um empreendedor aquele que, uma vez percebida uma oportunidade qualquer, estabelece um negócio para capitalizar sua visão, assumindo riscos calculados. Para esse autor, há três aspectos básicos relacionados ao empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão por aquilo que se faz; possuir criatividade na utilização dos recursos disponíveis, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e, por último, coragem para assumir riscos, tendo a plena ciência da possibilidade de fracasso.

Partindo desse pressuposto, pode-se chegar à constatação de que um empreendedor não é simplesmente uma pessoa de negócios, um empresário. Um empreendedor transcende tal mito e passa a habitar o limiar de um novo entendimento: ele é aquele que, em qualquer nível de atuação, seja gerindo um empreendimento, seja exercendo suas funções empregatícias no ambiente de trabalho, até mesmo nas relações pessoais, consegue contornar situações adversas mediante sua criatividade, seu senso crítico, autocontrole, autoanálise constante e autoconfiança plena. Um empreendedor avalia o mercado, seja ele o mercado consumidor, os concorrentes ou os seres que o cercam na vida profissional e pessoal; busca atrativos para si, para seu negócio ou para sua vida; assume riscos procurando contorná-los, questiona, argumenta, interroga, vai além da mesmice, encontra e apresenta diferenciais. Ainda que possa estar acuado e assustado, não aceita o ostracismo nem que o medo lhe impeça de tentar. O verdadeiro empreendedor é hábil, forte e valente.

O EMPREENDEDORISMO, O HOMEM E A ECONOMIA

Não há dúvida. O empreendedorismo é vital para uma nação que almeje a prosperidade plena. Ele atua no combate à pobreza, gera empregos, acentua a distribuição de renda, potencializa a relação interpessoal, amplia a arrecadação dos cofres públicos. Todavia, países como o Brasil, infelizmente, não

contemplam o fomento ao empreendedorismo de forma satisfatória, o que ocasiona o insucesso da grande maioria dos empreendimentos implantados. Fernando Dolabela afirma:

As estatísticas do Sebrae indicam que 60% das 500 mil empresas e microempresas que são abertas todos os anos no Brasil fecham as portas antes de completar cinco anos. A literatura especializada raramente contempla o empreendedor emergente. Também é muito comum um aluno de administração de empresas obter o diploma sem ter nenhuma noção do processo de criação desses empreendimentos. Num país como o Brasil, isso é lastimável, uma vez que a mentalidade empreendedora ainda esbarra em tabus, e as pequenas e médias empresas estão longe do mercado global e fora da era da tecnologia da informação. Ora, se considerarmos que as empresas, quase sempre, começam pequenas, isso chega a ser um paradoxo. Principalmente porque, no mundo de hoje, as pequenas empresas constituem a principal fonte de empregos e são responsáveis, em muitos países, por mais de 50% do produto interno bruto (PIB) e pelo maior volume de exportações, além de serem as maiores geradoras de inovações tecnológicas desde a Segunda Guerra Mundial (DOLABELA, 2006, p. 18).

O Brasil, entretanto, é fonte de grande implantação de empresas, ainda que, muitas delas, sem o devido suporte. Oliveira, Flores e Sinhorin (2007) expõem que é necessário estabelecer meios que disseminem informações pertinentes ao empreendedor, uma vez que grande parte dos negócios estabelecidos em solo brasileiro provém da necessidade e não do tino comercial. Esses autores afirmam:

No Relatório Executivo publicado pela *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* – em 2005, o Brasil figurou entre as nações onde mais se iniciaram empresas. O País registrou uma taxa de empreendimentos na ordem de 11,3%, ficou na sétima posição na pesquisa. Isso mostra o espírito empreendedor do povo brasileiro. O Brasil, segundo a pesquisa citada, ocupou a 14ª posição na razão da taxa de empreendimentos com mais de quarenta e dois meses iniciais, o que mostra ser pequena a representação das empresas que se mantêm por mais tempo, ou seja, é o período considerado capital para a sobrevivência do empreendimento. No ranking do empreendedorismo por necessidade, o Brasil ocupa a 4ª posição. O povo brasileiro é motivado a empreender pelo desemprego, pela falta de reconhecimento na empresa onde trabalha, ou pela baixa remuneração, na

maioria das vezes o empreendedor abre uma empresa levado pela necessidade de se inserir no mercado de trabalho. O uso adequado da informação conduz ao conhecimento. O conhecimento bem aplicado leva ao sucesso. Ao contrário do que se ouve, não é a carga tributária, tampouco a necessidade de crédito os principais responsáveis pelo fechamento de uma empresa. A falta de planejamento somado ao desconhecimento do negócio são fatores que, com mais frequência, levam o empreendedor a encerrar a atividade. Assim, as informações constituem-se num valioso instrumento para planejar e coordenar as políticas administrativas salutares a qualquer tipo de empreendimento (OLIVEIRA, FLORES e SINHORIN, 2007).

Na visão de Dolabela (2006, p. 51), há dez razões primordiais para que o ensino do empreendedorismo deva ser estimulado. Algumas estão aqui citadas. A primeira razão é basicamente econômica, em que o autor atesta que “a criação de empresas é indispensável ao crescimento econômico e ao desenvolvimento social”, contudo, apesar de sua contribuição para a economia, as pequenas e médias empresas sobrevivem pouco no mercado, pois, segundo o autor, 99% das falências são de empresas pequenas. A segunda e a terceira razão afetam o ambiente de trabalho, em que o autor atesta a nova postura das relações de trabalho, sendo que sobreviverão aqueles que forem participativos, ativos, os quais tenham “visão global do processo, que saibam identificar e satisfazer as necessidades dos clientes”; que dominem tecnologias, busquem conhecer o negócio em que atuam, busquem constantemente identificar oportunidades, seja para resolver problemas, seja para sugerir novas condutas no trabalho, que “busquem e gerenciem os recursos para viabilizá-los”. As razões que se voltam para a educação empreendedora nos apresentam tristes constatações: a de que, infelizmente, as metodologias de ensino adotadas no país não contemplam a formação de empreendedores nem há uma cultura que aproxime centros de ensino aos órgãos públicos, às empresas, às organizações não-governamentais e demais entidades que dão suporte ao empreendedor. Não há, no Brasil, a cultura da importância real das pequenas e médias empresas como fomentadoras da economia. As duas últimas razões referem-se a questões de cunho social: Dolabela (2006, p. 51) defende que, com a importância econômica dos empreendedores, esses devem prezar pela manutenção de “princípios e valores nobres”, ou seja, que sejam éticos em suas relações, tanto profissionais como pessoais. Por fim, a cidadania recebe um foco especial, com a defesa de que um empreendedor “deve ser alguém comprometido com meio ambiente e com a comunidade”, ou seja, responsável socialmente com todos os que o cercam.

A ligação que Schumpeter (1982) faz entre o

empreendedorismo e a economia atesta que a ausência de empreendedores causa um fluxo circular na economia. Em termos mais claros, o autor afirma que, sem a capacidade atrelada aos empreendedores, sem suas virtudes aparentes, a economia não seria sustentável nem se desenvolveria. Para Schumpeter, são os empreendedores que criam inovações as quais norteiam a economia e tal informação se torna relevante, caso levemos em consideração o cada vez mais acirrado mercado consumidor, com presença maciça de concorrentes diversos, de portes mais diferidos, com parcelas populacionais detentoras de características de consumo mais distintas umas das outras, o crescimento elevado e diário de novas empresas entrando e saindo do mercado, instalando-se ao lado de empreendimentos aparentemente idênticos à nova empresa etc. E, definitivamente, não é tarefa fácil. É preciso envolvimento com aquilo que se propõe a fazer, de modo que os resultados estejam aliados ao real comprometimento do empreendedor. Nesse aspecto, o autor é taxativo:

No peito de quem deseja fazer algo novo, as forças do hábito se levantam e testemunham contra o projeto em embrião. É, portanto, necessário uma força de vontade nova e de outra espécie para arrancar, dentre o trabalho e a lida com as ocupações diárias, oportunidade e tempo para conceber e elaborar a combinação nova e resolver olhá-la como uma possibilidade real e não meramente como um sonho. Essa liberdade mental pressupõe um grande excedente de força sobre a demanda cotidiana e é algo peculiar e raro por natureza (SCHUMPETER, 1982, p. 61).

Dolabela (2006, p. 64), em defesa de sua tese, afirma, mencionando estudo realizado pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que uma nação que almeja se desenvolver economicamente, tal qual o Brasil, com sua economia subdesenvolvida, deve apoiar plenamente o empreendedorismo, tornando-o prioridade nas ações dos governos. Além disso, para que o empreendedorismo consiga promover o desenvolvimento econômico e social de um país, é necessário que se intensifique o investimento em educação, sobretudo no ensino universitário, ainda que se deva estabelecer um programa de ensino que englobe desde o ensino fundamental, indo até a universidade, ações que desenvolvam a habilidade e capacitem o ser a criar uma empresa. Por fim, convém observar o exposto pelo autor, o qual, ainda mencionando o estudo da GEM, indica que o sucesso mais positivo das empresas é obtido quando se amplia a participação feminina na “dinâmica empreendedora”. Aliás, sob este prisma referente à presença da mulher no âmbito empreendedor, sugere-se a elaboração de novos estudos focados em tão relevante questão.

APRENDER A EMPREENDER

Stacciarini e Esperidião (1999) atestam que a aprendizagem e o desenvolvimento de capacidades psíquicas não são processos independentes. Para eles, tanto a forma como o conteúdo atuam como um processo único de desenvolvimento do psiquismo humano.

A aprendizagem humana condiciona-se a processos psíquicos que determinam ao indivíduo se o que lhe é transmitido como conteúdo será devidamente absorvido em sua mente, seu cérebro, levando-o a adquirir conhecimentos e a mudar determinado comportamento e atividades. Segundo Santos (2006), a aprendizagem é o processo de aquisição da capacidade individual de se utilizar o conhecimento proveniente do resultado da prática e da experimentação, incidindo sobre o indivíduo uma mudança relativamente permanente em seu comportamento. Ela é subjetiva, pessoal, variando de acordo com a motivação do indivíduo, bem como com os estímulos a ele empregados. Contudo, pessoas habilitadas, com técnicas específicas, estão aptas a desenvolver e estimular o processo da aprendizagem em outrem.

Há duas categorias envolvidas na aprendizagem, a saber:

1. condicionamento: a aprendizagem é um elo entre o estímulo enviado ao aprendiz e a resposta por ele dada;
2. cognitiva: a aprendizagem é a relação entre o exterior, que envia os estímulos ao ser; e o interior desse ser, o qual absorverá o conteúdo recebido, realizará seu processamento e, por fim, o organizará na mente.

A aprendizagem está intrinsecamente ligada à motivação, uma vez que a motivação nada mais é do que o processo em que o cérebro, após processar os estímulos recebidos pelo ser, como o ambiente de inserção do ser, necessidade real da informação recebida e a base de plena satisfação, impõe esse indivíduo à ação, de acordo com a relevância do estímulo da aprendizagem.

Todavia, a aprendizagem não é unicamente a aquisição de conhecimentos, pelo menos, não em sua plenitude. Ela envolve a própria conduta do aprendiz, ou seja, ela somente será plena, se envolver mudanças no comportamento e nas atitudes, como já mencionado anteriormente. É fato que os moldes de ensino atualmente utilizados na grande maioria das escolas e das universidades não agregam plenamente o conhecimento; apenas induzem o indivíduo a um estágio cansativo de memorizações, sem nenhuma forma interessante de experimentação, o que torna mais difícil a motivação para a busca do saber. Stacciarini e Esperidião (1999) concordam e defendem a mudança no sistema educacional:

Neste final de século, com os valores sendo repensados e as transformações ocorrendo vertiginosamente, não é possível manter os moldes tradicionais de ensino, pois estes deixam de corresponder às necessidades atuais do educando. Tendo-se em vista prepará-lo para atuar no mundo em transformação, é preciso considerar o desenvolvimento da capacidade de análise e crítica das pessoas, a fim de instrumentalizar o processo de mudança interior de cada um (STACCIARINI & ESPERIDIÃO, 1999).

Surge a questão: é possível ensinar uma pessoa a empreender?

Muitos autores afirmam que sim. E, dentro da importância de se manter uma postura empreendedora, foca-se, nesse caso, na relevância da questão do ensino empreendedor.

França; Santos; Vilela e Costa [200-?, 2] defendem que o ensino do empreendedorismo é salutar no âmbito político de um país que possua o intuito de se inovar tecnologicamente e competir na atual escala globalizada dos mercados. “Com a educação empreendedora, há trocas de conhecimento entre comunidade-universidade, que promovem o crescimento da região e enriquecem o conhecimento prático dos alunos. Um resultado dessa integração é a disseminação de incubadoras de empresas”. Além disso, lembram a questão da presença maciça das pequenas e médias empresas nos mercados, que têm a missão de realizar a movimentação da economia, gerando riqueza para a localidade em que estão inseridas. Gibb (In: FRANÇA; SANTOS; VILELA; COSTA: 200-?), defende que esse tipo de empresa contribui para “disseminar a importância do empreendedorismo em todos os tipos de organizações e participar do processo de reestruturação das grandes empresas”.

Para Kourilsky (p. 2), é evidente que há, atualmente, uma deficiência no que se refere ao conhecimento bem como às habilidades para se empreender. Isso exige uma educação voltada para o empreendedorismo dentro das escolas.

Dolabela (2003, p. 26) declara que um empreendedor é capaz de gerar novos conhecimentos, por meio de seus próprios conhecimentos “sintetizados nos pilares da educação”, que são essenciais: aprender a saber, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser.

Para David; Roveda; Redivo; Gauthier; Colossi e Franzoni (2001, p. 9), o ensino do empreendedorismo volta-se para o desenvolvimento pleno do aluno, mediante o oferecimento de uma educação em forma holística, ou seja, um olhar integral sobre o ser humano. Aos mestres, cabe a função de se esforçar de modo que se faça despertar no aluno o amor pelo aprender; a sua imaginação e a criatividade plenas; o respeito pelo outro e pelo mundo. Uma vez somados, resultarão na

formação de um ser humano com elevada visão do mundo em que está inserido, bem como um amplo e correto posicionamento na vida.

Entretanto, quais devem ser as bases de enfoque que mestres devem estimular em seus pupilos? David; Roveda; Redivo; Gauthier; Colossi e Franzoni (2001) respondem:

Dentre as diversas características citadas pelos pesquisadores da área, está a de que o empreendedor de sucesso deve ter ou tem que desenvolver ou aprimorar, pode destacar: criatividade, liderança, capacidade de correr riscos, comprometimento, busca por qualidade e eficiência, otimismo, persistência, flexibilidade, autoconfiança, busca de oportunidades, iniciativa e cooperação, entre tantas outras. Conseqüentemente, para o desenvolvimento da cultura empreendedora há a necessidade da formação de estudantes que sejam mais autônomos, mais criativos, capazes de liderar e com visão ampla da sociedade. Programas de ensino que contemplem o desenvolvimento interpessoal e intrapessoal, além da geração de idéias, negociação, desenvolvimento estratégico, desenvolvimento de produtos, tomada de decisões e resolução de problemas (DAVID; ROVEDA; REDIVO; GAUTHIER; COLOSSI; FRANZONI: 2001, p. 4).

No entendimento de Kourilsky (p. 1), a docência do empreendedorismo está intrinsecamente ligada à sua real importância, no que tange, basicamente: “a demanda pela educação empreendedorial”; “o acesso à educação para a opção ‘Tomar um Emprego’”; e “o crescimento econômico através da criação de empregos”.

Como tantos outros autores, Leite (2001) defende que uma educação empreendedora demanda às instituições de ensino meios práticos que permitam que os alunos tenham uma substancial exposição, ou seja, que eles possam vivenciar o que é ensinado. Em outras palavras, se as unidades de ensino realmente quiserem que seus discentes tenham experiência com o empreendedorismo, devem estimulá-los de forma prática. Um bom curso de empreendedorismo, para a autora, deve oferecer meios de aprendizado individual, em pequenos grupos trabalhando em sinergia, de modo que possa haver trocas de informações e habilidades entre os educandos. Além disso, deve haver, também, reuniões práticas em que não apenas se discutam ações, mas, ainda, mostre-se como fazer.

A metodologia para a prática do ensino do empreendedorismo defendida por David; Roveda; Redivo; Gauthier; Colossi e Franzoni (2001, p. 8) refere-se a jogos, jogos de empresas, dinâmicas de grupo e vivências. Ou seja, os aspectos da chamada Pedagogia Tradicional recebem uma gama de

modificações voltadas para a adequação necessária do ensino do empreendedorismo, que deve ser desafiador e em bases criativas e estimulantes.

Assim, o ser deve aprender fazendo, tentando, buscando na prática e não vivenciando teorias; não apenas na questão econômica implantada no sentido exato da questão empresarial. O empreendedorismo vai além e molda sua importância econômica também se aliando ao foco do ambiente de trabalho em geral, em que o empregado necessita realizar tarefas com alto grau de risco; resolver problemas; mediar encontros e reuniões em seu setor; receber e conduzir visitas externas; estimular colegas de trabalho em situação difícil, como problemas pessoais e profissionais; auxiliando-o na tomada de decisões pertinentes, levando-o a render mais e melhor no trabalho.

Todos esses fatores tangem a economia, haja vista que, ao envolver o administrador em novas práticas de gestão ou, ainda, ao estimular o senso crítico, a autoconfiança, motivação, criatividade etc., tanto próprios como dos empregados, a produção tende a se otimizar, favorecendo o desenvolvimento econômico de determinada localidade.

Por fim, no foco pessoal/social, as habilidades inerentes ao empreendedor, desenvolvidas nos estudos de empreendedorismo, auxiliam o indivíduo na condução da própria vida. É não temer fracassar; é refletir acerca de melhores recursos para se contornar uma situação adversa; é ter iniciativa para assumir riscos na vida social/amorosa. O empreendedorismo adequar-se-á perfeitamente a qualquer etapa da vida, em toda situação, em todos os aspectos. Nota-se, pois, sua importância para o ser e, assim sendo, seu estudo deve, sim, ser permanentemente estimulado.

CONCLUSÃO

O empreendedorismo nas salas de aula deve ser uma constante e estimulado, uma vez que será o denominador comum para o surgimento de um povo mais consciente, responsável, criativo e autoconfiante; pronto para atuar na condução de negócios, bem como de se sobressair em situações adversas. Bom para a economia, excelente para o indivíduo.

Sendo a aprendizagem um processo que ocorre ao longo de toda a vida e nos permite adquirir novos conhecimentos em nossas experimentações cotidianas, o conhecimento acerca de um comportamento empreendedor estimulará novos inventos, novos comportamentos de cada indivíduo na sociedade e novos estímulos para buscas de respostas acerca de problemas em várias áreas. Entretanto, somente empreendedores podem ensinar a empreender, obviamente. Caso contrário, se um leigo no assunto, um docente não-preparado para cumprir metas empreendedoras, inapto a

conduzir a própria vida, desprovido das virtudes tidas como essenciais a um empreendedor; for incumbido da tarefa de ensinar como empreender, este, na verdade, estará enganando seus aprendizes e lhes renegará o direito de adquirir um conhecimento de suma importância. Não conseguirá conduzir aulas produtivas e acarretará a diminuição da motivação dos discentes. O ensino se tornará ameaçador e árduo, enquanto o conhecimento, se muito, estagnar-se-á em níveis diminutos.

As sociedades mais prósperas desenvolveram-se constantemente e estimulam seu povo a buscar reflexões, a manter uma postura ativa, a assumir riscos, a alcançar resultados diversos amparados por conhecimento adquirido em sala de aula e não somente na vida. A diferença entre essas nações desenvolvidas e outras em desenvolvimento, como o Brasil, por exemplo, encontra-se aí. O paradoxo brasileiro é a existência de recursos naturais abundantes, um povo trabalhador e grandes oportunidades de prosperidade, que se confrontam justamente com um comportamento tantas vezes incivilizado, descrente de grandes perspectivas futuras, associadas, justamente, ao fato de não haver colaboração governamental e privada de apoio ao povo, oferecendo-lhe conhecimentos diversos, uma formação continuada de qualidade e amparada pelo oferecimento de técnicas que o auxiliem em seu cotidiano.

Não cabe, aqui, apresentar as melhores técnicas de docência para o empreendedorismo. Os recursos a serem utilizados pelo corpo docente devem levar em conta as características dos discentes e a estrutura do ambiente escolar/acadêmico. Expõe-se, contudo, que haja uma visão criativa nos professores de modo que estimulem os estudantes a se inserir de forma motivada no contexto das aulas, sobretudo no que se evidencia no empreendedorismo, um conhecimento prático e útil, que estará, certamente, ligado ao indivíduo ao longo de sua existência, auxiliando-o na condução de seus negócios e de sua própria vida. Em suma, o ensino do empreendedorismo não formará grandes administradores, mas grandes pessoas que administram, e isso faz toda a diferença. Administrarão negócios, administrarão a própria vida.

A condução de novos estudos se faz essencial, de modo que se eleve a percepção para o foco conclusivo em questão ou, ainda, levantamento de novos conceitos outrora não imaginados.

REFERÊNCIAS

- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. 30.^a ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- _____. **Pedagogia empreendedora: O Ensino do empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.
- DORNELAS, José Carlos A. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- SANTOS, Zilda M. Contesini. **Aprendizagem humana**. Volta Redonda: UniFOA, 2006.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- FRANÇA, Débora Lima; SANTOS, Elisângela; VILELA, Helena Pinto; COSTA, Rita de Cássia Duarte. **Ensino de empreendedorismo: abordagem acadêmica e importância na sociedade**. Itajubá, MG: [200-?]. Disponível em: <<http://www.santoagostinho.edu.br/Biblio/teses/50.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2008.
- GIBB, Alan. Entrepreneurship and small business management. Why we cannot afford to neglect it in business schools. In: FRANÇA, Débora Lima; SANTOS, Elisângela; VILELA, Helena Pinto; COSTA, Rita de Cássia Duarte. **Ensino de empreendedorismo: abordagem acadêmica e importância na sociedade**. Itajubá, MG: [200-?]. Disponível em: <<http://www.santoagostinho.edu.br/Biblio/teses/50.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2008.
- KOURILSKY, Marilyn. **Educação empresarial: oportunidade em busca de um currículo**. Tradução e adaptação de: Jovino Moreira da Silva, M. Sc. Disponível em: <<http://www.uesb.br/sheng/5.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2008.
- LEITE, V.F. Crescente demanda pela educação empreendedora com métodos apropriados e o caso UNIFEI. In: OTTOBONI, Célia. **Empreendedorismo como metodologia inovadora de ensino: um estudo de caso**. VI SEMEAD. [200-]. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/6semead/ENSINO/019ENS%20-%20Empreendedorismo%20como%20Metodologia%20Inovadora.doc>>. Acesso em: 09 out. 2008.
- NASCIMENTO, Dalton A. APRENDER A EMPREENDER. Como o professor de educação física pode contribuir nesse processo de aprendizagem? In: MUNIZ JR, Sizefredo Motta; PESSOA, Eliana. **Empreendedor Start Up e Social: diferenças e similaridades**. Brasília: 2005. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/materia/img/ilustra/2005/out/artigos/Art%20EMPREENDEDOR%20START%20%20UP%20E%20SOCIAL.doc>>. Acesso em: 8 out. 2008.
- OLIVEIRA, Fabrício Schiller; FLORES, Ismael Odilon; SINHORIN, Maykon Douglas. **Empreendedorismo no Brasil: O Caminho para o Sucesso**. Santa Catarina: 2007.
- STACCIARINI, Jeanne Marie R.; ESPERIDIÃO, Elizabeth. **Repensando estratégias de ensino no processo de aprendizagem**. Revista Latino-Americana de Enfermagem vol.7 n.º5 Ribeirão Preto: 1999. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-1691999000500008&script=sci_pdf&tlng=pt>. Acesso em: 8 out. 2008.

SFORNI, Marta Sueli de Faria. **Aprendizagem**

conceitual e organização do ensino: contribuições da teoria da atividade. [S.l.: s.n.] [200-?] Disponível em:

<<http://www.anped.org.br/reunioes/26/trabalhos/martasuelidefariasforni.rtf>>. Acesso em: 24 set. 2008.