

# EDUCAÇÃO E PRÁTICA EMPREENDEDORA

Uma coletânea de  
experiências e reflexões

## **ORGANIZADORES**

Fabio Mello Fagundes  
John Jackson Buettgen  
Luciano Minghini

## **COLABORADORES**

Adriana do Rocio Nitsche Mattei  
Daniela Torres da Rocha  
Dean R. Waters  
Edra Moraes  
Fafita Lopes Perpétuo  
Fernando Antonio Prado Gimenez  
Filipe Miguel Cassapo  
Marcelo Alessandro Fernandes  
Marco Antonio Areias Secco  
Nei Lucio Domiciano  
Patricia Charvet  
Rodrigo Luiz Morais-da-Silva  
Thárita Anny Estefanuto Orsiolli  
Thamiris Dias Capossi  
Waleska Camargo Laureth



Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo  
e Inovação Sustentáveis

EDUCAÇÃO E PRÁTICA EMPREENDEDORA  
Uma coletânea de experiências e reflexões

Organizadores  
Fabio Mello Fagundes  
John Jackson Buettgen  
Luciano Minghini



Curitiba  
2016

Esta obra foi elaborada pelos membros executivos e colaboradores da Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis citados na ficha catalográfica abaixo.

O registro junto à Biblioteca Nacional foi realizado pelo Centro de Pesquisa do Instituto Superior de Administração e Economia - ISAE.

Os direitos desta obra são reservados aos seus organizadores e autores. Seu conteúdo poderá ser reproduzido no todo ou em partes desde que sejam citados autores e organizadores.

M527

Fagundes, Fabio Mello.

Educação e prática empreendedora: uma coletânea de experiências e reflexões / Fabio Mello Fagundes, John Jackson Buettgen, Luciano Minghini, organizadores. – Curitiba, 2016.

ISBN 978-85-61105-05-1

1. Educação empreendedora. 2. Prática empreendedora. 3. Empreendedorismo. 4. Administração. 5. Educação de jovens. 6. Experiências empreendedoras. I. Adriana do Rocio Nitsche Mattei. II. Daniela Torres da Rocha. III. Dean R. Waters. IV. Edra Moraes. V. Fafita Lopes Perpétuo. VI. Fernando Antonio Prado Gimenez. VII. Filipe Miguel Cassapo. VIII. Marcelo Alessandro Fernandes. IX. Marco Antonio Areias Secco. X. Nei Lucio Domiciano. XI. Patricia Charvet. XII. Rodrigo Luiz Morais-da-Silva. XIII. Thálita Anny Estefanuto Orsiolli. XIV. Thamiris Dias Capossi. XV. Waleska Camargo Laureth. XVI. Cátedra Ozires Silva. XVII. Título.

CDU 658.1

## Sumário

<i>Sumário</i> .....	3
<i>Prefácio</i> .....	5
<i>Apresentação</i> .....	3
<b>EXPERIÊNCIAS SOBRE A PRÁTICA EMPREENDEDORA</b> .....	<b>7</b>
<i>Empreendedorismo inovador no mercado imobiliário: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento</i> .....	9
<i>Cultura da Inovação pela Educação, Cultura da Educação pela Inovação: a Chave do Progresso Responsável</i> .....	23
<i>Empreendedorismo sustentável: o caso da empresa O Casulo Feliz (Maringá/PR)</i> .....	41
<i>Trabalhar na Indústria? Como?</i> .....	53
<i>Produtora de Cinema e TV: Um Caso de Empreendedorismo Feminino</i> ...	65
<b>REFLEXÕES SOBRE A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA</b> .....	<b>77</b>
<i>Aprender, empreender e transformar</i> .....	79
<i>Educação sobre empreendedorismo aplicado as escolas: usando um modelo de agrocenário motivador, explorado a maneira dos cientistas</i> .	89
<i>Educação profissional e métodos empreendedores: um olhar crítico às novas demandas de formação profissional</i> .....	103
<i>Peer harmony: harmonização no desenvolvimento da aprendizagem</i> ..	115
<b>FECHAMENTO</b> .....	<b>131</b>
<i>Educação e prática empreendedora: onde queremos chegar?</i> .....	133
<i>Autores</i> .....	147

Uma coletânea de experiência e reflexões

## Prefácio

Diz a sabedoria popular que “uma imagem vale por mil palavras”. Me apropriando desta ideia e adequando ao contexto no qual está inserida esta obra, poderia dizer que “um exemplo vale por imagens”. Essa é a essência deste livro: demonstrar, através de exemplos e reflexões, como o empreendedorismo pode ser impactante para a vida das pessoas e, conseqüentemente, para a sociedade.

Sempre acreditei que o que nos move é nossa atitude frente a um problema. Está é uma das características mais importantes da Cátedra Ozires Silva: ser um agrupamento de entes (organizações e pessoas) que tem ojeriza à ideia de não se mobilizar para resolver os problemas. São “atores do futuro, não expectadores.”

Esta publicação aglutinou reflexões e experiências que podem inspirar outros a perceberem que é possível e necessário buscar soluções efetivas para o empreendedorismo. Mostrar que apesar do fato de que as dificuldades são inerentes ao ato de empreender, também o prazer do atingimento dos objetivos é igualmente presente.

Outra crença que sempre me acompanhou é a de que mudanças significativas e duradouras só são possíveis através da educação. Do ato de compartilhar o que é sabido para simplificar a ação daqueles que não o sabem. E aqui vão as minhas congratulações aos empreendedores que ofertaram os seus casos e aos estudiosos que apresentaram as suas reflexões.

O conteúdo deste livro foi didaticamente dividido em duas grandes partes. A primeira dedicada a apresentação de experiências. Nos mostra que mesmo os casos de sucesso passaram por momentos de dificuldade. Portanto, nos remete a certeza de que a persistência é uma ferramenta ponderosa. A segunda parte apresenta reflexões sobre o ensino e o aprendizado de empreendedorismo. Lembre-se que somente a educação pode gerar mudanças significativas e duradouras, para isso as pessoas precisam efetivamente **aprender**. Ouvir falar não serve. Ter uma ideia vaga não serve. Fazer o que todos estão fazendo não serve. Somente o que serve é aprender realmente, pois somente assim o empreendedor saberá fazer bom uso do senso crítico e gerar uma realidade positiva.

Aproveitem a obra. Invistam tempo. A leitura vale a pena.

***Ozires Silva***



## Apresentação

Fabio Mello Fagundes

John Jackson Buettgen

Luciano Minghini

---

Muitas mudanças foram marcantes na história da humanidade. Só para citar algumas, podem-se mencionar a revolução industrial, o acesso à informação e a era do conhecimento. Possivelmente, estamos vivendo um novo grande momento de mudanças, gerado pela evolução do empreendedorismo. Empreender, que para Schumpeter significava destruir a ordem econômica vigente, introduzindo novos produtos ou serviços, e que para Kirzner significava encontrar uma posição de equilíbrio no caos, no fim das contas envolve enxergar oportunidades enquanto as outras pessoas veem dificuldades.

Durante muitos anos, as instituições de ensino se preocuparam em “formar pessoas para o mercado”. Contudo, os dias atuais exigem que as pessoas se preparem para empreender, seja dentro de uma empresa (intraempreendedorismo) ou fora (realizando seus próprios projetos ou negócios). Sendo assim, esta obra foi pensada com o objetivo de trazer experiências e reflexões sobre o ato de empreender e também sobre a educação empreendedora.

A obra é composta de oito capítulos distribuídos nas duas temáticas centrais: 1) Experiências sobre a prática empreendedora e 2) Reflexões sobre a educação empreendedora.

Na primeira parte, *Experiências sobre a prática empreendedora*, o leitor encontrará textos referentes à prática, sendo assim, casos são apresentados. O primeiro capítulo, *Empreendedorismo Inovador no Mercado Imobiliário: Inovação, Cultura, Tecnologia e Desenvolvimento* envolve o ramo imobiliário e os desafios de empreender neste segmento. O segundo capítulo, de nome *Cultura da Inovação pela Educação, Cultura da Educação pela Inovação: a Chave do Progresso Responsável*, traz a cultura da inovação como grande ponto de reflexão. O terceiro capítulo, *Empreendedorismo sustentável: o caso da empresa O Casulo Feliz (Maringá/PR)*, discute a sustentabilidade dos negócios, algo muito pertinente nos dias atuais. O quarto capítulo, *Trabalhar na Indústria? Como?*, trata das escolhas profissionais. O quinto capítulo, *Produtora de Cinema e TV: Um Caso de Empreendedorismo Feminino*, traz a experiência de três empreendedoras, seus erros e acertos como forma de inspiração.

Na segunda parte, *Reflexões sobre a educação empreendedora*, os textos têm caráter de análise sobre a educação com enfoque no empreendedorismo. O quinto capítulo, *Aprender, empreender e transformar*, avalia a evolução da educação empreendedora. O sexto capítulo, *Educação sobre empreendedorismo aplicado as escolas: usando um modelo de agrocenário motivador, explorado a maneira dos cientistas*, apresenta o modelo educacional EIS (Educação Integrada Sustentável). O sétimo capítulo, *Educação profissional e métodos empreendedores: um olhar crítico às novas demandas de formação profissional*, trata das novas demandas de formação e a necessidade do empreendedorismo na formação. O oitavo capítulo, *Peer harmony: harmonização no desenvolvimento da*

*aprendizagem*, trata da importância da experiência como prática didática.

O livro foi pensado para alcançar e inspirar diferentes públicos. Os exemplos de projetos empreendedores estimulam a iniciativa e curiosidade daqueles que desejam iniciar uma empreitada e precisam buscar conhecimento sobre o assunto. Os exemplos também servirão aos pais e educadores que desejam ilustrar para os estudantes como é possível ser protagonista da sua carreira e empreendimento.

As reflexões sobre a educação empreendedora se apresentam como uma troca de experiências e conceitos para orientar educadores do ensino fundamental à graduação, consultores e demais profissionais que lidam com a disseminação de conhecimento e ferramentas para a prática empreendedora.

Por fim, esta obra traz uma análise da percepção dos autores da Cátedra Ozires Silva e seus convidados sobre o papel do empreendedorismo, das práticas empreendedoras e de ensino voltadas ao empreendedorismo, para o desenvolvimento do indivíduo, seus projetos e negócios em um ambiente de mudanças mais complexas e velozes que vêm acirrar as relações competitivas entre as pessoas e negócios.

Aproveite a obra, as experiências e reflexões aqui apresentadas.

***Fabio Mello Fagundes  
John Jackson Buettgen  
Luciano Minghini***





# **EXPERIÊNCIAS SOBRE A PRÁTICA EMPREENDEDORA**



# Empreendedorismo inovador no mercado imobiliário: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento

Edra Moraes

---

## Pensando em empreender, mas não sabe por onde começar?

Se você é jovem, antenado, e está pensando empreender, é quase certo que a **inovação** já faça parte do seu dicionário de intenções. Talvez não a conceitue, não veja além do desejo de fazer algo novo, mas já sente que ela deve ser a alma do seu negócio. Pensou certo. A palavra de ordem no mundo dos negócios hoje é **inovação**, ela pode ser compreendida em suas múltiplas possibilidades como um redesenho de estruturas, associada as preocupações tão comuns aos jovens empreendedores, tais como: desenvolvimento local, promoção do outro, desenvolvimento sustentável e mercados emergentes. Convido você a ir ainda mais fundo na sua reflexão e que começar a pensar o seu negócio de forma criativa e inovadora em todas as suas possibilidades, seja buscando novas soluções para velhos problemas, de forma que agregue valor para todos, seja criando algo absolutamente novo.

Através da criatividade jovens empreendedores podem interferir na nossa realidade, revisitando modelos antigos e reestruturando-os. Construindo realidades mais harmoniosas e não apenas atendendo as demandas de mercado. Isto significa que vocês jovens terão que considerar não apenas os aspectos

econômicos, mas também os tecnológicos, sociais, culturais e mesmo políticos nesta empreitada. Inovadores assim são muitas vezes chamados de loucos, visionários ou simplesmente sonhadores. Mas são eles que são capazes de uma atuação em rede, que movimentam pessoas a sua volta na busca da realização de um sonho. Este unir pessoas em torno de uma ideia é a tônica da vez no mundo dos jovens empreendedores, que muitas vezes têm uma ideia, mas não têm capital, e é aí que a primeira dificuldade vira solução. Você já deve ter ouvido falar do *coworking*, da economia colaborativa, dos *hackers* do bem, caso ainda não conheça vale a pena uma pesquisa. São jovens que encontraram formas de colocar seus sonhos no papel, e do papel para a realização. Eles têm um propósito que vai além do faturamento.

Por isto vamos falar muito de inovação. Porque no atual modo de ver as coisas, ela deve ser encontrada em todos os lugares. Não apenas na experimentação de novos processos, ou no desenvolvimento dos já existentes, mas também na criação de novos produtos, serviços e até mesmo arranjos organizacionais. Às vezes fazendo o novo, ou às vezes fazendo o mesmo produto de forma diferente. Este novo fazer exige segurança, entusiasmo e muita pesquisa. A Inovação sempre envolverá risco, capacidade de trabalhar na incerteza e buscar soluções combinando os mais variados conhecimentos. Gostou do desafio?

Neste artigo você vai conhecer algumas formas de inovar no mercado imobiliário, da prestação de serviço a construção, através de técnicas modernas ou ainda do resgate de técnicas esquecidas. Tão antiga quanta a caverna, o homem sempre necessitou da moradia, sonhou com a casa própria, desejou ter o



seu espaço. Você deve estar se perguntando: Pode um segmento tão antigo como este inovar? Não está ele formatado há tanto tempo e de certa forma dando certo? Morar não é apenas sinônimo de casa, não estaremos reinventando a roda? Sim, nós reinventamos a roda também, quando de pedra passou a ser fabricada em madeira, depois borracha, se transformando no pneu. Não foi uma boa ideia?

Vou primeiro pincelar algumas formas inovadoras de atuar neste mercado, novos produtos e serviços que jovens empreendedores, como você, inventaram e que hoje já são uma realidade no mundo dos negócios. Na sequência entrevistamos dois jovens empreendedores que compartilharão com a gente suas experiências e suas visões de empreendedores inovadores, porque eles são modelos para nós e podem ser para você. São empreendedores que ousaram fazer o novo, ousaram sair do lugar comum e realizaram um sonho, e com isto realizaram o sonho de muitos outros através de produtos e serviços.

## **Pincelando algumas formas inovadoras deste mercado**

Quando falamos em inovação no segmento imobiliário esse termo pode incluir a ideia de inovação tecnológica, através de novas formas de construir, podemos falar de inovação e renovação de canais de comunicação com o seu público, podemos ainda atuar diretamente na forma como vendemos estes produtos. Estudando o mercado imobiliário e as diversas formas de se inovar nesta área identificamos algumas empresas que já estão movimentando o mercado e atraindo a atenção de muita gente.

## Inovando na atração de clientes

Vamos falar primeiramente nas ferramentas de atração de clientes. Com a evolução da TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) e as possibilidades da Realidade Aumentada, surgiram as *placas imobiliárias virtuais*, que possibilitaram acesso aos dados do imóvel e a até mesmo um *tour* virtual. Também a versão *Mobile Site*, uma versão que coloca o imóvel no celular do cliente. A Atendente Virtual é outra forma de atrair futuros compradores aos *stands* de vendas. E ainda falando em comunicação com o público, surgiram os Geradores de Anúncios Imobiliários, *sites* que disponibilizam *templates* (ou gabaritos) especialmente desenvolvidos para anúncios imobiliários, facilitando às pequenas imobiliárias que não têm uma estrutura de marketing a produzir anúncios de impacto a baixo custo. Se a comunicação deve, acima de tudo, despertar o desejo, então o *Tour Virtual 360°*, é um grande aliado, diferente de um vídeo de demonstração, o *tour* virtual possibilita ao usuário percorrer todo o local em um ambiente interativo, indo além da comunicação permitindo ao cliente uma experiência sensorial no espaço. Outros recursos da tecnologia digital é a visualização da planta baixa durante o *tour* ou o mapa com a localização do imóvel. As redes sociais vieram para ficar e já estão na planilha de investimento em marketing. Algumas empresas de publicidade e propaganda desenvolvem campanhas específicas para elas. Outro exemplo de tecnologia aplicada ao setor de imóveis são os chamados *Drones*<sup>1</sup> que a muito deixaram as telas do cinema e se

---

<sup>1</sup> Drone é uma palavra inglesa que significa "zangão", na tradução literal para a língua portuguesa. No entanto, este termo ficou mundialmente popular para

tornaram um grande aliado do empresário imobiliário, pois além da medição do terreno ainda oferecem ao cliente uma experiência diferente e imagens de alta definição que o ajudarão na divulgação e no encantamento do cliente.

## Inovando na captação de financiamentos – o *crowdfunding* chega ao mercado imobiliário

Não é segredo que pequenos investidores sempre estiveram distantes do mercado imobiliário. Mas o surgimento de plataformas de investimento imobiliário permite que, por meio de cotas, pequenos investidores possam se aventurar neste mercado. Ou ir ainda mais longe, realizando o sonho de criar sua própria comunidade, na qual um grupo de pessoas se reúne e pode construir seu espaço, adequando a diferentes necessidades e estilo de vida deste grupo. Diferente dos consórcios imobiliários, os *Crowdfunding* e os *Cohousing* são duas formas de agrupamento que viabilizam a execução de um projeto de construção.

O ***Crowdfunding* Imobiliário** atua nos mesmos moldes de *crowdfunding* que você participa para ajudar um projeto social ou cultural. No Brasil temos exemplos como o URBE-ME, site gaúcho na modalidade *equity crowdfunding*, ou seja, uma plataforma que une pequenos investidores aos incorporadores que buscam a captação de recursos para colocar em pé seus empreendimentos distribuindo ações de participação. Na Inglaterra, as plataformas

---

designar todo e qualquer tipo de aeronave que não seja tripulada, mas comandada por seres humanos a distância.

Fonte: <http://www.significados.com.br/drone/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=O2vNOqBqJRc>

e

de financiamento coletivo são reguladas pela Autoridade de Condução Financeira (FCA, na sigla em inglês), que já contabiliza 21 sistemas de *crowdfunding* que envolvem títulos. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) brasileira diz estar acompanhando o que acontece em outros países, mas que "no momento, não há previsão para edição de uma instrução específica sobre *crowdfunding*."

O ***Cohousing*** é quando um grupo de pessoas se une para morar perto e compartilhar algumas atividades e espaços comuns, com a intenção de criar laços comunitários e usufruir da convivência e o viver coletivamente. A base do *cohousing* é reunir pessoas dispostas a viver em comunidade, para partilharem modos de vidas e bens materiais. Além da sustentabilidade gerada através do compartilhamento dos custos, outra característica marcante está nas soluções arquitetônicas. A inovação está no processo de construção, nos projetos sustentáveis, material escolhido, como a reutilização de *containers*, ou, em projetos completos onde o empreendimento busca incluir em toda a sua cadeia a sustentabilidade.

Agora você vai conhecer nossos exemplos de empreendedores. Conversamos com dois empreendedores que atuam em diferentes áreas do mercado imobiliário e eles compartilharam um pouco das suas experiências com a gente. Quem sabe eles não tenham respostas para algumas das suas dúvidas. Afinal, nada como um visionário que concretizou seu projeto, para nos dizer um pouco sobre o que poderemos esperar e até mesmo como poderemos fazer este caminho de maneira mais planejada e com maiores possibilidades de acertos.

## Empreendedorismo e inovação no mercado imobiliário

As entrevistas foram realizadas com os empresários Thiago, do Placa Virtual (<http://placavirtual.com.br>), e Roque Antônio, da Gran Container (<http://grancontainer.com.br>), buscando identificar nestes empreendedores os cinco *Ps* do Empreendedorismo<sup>2</sup> propostos pelo professor Fernando Antônio Prado Gimenez, da Universidade Federal do Paraná (UFPR). A proposta apresenta a PAIXÃO, PROPÓSITO, PRODUTO, PESSOAS e as PRÁTICAS como as dimensões que podem te ajudar a entender o sucesso de um empreendimento. Para o Prof. Fernando, independente de qual seja o sucesso desejado, o que importa é o que move os empreendedores em direção ao sucesso que almejam?

### A placa imobiliária virtual

Thiago Henrique Folador, solteiro, nascido em 1985, sem filhos, oito anos trabalhando com Marketing Imobiliário pelas empresas ymóveis.com e Placa Virtual. Formado em Ciências Contábeis, com especialização em Marketing Digital.

Placa Virtual é a empresa Brasileira depositante da patente de invenção do produto **Placa Imobiliária Virtual**, desenvolvido para o Mercado Imobiliário. Sabe aquelas placas de ALUGA e VENDE que as imobiliárias colocam na frente dos imóveis? Então, a Placa Virtual é a evolução destas placas. A Placa

---

<sup>2</sup> Para saber mais consulte: <http://3es2ps.blogspot.com.br/2013/10/os-5-ps-do-empreendedorismo.html>

Virtual transforma a antiga placa imobiliária em uma espécie de portal de informações. Tornando possível ver fotos e vídeos do interior do imóvel e seu preço já através da placa, sem a necessidade de entrar na propriedade. A Placa Imobiliária Virtual funciona por meio de um código (*QR-Code*) que ao ser capturado pela câmera de um smartphone, direciona automaticamente o usuário para a uma página do imóvel na internet com conteúdo como: fotos do interior do imóvel e o seu preço.

O mais impressionante sobre o produto é o fato de que a Placa Virtual incorpora automaticamente as características do imóvel em que está posicionada. Ou seja, o anunciante possui um único código que divulgará em todas as suas placas sem se preocupar com o gerenciamento disso. Uma vez que a Placa Virtual incorpora automaticamente as características do imóvel que está anunciando. Isso facilita muito e viabiliza o trabalho com *QR-Codes* nas placas fixadas nos imóveis, já que o gerenciamento desses códigos é quase zero com a Placa Virtual.

Conversamos com o Thiago e tentamos identificar de forma clara e objetiva os cinco Ps do Empreendedorismo e como eles ajudaram a concretizar seu sonho. Talvez, com isto você mesmo possa identificar seus cinco *Ps* e com eles o caminho mais curto para o sucesso do seu empreendimento.

Thiago contou um pouco de como desenvolveu seu projeto. Observando o mercado imobiliário, e com talento para publicidade e propaganda, percebeu que há quinze anos as imobiliárias não tinham muitas opções para anunciar seus imóveis. Praticamente todos os seus clientes vinham através das placas na frente dos imóveis e do jornal. O jornal se modernizou

indo para a internet, enquanto a placa imobiliária permaneceu parada no tempo. Foi neste momento que entendeu que poderia inovar e trazer soluções para os seus clientes. Para ele e seu sócio, a comunicação tradicional era pouco e comunicava apenas o tipo de transação, o logotipo e o telefone da imobiliária. Lembrando que estamos em 2015, o ano que o protagonista do filme *De Volta Para O Futuro* visitou e conheceu muitas novidades inimagináveis para divulgação de produtos, Thiago e seu sócio perceberam que poderiam fazer mais pelas placas de imóveis. “Devemos mostrar todas as fotos e valores do imóvel já na placa. Foi aí que decidimos levar a internet para a antiga placa imobiliária e a transformar em uma Placa Virtual”, explicou o empreendedor.

Segundo Thiago, a **Paixão** no seu empreendimento está em “inventar uma solução para um problema que o mercado imobiliário julgava insolúvel que é fornecer um código inteligente suficiente para entender qual o imóvel ele está anunciando sem a imobiliária ter o trabalho de monitorar as placas ou executar atualizações constantes em sistemas. A Placa Virtual faz tudo isso sozinha.”

Outro *P* é o **Propósito**, o qual Thiago explica que foi criar um produto inovador que fosse capaz de facilitar ao máximo o acesso à informação do imóvel ao consumidor. Outra preocupação era desenvolver um produto cuja utilização fosse muito prática, tanto para as imobiliárias, quanto para os consumidores. Resumindo, praticidade e inovação para reinventar um dos produtos mais importantes do mercado imobiliário, já consolidado e de forte apelo comercial. Afinal, quem trabalha no mercado imobiliário sabe que a placa no imóvel é responsável

pelo maior número de contatos efetivos. Ou seja, a placa como veículo de informação já estava consolidada.

Perguntamos ao Thiago sobre as **Pessoas**, afinal são elas que nos dão inspiração, motivação e, é claro, na prática elas estão em toda parte, como cliente, fornecedores ou consumidores dos nossos produtos.

Para Thiago, figuras como Steve Jobs (fundador da Apple), foram motivadoras e um exemplo de empreendedor. Podemos observar quando ele mesmo fala sobre o ídolo: “Considero Jobs o pai do perfeccionismo moderno. Tudo que ele desenvolveu sempre foi melhor que os produtos feitos pela concorrência. Ele tinha paixão pelo que fazia e tinha uma enorme preocupação em tornar seus produtos fáceis de serem utilizados por qualquer usuário. Isso sempre colocou esse gênio da tecnologia em destaque”.

Outro grande diferencial de uma empresa no quesito pessoas, são as redes de fornecedores e colaboradores. Para o Thiago, o Placa Virtual é um produto que devido a sua inovação, caráter único, e por ter sido inventado e patenteado pela empresa, atrai e facilita o trabalho com parceiros e colaboradores.

Outro importante *P*, diz respeito à **Prática**. Fundador do portal de classificados ymoveis.com, Thiago acredita que a experiência no mercado imobiliário, ajudou a compreender quais eram as reais necessidades dos seus clientes, e complementa, que entender como o negócio de fato funciona é importante, porque é sempre bem diferente do negócio no papel.



Agora que você já tem uma ideia de como o Thiago chegou ao seu **Produto**, vamos falar de como ele fez este produto chegar ao seu cliente. Apesar do conhecimento tanto na área digital, quanto no mercado imobiliário, Thiago não dispensou teste do modelo. Realizando algumas vendas em diferentes mercados pode observar na prática como o mercado se comportava e pode assim fazer os ajustes necessários, tanto ao produto, quanto ao modelo de negócio.

Considerando que o diferencial deste produto está na solução de um grande “impeditivo”, para Thiago, uma estratégia importante foi garantir um período, durante o processo, para a proteção da ideia, o que ele considera, foi decisivo para manter a equipe focada no desenvolvimento e implementação do produto.

Agora que você conheceu um pouco do Thiago, seguem algumas palavras dele para você se inspirar e empreender

“Meu conselho seria estudar na prática o mercado em que deseja atuar. Por exemplo, se o seu desejo for empreender no Mercado Imobiliário, você deve trabalhar por um período dentro de uma imobiliária para de fato entender quais são as reais necessidades dos participantes desse mercado. Isso minimiza os riscos na hora de empreender”.

## A Gran Container

Roque Antonio Baido Junior, 29 anos, engenheiro mecânico (2010), com pós-graduação em logística e MBA em gestão de projetos pela Fundação Getúlio Vargas. A Gran Container é uma empresa que vem se destacando pela qualidade

no fornecimento de seus produtos e serviços. Atualmente trabalha com venda e locação de módulos personalizados e estruturas metálicas. Almejando sempre solucionar a necessidade dos seus clientes, além dos contêineres, disponibiliza também serviços de frete/carga/descarga com caminhão Munck. Hoje conta com dezessete funcionários e com duas filiais, em Londrina e Maringá. Fornece pontos de venda para o mercado imobiliário, bem como alojamentos para construção e customização de container para moradia.

Quando falamos em **Paixão**, para o pessoal da Gran Container o importante é manter o foco em criar algo novo, estudando o mercado e novas possibilidades de investimento, garantindo, com baixo custo, um retorno a médio prazo. Quanto ao **Propósito**, tanto para o Thiago, quanto para o Roque, a oportunidade sempre aparece com alguma prática naquele mercado. Segundo Thiago, “sempre tive o objetivo de ter meu próprio negócio, ser meu próprio chefe. Trabalhei por alguns anos em grandes empresas, mas minha ideia sempre foi abrir algo que eu pudesse gerir. Obviamente que não foi fácil escolher o ramo no qual entrar, pois apenas encontramos uma oportunidade na qual já trabalhávamos”.

Segundo o Roque, por se tratar de um mercado muito específico e pequeno, onde concorrentes se conhecem, manter as **Pessoas**, tanto fornecedores, quanto colaboradores é muito importante, por isto a transparência na gestão e o diálogo são suas principais armas de motivação. Como já atuava na área, muitos dos seus fornecedores e parceiros, se tornaram seus clientes.

Ainda falando sobre pessoas e sua importância no negócio, complementou com um exemplo de pessoa. Um diretor chamado Frederico Cruvinel, que segundo ele, ensinou que a persistência leva sempre ao êxito.

Coincidentemente nossos entrevistados tinham experiência PRÁTICA na área que atuam. Afinal ela é importante ou não?

Apesar de já contar com a experiência prática no mercado que iria atuar, Roque acredita que qualquer pessoa, possa abrir um negócio, estudando o mercado que quer atuar e avaliando as condições deste mercado. E a exemplo deles, considera que elaborar um Plano de Negócios foi decisivo para ajudar a tomar decisões.

Agora vamos falar um pouco mais do PRODUTO, que o Roque desenvolveu para o mercado.

Segundo o Roque o produto já existia. Eles então buscando uma melhoria na qualidade deste produto, bem como atribuindo novos valores e tornando sua empresa especializada não só na venda de contêineres, mas também na customização desses equipamentos em casas, refeitórios, alojamentos, banheiros, itens das mais diversas finalidades.

O Roque aproveitou e também deixou um recado para você que está pensando em empreender.

*“Estude muito bem o mercado que quer atuar, faça primeiro de tudo um plano de negócios, pois é a partir de dele que suas decisões serão tomadas em meio as dificuldades que você irá passar. E lembre-se que empreender requer talento, dedicação humildade*

*para passar pelas falhas cometidas e aprender. E o principal, dificuldades haverá sempre, o importante e não desistir.*

Chegamos ao final! O importante é que conhecemos dois empreendedores jovens que estão mudando a realidade do seu mercado. E agora é hora de você colocar o sexto P, o P de “pé-no-chão” e mãos a massa. Vamos empreender. Identifique seus Ps (Paixão – Propósito – Pessoas – Práticas – Produto) e conte com a nossa torcida.

# Cultura da Inovação pela Educação, Cultura da Educação pela Inovação: a Chave do Progresso Responsável

Filipe Miguel Cassapo

---

## O que realmente importa?

O tempo é um bem universal, ao mesmo tempo amplamente disponível e muito escasso. Amplamente disponível na medida em que as nossas vidas são repletas de tempo e de escolhas que podem ser tomadas em todos os instantes, para povoá-lo com os nossos sonhos, desejos, crenças e a incomensurável vontade de deixar a marca tangível da nossa contribuição para a longa história da humanidade. Mas o tempo é também escasso, na medida em que, na infinidade de destinos que a nós se abrem, apenas podemos trilhar e sedimentar para sempre um único. Em todos os momentos, portanto, uma infinidade de escolhas se coloca a nossa frente, nos compelindo no incessante exercício de decidir, sem termos muita clareza quanto à ampla cadeia de causas e efeitos sistêmicos que nos levaram até este momento, e imersos na dúvida quanto às novas cadeias de relacionamentos que a nossa decisão, em profunda interação com a densa complexidade de outras decisões que foram no mesmo momento tomadas, gerará neste mundo. ***E mesmo assim, decidir é necessário!***

Esta reflexão nos permite, portanto, lembrar que, em todos os momentos, a questão do que realmente importa

necessita ser colocada. O que mais importa para cada um de nós se liga de maneira profunda e simbiótica aos nossos valores. Quais valores sustentam a nossa crença de que decidir por *isto*, é mais importante de que decidir por *aquilo*? Seria o respeito? A coragem? A tolerância? A humildade? O que realmente importa?

Para o propósito de contribuir com toda sinceridade e profundidade aos estudos conduzidos pela Cátedra Ozires Silva, faço aqui a minha escolha. O mundo real, este que não testemunhamos por meio da televisão, da internet ou de um blog em uma rede social, está em todos os instantes a nossa volta. O mundo real é composto das comunidades com as quais convivemos, em interação no seu meio natural e social: os nossos familiares, os nossos amigos, os nossos vizinhos, os desconhecidos com quem todo dia cruzamos e com os quais por ventura interagimos, de uma forma ou outra. O que realmente importa é que sejamos felizes, em nossas comunidades e em harmonia com o nosso meio, onde estejamos, ou quando estejamos. Para que possamos desfrutar da tão desejada felicidade, o que realmente importa, portanto, é que sejamos capazes de ***obrar constantemente para o progresso que nos leva ao maior bem-estar das nossas comunidades***. E para que possamos em todos os momentos direcionar as nossas escolhas no desenvolvimento desta maravilhosa obra, propomos que a plataforma de valores e crença essenciais a partir da qual necessitamos operar seja o ***diálogo ético e moral na diversidade***.

## Bem-estar social: geração e distribuição de *riqueza*

Ao desejarmos o progresso para um maior bem-estar das nossas comunidades, e ao colocarmos o diálogo ético e moral

como pedra fundamental desta obra, reconhecemos nossa vontade de sermos capazes de gerar e distribuir de forma abundante e justa, riqueza. A riqueza à qual nos referimos aqui é extremamente ampla. Ela é com certeza **riqueza econômica**, que propulsiona definitivamente e de forma muito pragmática o crescimento material das nossas comunidades, por meio de empregos e renda, que conferem dignidade à vida humana, tornando-a parte do edifício do progresso. Ela é **riqueza cultural**, que perpetua a diversidade social da qual o diálogo ético e moral bebe para se renovar na obra do progresso. Ela é **riqueza epistemológica**, que nos abre à compreensão da nossa essência, e da essência do mundo que nos compõe, e do qual também somos componentes. A riqueza a qual nos referirmos é a do **desenvolvimento humano**.

O que nos revelam, portanto, os fatos e os dados, a respeito do **desenvolvimento humano** das nossas comunidades? O IDH, Índice de Desenvolvimento Humano, é uma medida comparativa, calculada com base na expectativa de vida ao nascer (ou seja, na qualidade de vida e na saúde), na educação (ou seja, no efetivo acesso ao conhecimento e competências), e no PIB per capita (ou seja, no acesso a condições materiais de vida decentes). Este indicador aponta para a nossa Nação uma situação ainda muito desafiadora. Efetivamente, em 2015, o Brasil continua na 85<sup>a</sup> posição no *ranking* mundial de IDH, com um valor calculado de 0,73 (este indicador varia de 0 a 1). Nos últimos dez anos, em particular, o IDH do Brasil não tem conseguido sair da casa dos 0,7 pontos, com crescimento relativo de apenas 5% em uma década. **Os fatos e os dados apontam, portanto, que o desafio de gerar e distribuir riqueza cultural, epistemológica e social, permanece inteiro nas nossas comunidades.**

Obviamente, as condições nas quais realizamos estas constatações são das mais complexas. O mundo contava em 1900 com cerca de 1,6 milhões de habitantes, vivendo majoritariamente em comunidades rurais. O Brasil, por sua vez, contava apenas com 17,4 milhões de habitantes no começo do século XX. Como sabemos, o tamanho do mundo e dos seus recursos não se multiplicou milagrosamente nos últimos cem anos, mas a população mundial, por sua vez, cresceu de forma exponencial para os atuais 7,3 bilhões de pessoas (cerca de 5 vezes mais seres humanos em comparação com o começo do século passado), ao passo em que a do Brasil foi multiplicada por 12, chegando a 204 milhões de pessoas em 2015. Ainda neste mesmo período, o estilo de vida dos seres humanos se alterou profundamente, sendo tal mudança ao mesmo tempo uma causa e uma consequência do crescimento populacional. Mais de 50% das pessoas no planeta vivem hoje em grandes cidades, e segundo os estudos do geologista norte-americano Earl Ferguson Cook, em seu livro “Man, Energy, and Society” (O Homem, a Energia e a Sociedade), o patamar de consumo energético médio per capita dos seres humanos foi multiplicado por três, entre a sociedade industrial do século XIX, em que cada pessoa consumia em média 77 mil kcal de energia por dia, entre alimentação, comércio, indústria, agricultura e transporte, para cerca de 230 mil kcal por dia por pessoa, na atualidade! Ainda em termos de emissão de gases a efeito estufa, e em particular de CO<sup>2</sup>, tivemos um crescimento sem precedente nos últimos cem anos, saindo de um patamar de 5 bilhões de toneladas mundialmente emitidas em 1900, para os atuais 40 bilhões de toneladas.

Em resumo, portanto, o desafio de aumentar rapidamente e constantemente o bem-estar das nossas comunidades, de forma



justa e responsável, se dá no contexto em que, em apenas cem anos, a população humana cresceu cinco vezes, tendo um consumo médio de energia três vezes maior por parte de cada pessoa, com uma emissão global de gases a efeito estufa que cresceu oito vezes! Uma conclusão unívoca deve se impor a nós: os processos e as decisões do passado, que nos levaram até os dias de hoje, não serão suficientes para nos levar até o dia de amanhã. Necessitamos reinventar o nosso modo de viver, consumir, produzir, de forma tão radical como as mudanças sistêmicas de patamares em que a Humanidade transpassou na sua história recente. Necessitamos, para ***obrar ao progresso do bem-estar das nossas comunidades, um diálogo ético e moral na diversidade, que nos leva a uma cultura da inovação pela educação, e a uma cultura da educação pela inovação.***

## Cultura da inovação pela educação, cultura da educação pela inovação

Querer obter resultados diferentes, continuando a operar da mesma forma, nas mesmas condições, este é sem dúvida um empreendimento que terá poucas chances de sucesso. De um ponto de vista holístico, o sistema complexo social humano, em interação fractal com diversos outros sistemas, como o ecossistema biológico natural do planeta, está muito provavelmente chegando ao que conhecemos na teoria da complexidade como ponto de mudança do seu equilíbrio, em que uma nova organização, e propriedades radicalmente diferentes deste sistema, estão prestes a emergir para caracterizar um novo patamar de complexidade. Uma questão relevante de ser realizada neste contexto é a de saber se queremos conduzir de forma

consciente esta transição, ou se queremos apenas ser “vítimas” das mudanças, pensando em termos de sociedade humana.

Para sermos fiéis ao que mais importa, **obrar para progresso do bem-estar das nossas comunidades**, necessitamos escolher uma posição de protagonismo na transição. Para sermos, portanto, novamente precisos e focados na nossa intenção, propomos concentrar todos os nossos esforços, institucionais, organizacionais, humanos, no desenvolvimento de uma **cultura da inovação pela educação, com sua recíproca cultura da educação pela inovação**, criando entre inovação e educação um relacionamento autogerativo, em que o fortalecimento da educação leva a mais inovação e progresso, sendo tal inovação e progresso o retroalimento de uma educação em constante evolução na sua proposta, profundidade e qualidade. Propomos, portanto, que a educação seja ao mesmo tempo a causa e a consequência da inovação, e que, por sua vez, a inovação seja consequência e causa de educação.



Figura 1: Relacionamento cogerativo da Educação e da Inovação

Para as finalidades deste artigo, definiremos, portanto, a Educação como a capacidade da sociedade humana de gerar, transferir e reter de forma intra e intergeracional conhecimentos, competências, culturas e valores. Definiremos a Inovação como progresso, ou seja, como a capacidade da sociedade humana de converter de forma responsável tais conhecimentos, competências, culturas e valores em riqueza, seja ela cultural, epistemológica ou material (ou seja, econômica).

Proporcionar uma cultura da inovação pela educação é, portanto, compreender que a Educação é matéria-prima do processo de inovação, e consequentemente do empreendedorismo inovador. Não existe obviamente possibilidade de progresso, ainda mais em um momento de transformação do equilíbrio sistêmico geral da sociedade humana, sem geração de conhecimentos novos, ou seja, sem pesquisa científica de qualidade, sem desenvolvimento de competências práticas, sem preservação e crescimento cultural, e sem transferência e cultivo dos valores fundamentais que sustentam o nosso propósito, a Ética e a Moral nos relacionamentos humanos. Reciprocamente, no ponto de mutação em que estamos inseridos, a educação deve ser mais de que uma mera finalidade em si: ela deve ser ponto de partida de um protagonismo humano no empreender e no inovar, por meio do qual geraremos riqueza cognitiva, epistemológica, cultural e material. Essa riqueza gerada passa então a ser o novo substrato da educação, que por sua vez se torna, desta forma, epistemologicamente, culturalmente e artefactualmente (materialmente) inovadora.

As implicações práticas desta proposta são obviamente numerosas, e podem ser destacadas como:

- A inserção sistemática dos resultados de pesquisas acadêmicas, e de competências técnicas e tecnológicas, em empreendimentos inovadores;
- A potencialização da diversidade cultural como artefato de inovação e geração de riqueza, na economia do conhecimento e da experiência;
- A inserção sistemática e transversal da disciplina do empreendedorismo inovador nos processos educacionais de todas as naturezas;
- A potencialização e transformação constante dos processos educacionais por meio de inovações tecnológicas e sociais disponíveis.

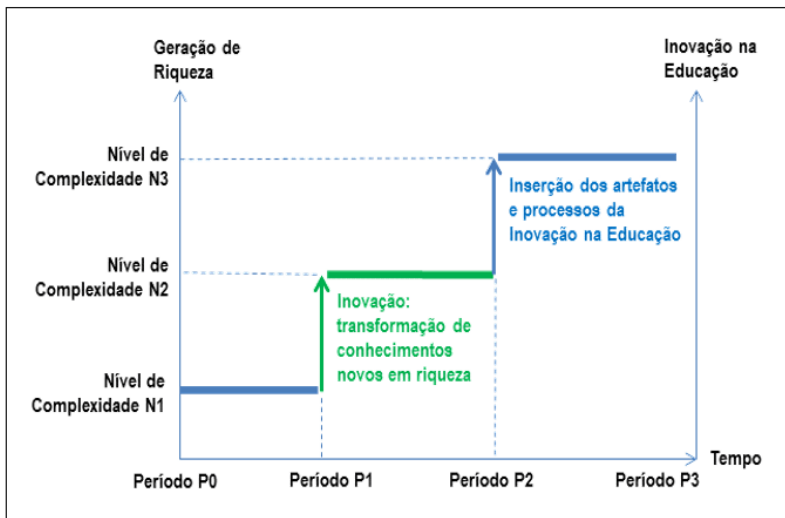


Figura 2: Crescimento da geração de riqueza na interação entre educação e inovação

A cultura da inovação pela educação, que por sua vez torna a educação inovadora na sua proposta, pode ser materializada por meio de práticas pedagógicas efetivas, para concretizar o protagonismo que desejamos ter na condução das mudanças. A próxima parte deste artigo o demonstrará por meio da apresentação do “Desafio de Projetos Integradores” do Senai, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

## **Estudo de caso: a iniciativa do “desafio de projetos integradores” do Senai**

O Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, é a maior rede privada de educação profissional e serviços tecnológicos do Brasil, sendo uma das maiores estruturas desta natureza no mundo, contando com cerca de 4 milhões de matrículas em todo o Brasil em 2014. Com a missão de “promover a educação profissional e tecnológica, a inovação e a transferência de tecnologias industriais, contribuindo para elevar a competitividade da indústria brasileira”, o Senai deseja se “consolidar como a instituição líder nacional em educação profissional e tecnológica e ser reconhecido como indutor da inovação e da transferência de tecnologias para a indústria brasileira, atuando com padrão internacional de excelência”. Presente em todos os estados da federação por meio de 810 unidades operacionais, o Senai opera em 28 setores industriais, e possui 26 Centros de Pesquisa e Desenvolvimento Industriais, além de 59 Institutos de Tecnologia.

Sob uma ótica educacional, o Senai opera por meio de uma metodologia pedagógica conhecida como “Metodologia Senai de Educação Profissional”, que propõe uma prática docente aderente

a um modelo comprometido com o desenvolvimento das competências profissionais requeridas pelo mundo do trabalho, permitindo aos alunos, no seu processo de formação profissional, mobilizarem seus conhecimentos na geração de novas ideias, e exercitando importantes capacidades para os seus desempenhos profissionais, como pensamento crítico e criativo, bem como a autonomia e a proatividade.

Uma situação de aprendizagem importante desta metodologia consiste nos chamados “**Projetos Integradores**”, pelos quais desejamos dar a oportunidade ao aluno de mobilizar suas competências de forma transversal e multidisciplinar, para resolver por meio de um trabalho em equipe, um desafio real de uma indústria real. Desta forma, os projetos propostos pelas equipes, nesta prática pedagógica, são integradores, na medida em que:

- **Integram a teoria e a prática** por meio da aplicação do conhecimento na resolução de um desafio industrial real;
- **Integram alunos de diversas modalidades e diversos cursos**, visando formar equipes empreendedoras e criativas, em que a diversidade é matéria-prima da capacidade de inovação;
- **Integram os diversos domínios de competências e conhecimento** objeto do processo educacional em uma visão pragmática e inovadora, para atendimento de um projeto industrial concreto;

Relembrando o que realmente importa, **obrar para progresso do bem-estar das nossas comunidades**, por meio de

***um diálogo ético e moral na diversidade***, a prática pedagógica dos **Projetos Integradores** se constitui como solo absolutamente fértil para desenvolver uma **cultura da inovação pela educação, com sua recíproca cultura da educação pela inovação**.

A partir de uma proposta de trabalho do Centro Internacional de Inovação do Senai do Paraná, o Departamento Nacional do Senai concordou em pilotar no decorrer do ano de 2015 um empreendimento desafiador baseado nesta metodologia, chamado do **“Desafio Senai de Projetos Integradores”**, uma competição nacional entre alunos de cursos técnicos da instituição, que visou reunir critérios teóricos e práticos aos conceitos de educação, gestão empreendedora, estratégica e da inovação. O principal objetivo desse desafio foi fortalecer o desenvolvimento da cultura de inovação entre todos os alunos, mobilizando a Metodologia Senai de Educação Profissional, no que se refere ao trabalho pedagógico, como plataforma para tal cultura.

O Desafio Senai de Projetos Integradores foi lançado com o início das aulas 1º semestre de 2015 nos 27 departamentos regionais do Senai, em todo o Brasil, mobilizando **2.220 alunos** distribuídos em equipes com 4 alunos, de no mínimo dois cursos técnicos diferentes. Estes alunos desenvolveram, no total, **570 projetos** no decorrer do ano de 2015, culminando, após fases de avaliação e seleção regionais, em uma avaliação final dos projetos, por meio de uma banca. Um encontro nacional de premiação foi então organizado, tendo sido reconhecidos os **12 projetos mais empreendedores e inovadores do Brasil**.

Na sua operação, o Desafio Senai de Projetos Integradores se baseou em 4 temas industriais que foram revelados por meio de uma análise dos objetivos de inovação de 200 empresas brasileiras, cruzada com os perfis profissionais do Senai e unidades curriculares dos nossos cursos técnicos. A escolha final dos desafios se deu por meio de um encontro presencial com empresas e docentes, em que 4 temas-perguntas foram selecionadas:

- Como transformar resíduos industriais em aplicações que gerem valor para a sociedade?
- Como ampliar e facilitar a utilização de energia renovável em residências e/ou empresas?
- Como melhorar a mobilidade urbana por meio de novas tecnologias e sistemas de informação e comunicação eficientes?

Como otimizar a utilização da água nos processos de fabricação por meio de soluções econômicas? É absolutamente interessante observar em qual medida, por meio de um levantamento neutro dos objetivos de inovação de empresas, cruzado com a própria cultura educacional do Senai, advindo da sua metodologia pedagógica, chegamos a relevar de forma muito natural ***desafios que realmente importam***, ligados ao mesmo tempo às necessidades competitivas industriais, e preocupações legitimamente humanas, sob uma ótica socioambiental.



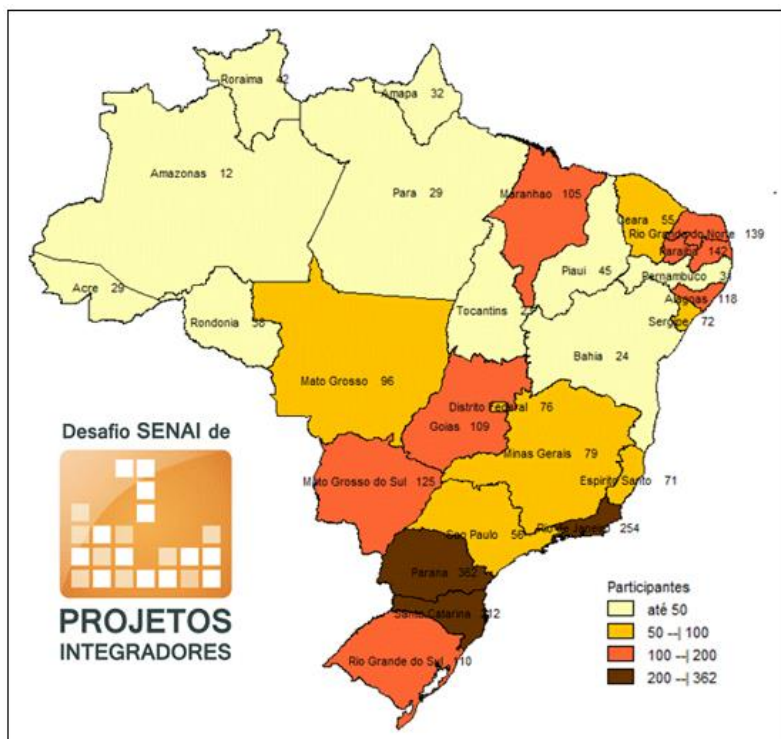


Figura 3: Distribuição nacional de alunos dos cursos técnicos do Senai no desafio de projetos integradores

Os desafios revelados foram então objeto de estudo por parte das equipes multidisciplinares de alunos do Senai formadas que, durante cerca de **6 meses, entre março e agosto de 2015**, visitaram indústrias, dialogaram com centros de pesquisa, elaboraram planos e modelos de negócio, contando uma plataforma colaborativa na internet, para facilitar a colaboração e cruzamento de ideias entre equipes de todo o Brasil.



Figura 4: Uma equipe de projeto integrador do Senai visitando uma empresa

De um ponto de vista metodológico e organizacional, o projeto contou também com fases de sensibilização e capacitações para docentes, por meio da criação do “Guia do Desafio para o Docente”, contendo todas as orientações pedagógicas e operacionais necessárias, e ainda por meio da realização de encontros presenciais e videoconferências com os multiplicadores do programa, em todo o país. Além dos temas mais classicamente pedagógicos abordados, os encontros e o guia foram uma excelente oportunidade de fortalecer em todo o Brasil uma **cultura de inovação pela educação**, por meio da inserção de temas como educação empreendedora, empreendedorismo inovador, inovação aberta, criatividade, modelos e planos de negócio, apresentação para investidores, entre outros.



Figura 5: Uma equipe de projeto integrador do Senai apresentando um modelo de negócio por meio da metodologia Canvas

A avaliação final dos projetos, que permitiu escolher as 12 propostas mais inovadoras e empreendedoras, entre 570 em todo o país, foi a árdua tarefa de uma banca avaliadora composta por empresários, investidores, pedagogos, professores e especialistas em empreendedorismo e inovação. Toda a iniciativa culminou, portanto, com a premiação e reconhecimento de 12 projetos em Brasília, no dia 15 de setembro de 2015.

Os 4 melhores projetos do Brasil, em suas respectivas categorias foram:

Como transformar resíduos industriais em aplicações que gerem valor para a sociedade?	<b>Pastilha Eco Tablet:</b> uma pastilha produzida a partir da compactação da serragem de madeira com aplicação de resina e verniz, o que a torna impermeável.
Como ampliar e facilitar a utilização de energia renovável em residências e/ou empresas?	<b>Smart Cover Generator:</b> uma telha capaz de captar, ao mesmo tempo, a energia solar e a gerada por vibrações mecânicas provocadas pelo vento, pela chuva e por ruídos para transformá-las em energia elétrica.

Como melhorar a mobilidade urbana por meio de novas tecnologias e sistemas de informação e comunicação eficientes?	<b><i>Pinhais na Linha Certa</i></b> : permite utilizar, de forma eficiente, a linha férrea que liga Pinhais, na região Metropolitana de Curitiba, à capital paranaense, com veículos leve sobre trilhos (VLT).
Como otimizar a utilização da água nos processos de fabricação por meio de soluções econômicas?	<b><i>Agrowater</i></b> : o sistema instala sensores para medida de umidade, temperatura, PH, pressão nas plantações, para melhorar a gestão da água para irrigação.

## Protagonismo e desenho do futuro

O futuro, tal como a realidade, seja ela material ou social, não precisam ser cristalizados com base nas nossas imagens do presente. Nem mesmo podemos admitir ser vítimas passivas das transformações sistêmicas do nosso mundo.

O que realmente deve nos importar, como seres humanos conscientes, e protagonistas do nosso futuro, é ***obrar para progresso do bem-estar das nossas comunidades, por meio de um diálogo ético e moral na diversidade***. Este ideal, longe de ser utópico ou teórico, concretiza-se na disciplina das escolhas corretas que podemos e devemos fazer em todos os instantes. Propomos que tais escolhas sejam orientadas a promover uma ***cultura da inovação pela educação, com sua recíproca cultura da educação pela inovação***. Apenas desta forma poderemos proporcionar saltos quânticos rápidos e constantes em termos de geração e distribuição de riqueza, seja esta, material, cultural ou epistemológica, de forma justa e responsável.

O desenho do futuro nos pertence na medida do nosso protagonismo consciente, focado e responsável. Essa é para nós a maior lição aprendida da iniciativa do ***“Desafio de Projetos***

**Integradores” do Senai**, que com o sucesso da primeira edição em 2015, deverá ser reconduzida a partir deste momento de forma anual.



Figura 6: Os vencedores do desafio Senai de projetos integradores comemorando em Brasília



# Empreendedorismo sustentável: o caso da empresa O Casulo Feliz (Maringá/PR)

Thálita Anny Estefanuto Orsiolli  
Rodrigo Luiz Morais-da-Silva

---

## Introdução

Fundada em 1988 na cidade de Maringá-PR, a empresa O Casulo Feliz atua com tecidos confeccionados artesanalmente a partir de fibras naturais, como algodão, rami, linho e seda, cuja produção representa mais de 90% do faturamento da empresa. Atualmente, com a contribuição de vinte funcionários, a empresa se destaca na fiação de seda artesanal pela inexistência de concorrentes diretos no Brasil, apenas em países como China, Índia, Tailândia. Seus produtos são comercializados no mercado nacional de moda e decorações de luxo, como tapetes, mantas e cortinas, além de trajes exclusivos para telenovelas e minisséries brasileiras.

Entretanto, a notoriedade da empresa vai além da inovação e exclusividade dos seus produtos e envolve a questão da sustentabilidade. De acordo com Gustavo Augusto Serpa Rocha, proprietário e fundador de O Casulo Feliz, a essência de sua empresa está baseada em três elementos:

- 1) Fiação artesanal com tear manual, reduzindo a intervenção de maquinário e a valorização do trabalho

humano, bem como a utilização de fibras naturais e tingimento vegetal proveniente de plantas e compostos;

- 2) A reponsabilidade social, devido ao fato da empresa estar instalada no bairro mais carente da cidade de Maringá e empregar moradores ou ex-moradores do bairro; e
- 3) A viabilidade econômica, no sentido de garantir a sustentabilidade financeira da empresa.

Embora seu negócio seja considerado um exemplo de empresa sustentável a ser seguido na atualidade, Gustavo explica que nos primeiros anos da empresa, essas eram percebidas como ideias de maluco. “Era algo considerado muito hippie, que só os malucos tinham essa visão de desejar ter um mundo melhor embasado em produtos naturais, acreditando que o ambiente que nós podíamos gerar, poderia dar resultado na sociedade”, diz. Com o passar do tempo essa visão foi sendo modificada, e o que no início era considerado ideia de maluco, passou a ser reconhecido por sua autenticidade e qualidade na elaboração dos produtos, bem como por sua preocupação e cuidado com o ambiente natural e social.

## O caso “O Casulo Feliz”

### Empreendedor

Gustavo Augusto Serpa Rocha, casado com Fátima, pai de três filhos, é proprietário e fundador da empresa O Casulo Feliz. Formado em zootecnia com especialização em sericicultura (ciência que estuda a criação do bicho-da-seda), foi professor da



Universidade Estadual de Maringá (UEM) na área de ciências agrárias, ministrando aulas sobre a criação do bicho-da-seda para os cursos de agronomia, zootecnia e medicina veterinária.

O amplo conhecimento e experiência com o bicho-da-seda fez com que Gustavo percebesse a oportunidade de empreender nesta área. Após uma visita técnica com seus alunos a uma indústria de fiação de seda na região, Gustavo foi informado que 3% dos casulos eram descartados por possuírem pequenas imperfeições, vez que as máquinas utilizadas na indústria eram incapazes de fiar este tipo de casulo.

Essa informação despertou a curiosidade e a vontade de Gustavo em trabalhar com produtos provenientes da seda, a aventurar-se no universo do empreendedorismo e a fundar sua própria empresa. Hoje, com 60 anos de idade, Gustavo, juntamente com sua esposa, responsável pelo setor financeiro, administra o empreendimento. O casal possui dois filhos que não atuam diariamente no negócio e uma filha designer que, ocasionalmente, auxilia na criação e desenvolvimento de novos produtos.

### Histórico da empresa

A história da empresa se inicia quando Gustavo, ainda professor da UEM, levou seus alunos a uma visita técnica para conhecer uma fiação de seda industrial. Um aluno, ao observar que alguns casulos de aparência diferente (imperfeitos, tortos ou com cores escuras) eram separados dos demais, questionou o gerente da indústria sobre o destino daquela parte da produção. O gerente respondeu que aqueles casulos imperfeitos,

correspondiam a 3% do total, eram descartados do processo produtivo, uma vez que sua fiação não era possível.

“Depois disso, fiquei pensando que 3% de toda a produção de seda brasileira seria muita coisa. Peguei o casulo e cozinhei, peguei uma roca (instrumento utilizado para o processo de fiação manual), que era da minha avó, e vi que saía fio. Percebi que dava para fiar à mão”, conta o empresário. Esse conhecimento sobre a fiação manual foi aprendido por Gustavo quando adolescente no trabalho artesanal com seus familiares, por isso, ao testar o casulo imperfeito para indústria, notou que poderia ser fiado com tear manual. O resultado obtido foi um fio de caráter rústico, imperfeito, de beleza única e discrepante dos fios e tecidos de seda tradicionalmente comercializados no país.

Em paralelo à situação descrita anteriormente, Gustavo, que estava participando de projeto social em uma comunidade localizada no bairro considerado, na época, o mais empobrecido da cidade de Maringá, decidiu que algo deveria ser feito no intuito de auxiliar aquelas pessoas. Considerando a ideia empreendedora com o fio de seda fiado à mão, Gustavo pensou inicialmente em realizar atividades que envolvessem as mulheres do bairro carente que havia conhecido. A partir disso, o empreendedor decidiu unir ambas as ideias e fundar a empresa dentro da comunidade para que pudesse trabalhar com fiação de seda artesanal (tear manual) e oferecer trabalho às pessoas (homens e mulheres) que residiam no bairro pobre em questão. “Eu queria contratar pessoas que não tivessem conhecimento, estudo, sem opção nenhuma, que pudessem aprender. Queria transformar a vida delas, de catador de papel em artesão, fazer arte, ensinar uma profissão”, diz o empreendedor.

No início do negócio, por não possuir recursos financeiros suficientes, Gustavo continuou trabalhando na UEM, mas permaneceu acompanhando diariamente a produção de fios. Entretanto, sua primeira estratégia mercadológica de venda dos fios em rolo para pequenos comerciantes e empresas de tecelagem não rendeu bons resultados, consumindo grande parte dos recursos destinados à manutenção da empresa.

Ao perceber que tal estratégia não estava trazendo os resultados esperados, Gustavo decidiu mudar o foco de atuação da empresa e passou da venda de fios em rolo para a venda de tecidos acabados para confecção de roupas e peças de decoração. Aos poucos, passou a produzir peças decorativas, como tapetes, cortinas e almofadas.

### Desafios

Quando estava constituindo a empresa, Gustavo foi chamado, muitas vezes, de maluco pelos familiares, amigos e empresários da cidade por sua ideia de sustentabilidade, principalmente pela importância que dava às dimensões social e ambiental do seu empreendimento. Quando questionado sobre a sua reação quanto às críticas, o empreendedor afirma que a intenção de seu negócio era unir o social, ambiental e econômico com a ideia de fazer o bem. “Nossa ideia era trabalhar sem fazer mal para ninguém, sem pensar em coisas que não seriam boas para o nosso planeta, para o nosso povo, para o meio ambiente, para o dia a dia. Para O Casulo Feliz, o pensamento é assim e se não for assim, não vai”, admite.

Gustavo conta, ainda, que a manutenção de uma empresa no mercado demanda um esforço contínuo e que sua empresa foi

à falência duas vezes principalmente, conforme sua opinião, pela instabilidade econômica e política que marcaram a história das últimas décadas do Brasil. Para o empreendedor, a falência é passível de ocorrer com qualquer empresa e, com isso afirma que: “[...] minha única preocupação foi pagar o salário dos funcionários, pois quando se está começando isso pode ocorrer”. Gustavo complementa que para transformar uma empresa em algo que se sustente é preciso manter foco. “Para que os propósitos sejam atingidos é preciso muito trabalho, muita seriedade, ética, espiritualidade e esse espírito positivo de achar que eu construo, que eu faço”, conta.

No que se refere aos desafios atuais do negócio, o empreendedor argumenta que lidar com pessoas é a parte mais complexa e difícil de todo esse processo, “se o ser humano não tiver uma espiritualidade muito grande, ele não mantém o seu investimento, porque o empreendedor é uma ideia maluca com grande oportunidade de dar certo lá na frente, mas ninguém acredita, por isso ele é empreendedor”. Somado a persistência e espiritualidade, Gustavo considera o ato de lidar com pessoas um desafio, pois a única forma de convencer tanto seus funcionários ou parceiros a acreditarem na ideia de um empreendimento é por meio das atitudes e do trabalho. “O ser humano é psicológico. Você tem que ter muita espiritualidade para levar, buscar visualizar o que é certo, o resto é matemático, não é difícil. Comparado é até fácil”, diz o fundador.

Com o tempo e muito trabalho, as críticas ao empreendedor e ao empreendimento cederam lugar ao reconhecimento. “Tudo o que você planta você colhe. O Casulo Feliz sempre seguiu uma linha de espiritualidade, honestidade,

uma empresa que tenta fazer o bem. Com o tempo fomos colhendo, as pessoas foram entendendo a ideia do negócio”, admite o empreendedor. Gustavo explica que sua ideia de sustentabilidade estava pautada em fazer um mundo melhor, não em ter isso como marketing ou para cumprir requisitos, mas em modificar a realidade a partir de ações. “A meta do Casulo Feliz é fazer um mundo melhor. O que me surpreende são esses momentos que você vê que aquilo que eles me chamavam de louco, está certo, está na moda hoje em dia e é valorizado”, diz.

### O momento da virada

Como muitos empreendedores contam, há sempre um momento percebido como a “virada”, algo que é modificado, que pode ser tanto uma mudança mercadológica, quanto uma reestruturação da empresa. No caso da empresa O Casulo Feliz, Gustavo explica que essa mudança ocorreu “quando nós mudamos e paramos de tentar vender o artesanato de seda, o fio de seda para pequenos empresários, pequenos produtores, as tecelagens manuais para produzir produtos para a alta moda e alta decoração no Brasil”.

Atualmente, a empresa trabalha com tecidos exclusivos para confecção de vestuário de luxo, vendida nas grandes cidades brasileiras, e roupas encomendadas para minisséries e telenovelas. Além disso, O Casulo Feliz desenvolve e comercializa fios e tecidos para grandes estilistas brasileiros em desfiles nacionais e internacionais. Além do mercado da moda, a empresa atua também no mercado de decoração, fornecendo tecidos ou desenvolvendo peças com alto valor agregado, expostas em feiras nacionais do segmento.

Para o empreendedor tal mudança ocorreu em consequência do produto ter sido reconhecido tanto por sua qualidade quanto por sua exclusividade, despertando a necessidade de adequar o preço à qualidade e à exclusividade oferecida aos seus clientes. “A pessoa que compra esse tipo de produto compra porque gosta, porque quer dessa forma, porque aceita e gosta das irregularidades e imperfeições do fio e do aspecto da sustentabilidade. Assim, ganha tanto a pessoa que compra quanto quem faz o produto, O Casulo Feliz”, conta. Cabe ressaltar outro fator de sucesso da empresa que caracterizou o “momento da virada” foi a valorização crescente do mercado pelos produtos com apelo sustentável, discutido na sequência.

### Empreendedorismo sustentável

O pensamento sobre a sustentabilidade na empresa O Casulo Feliz não surgiu há poucos anos, mas sim desde sua fundação. “A ideia dessa empresa se baseou numa ideia de uma sustentabilidade do tempo que meio ambiente era metade do ambiente, do tempo que se quisesse dizer alguma coisa relativa a produtos naturais, utilizava-se a palavra macrobiótico”, conta Gustavo. Como a questão da sustentabilidade não era tratada por grande parte das empresas na época da fundação de O Casulo Feliz, o empreendedor mostrou-se visionário ao empregar práticas com foco nos pilares da sustentabilidade: econômico, ambiental e social.

No que se refere ao âmbito econômico, O Casulo Feliz atua de forma competitiva no mercado, buscando lucratividade por meio da inovação e da exclusividade de seus produtos. Quanto à dimensão ambiental, a empresa se destaca ao utilizar de matéria-

prima que seria desperdiçada no processo produtivo industrial de seda, a utilização de tingimento vegetal ao invés da tinta industrial, ao acrescentar matéria-prima derivada de garrafas PET em alguns de seus produtos e ao reciclar produtos defeituosos de seu processo produtivo.

Já o pilar social é satisfeito pela atenção especial dada às mães funcionárias da empresa ao serem disponibilizados maquinários de fiação para trabalho em casa, possibilitando o cuidado com os filhos e as tarefas do lar com a sua função na empresa. Outro ponto do pilar social é a preocupação manifestada pelo proprietário da empresa ao oferecer cursos de fiação de tecido às pessoas da comunidade, inclusive àquelas que não trabalham na empresa. Além disso, O Casulo Feliz disponibiliza máquinas para atividades com detentos que, com o seu próprio trabalho, conseguem a diminuição de suas penas. Também estabelece parcerias com comunidades indígenas que vivem em situação de pobreza, bem como incentiva seus funcionários a deixarem seus vícios, visitarem médicos e voltarem aos bancos escolares, em troca de uma segunda cesta de alimentos.

Ao compreender e considerar a relevância das contribuições econômicas, sociais e ambientais na empresa O Casulo Feliz e o quanto tais práticas direcionam as estratégias dos negócios na busca do sucesso, percebe-se que outras empresas também podem contribuir para um mundo melhor, com menor desigualdade de renda, menores taxas de pobreza e de poluição, além de manter o empreendimento viável economicamente.

## Reflexões e dicas para jovens empreendedores

Quanto às dicas aos jovens empreendedores, Gustavo argumenta que se iniciasse seu negócio hoje, jamais faria tudo da mesma forma. A ideia seria a mesma, mas a forma de conduzir o negócio seria diferente. “Eu não acho que fazer tudo igual é procedente para quem quer vencer. Hoje com a experiência que eu tenho faria tudo diferente, muito mais bonito, mais rápido e muito mais lucrativo” conta. Assim, segundo o empreendedor, o produto seria o mesmo e a localização da empresa dentro continuaria dentro do bairro carente. “O principal fator que eu acredito é que a empresa tem que estar dentro da favela, porque a ideia é fazer as pessoas dessa comunidade crescerem, e isso vai melhorar a vida delas e o ambiente que convivem”.

Gustavo aponta que o empreendimento reflete as consequências da atuação do empreendedor e quando está começando as ideias e as formas de reagir são uma, com o passar do tempo, elas são modificadas. “Nesse processo como empreendedor se eu pensar hoje, com os 28 anos da Casulo, eu acho que o mais importante foi a experiência. Se eu pegar 10 anos atrás, seria espiritualidade, se diminuir mais 10 anos, seria determinação e garra”, diz. Para ele, a forma de atuar do empreendedor vai depender da fase em que a empresa se encontra, ou seja, não existe uma forma linear e constante de pensar e agir, isso vai mudando conforme a atitude necessária para aquele momento.

Gustavo explica que é importante ter em mente que “o empreendedor não é uma pessoa que tem espírito de comodidade, o empreendedor é inquieto, é curioso, é batalhador e não deve ser



confundido com malandragem e vontade desmedida em ganhar dinheiro agora, pois não é algo momentâneo”. Ele ainda acrescenta: “o empreendedor é aquele que tem uma ideia e faz essa ideia virar uma empresa e isso pode levar anos. Ele tem que levar isso com seriedade e honestidade”.

Por fim, Gustavo deixa uma mensagem aqueles que desejam empreender: “Se você tiver esse tipo de espírito inquieto e curioso, fique atento e veja as coisas que estão passando ao seu redor, até arrumar o barco que você vai subir, que é seu empreendimento, uma coisa que existe, mas que ninguém viu”.



# Trabalhar na Indústria? Como?

Adriana Nitsche Mattei

Marco Antonio Areias Secco

Patricia Charvet

Waleska C. Laureth

---

## Introdução

Você já deve ter passado pela situação de ter que fazer uma escolha ou escolher um caminho para seguir e se sentir angustiado pelo fato de não ter muitas informações que pudessem ajudar a decidir. A falta de informação ou não saber onde encontrá-la pode ser fator determinante no planejamento adequado de ações importantes em nossa vida. Foi pensando na importância da escolha do caminho profissional que o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Paraná (SENAI PR) elaborou a **Coleção SENAI Os Especialistas**.

Na Coleção você encontrará informações e dicas sobre o mercado de trabalho, as atividades, as tecnologias e materiais utilizados por algumas profissões e áreas industriais. São informações iniciais para aqueles que estão escolhendo seu futuro profissional ou desejam mudar de profissão. A missão do SENAI é promover a Educação Profissional para a indústria brasileira e foi pensando na disseminação do conhecimento e no auxílio da orientação profissional que os treze Especialistas foram convocados! A escolha dos temas foi baseada nas áreas industriais que o SENAI PR atende, por exemplo, o eixo tecnológico de

**Produção Industrial.** O Ministério da Educação, no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos, define que esse eixo:

Compreende tecnologias relacionadas aos processos de transformação de matéria-prima, substâncias puras ou compostas, integrantes de linhas de produção específicas. Abrange planejamento, instalação, operação, controle e gerenciamento dessas tecnologias no ambiente industrial. Contempla programação e controle da produção, operação do processo, gestão da qualidade, controle de insumos, métodos e rotinas. É característica deste eixo a associação de competências da produção industrial relacionadas ao objeto da produção, na perspectiva de qualidade, produtividade, ética, meio ambiente e viabilidade técnico-econômica, além do permanente aprimoramento tecnológico (BRASIL, 2015).

Ética, normas técnicas e de segurança, redação de documentos técnicos, raciocínio lógico, empreendedorismo, além da capacidade de compor equipes, com iniciativa, criatividade e sociabilidade, caracterizam a organização curricular destes cursos.

Áreas como celulose e papel e vestuários também estão incluídas nesse eixo e são dois dos títulos da Coleção. Cada um dos treze livros possui um personagem fictício inspirado nos docentes do SENAI PR. Eles levam até você informações selecionadas para sua iniciação profissional. Em todos os lugares e a qualquer momento os Especialistas estão prontos para esclarecer e orientar sobre as possibilidades que a educação para o trabalho oferece. Ao final de cada livro você encontra dicas e um glossário com os principais termos técnicos utilizados na área. Bateu curiosidade? Conheça os títulos os livros da Coleção SENAI Os Especialistas:

1. Confeção
2. Higiene de Alimentos

3. Confeção
4. Mecânica Automotiva
5. Metal Mecânica
6. Automação
7. Celulose e Papel
8. Eletroeletrônica
9. Logística e a Cadeia de Suprimentos
10. Madeira e Mobiliário
11. Química
12. Segurança no Trabalho
13. Telecomunicações

A ideia da Coleção SENAI Os Especialistas nasceu em 2009 da iniciativa da direção regional do SENAI PR que buscou atender uma questão identificada pelos professores no dia a dia das escolas SENAI: a dificuldade de seus alunos em identificar suas vocações e fazer uma escolha profissional. A partir dessa realidade foi elaborado um projeto de educação destinado aos jovens a partir de 12 anos. Na Coleção, foram inseridas informações sobre algumas áreas profissionais, com intuito de incentivar a continuidade nos estudos e as possibilidades de carreira vindas da educação profissional. Independente dos conhecimentos prévios, tanto jovens quanto adultos podem acessar de forma rápida e democrática informações técnicas de qualidade elaboradas por especialistas do SENAI PR. Interessante, não?

O foco da Coleção é a democratização do conhecimento! Sendo assim, você pode acessar os livros na modalidade da educação à distância ou pela versão impressa. Essa estratégia foi pensada para que o conhecimento alcance pessoas que se

localizam geograficamente distantes de alguma escola ou que ainda não tenham acesso à internet.

No começo dessa história, em 2011, foram lançados somente cinco títulos: Confecção, Higiene de Alimentos, Construção Civil, Mecânica Automotiva e Metal-Mecânica. Contudo, muitas das áreas de atuação industrial ainda podiam ser abordadas. Assim, para socializar o conhecimento técnico disponível no próprio SENAI PR, a Coleção aumentou a quantidade de títulos passando para 13, como mencionado no começo deste capítulo. Veja um exemplo que ilustra a amplitude do programa. Em 2012, a Coleção foi disponibilizada no sistema penitenciário por meio de um convênio firmado entre a Secretaria de Justiça, Cidadania e Direitos Humanos (SEJU) e o SENAI PR. O objetivo foi sensibilizar os internos quanto à importância de aprender uma nova profissão, contribuindo para a recolocação no mercado de trabalho após o cumprimento das penas. A parceria acontece até hoje com boa adesão de matrículas. Pela Lei 17.329/2012 os detentos têm o direito de remissão de pena por meio do estudo e da leitura: a cada 12 horas de atividade de estudo o condenado poderá remir 1 (um) dia da sua condenação. No caso da coleção “Os Especialistas” a comprovação do estudo acontece por meio da ficha de avaliação que é entregue ao SENAI PR.

Confira a seguir alguns relatos sobre a importância da Coleção “Os Especialistas” para os detentos. Tanto no primeiro, como no segundo relato, é clara a preocupação das detentas quanto à recolocação no mercado de trabalho e aquisição de novos conhecimentos.

Eu, F., estou presa há dois anos, fui condenada a 14 anos e 4 meses, e ainda tenho que ficar 1 ano e 10 meses. Durante

esse tempo que me encontro aqui, fiz vários cursos, que foram rápidos, mas que eu tirei proveito deles. Pude ter uma noção sobre moda, costuras, higiene de alimentos, entre outros. Foram cursos à distância, mas muito interessante. Quando eu sair daqui e for procurar um emprego, já terei esses cursos para incluir no meu currículo, e com certeza terei mais chances para ingressar no mercado de trabalho (sic). F.P.P. (nome abreviado para que ela ficasse à vontade para dar seu depoimento).

Meu nome é C.M.Q.S. Eu tive o privilégio de fazer o curso de Eletroeletrônica da Coleção “Os Especialistas” e “Caminhos da Profissão”, e gostaria de fazer outros cursos, porque aprendi muitas coisas novas que não sabia. Os cursos vão me ajudar muito a abrir novas portas e me incluir novamente no mercado de trabalho. Neste curso, por exemplo: aprendi a entender melhor a área de eletroeletrônica, saber qual é o polo positivo e o negativo e até como fazer uma pilha artesanal com um limão. Foi muito legal adquirir novos conhecimentos e com a qualificação dos cursos do SENAI vai ser muito mais fácil voltar a área de trabalho e me inserir novamente a sociedade. Os cursos da Coleção “Os Especialistas” são objetivos e consegui encontrar as respostas e explicações com a ajuda do Ninja (personagem da coleção) (sic). (C.M.Q.S).

Uma das missões da Coleção é alcançar diferentes públicos. O sucesso de alcance permitiu que, em 2013, essa iniciativa fosse reconhecida com o Prêmio Ozires Silva de Empreendedorismo Sustentável - Empreendedorismo na Educação. Na categoria de empreendedorismo na educação, o prêmio privilegia projetos relacionados ao desenvolvimento de práticas na área da Educação, como é o caso de programas de ensino para jovens e adultos, desenvolvimento de sistemas pedagógicos, atividades de conscientização, projetos educacionais, educação corporativa, entre outros. Com o

reconhecimento vieram mais matrículas e os números não param mais de crescer! De seis mil matrículas iniciais em 2012, a Coleção alcançou 23 mil matrículas ao término de 2012, passando para quase 39 mil em 2013 e finalizou 2014 com 44.807 matrículas. O título que tem atraído mais pessoas é o Higiene de Alimentos. Desde o lançamento da Coleção, ele é o mais procurado por aqueles que desejam conhecer um pouco mais sobre as possibilidades profissionais dessa área. Contudo, outros títulos também fazem sucesso, como Metal Mecânico e Mecânica Automotiva.

Um dos aspectos positivos do programa é que tanto os livros, quanto a emissão dos certificados são gratuitos. Sim, você leu bem: há um certificado! Ao solicitar um ou mais livros nas Unidades SENAI PR você pode realizar uma avaliação, que vem juntamente com o livro, entregar no SENAI PR e receber um certificado de curso de iniciação profissional de 60 horas. Em cada livro da coleção há duas fichas: uma cadastral e a outra de avaliação (cartão-resposta). Após o término da leitura você pode responder a ficha de avaliação, preencher a ficha cadastral e entregá-las no SENAI PR. São aprovados aqueles que atingirem desempenho igual ou superior a 60% na avaliação. Após 30 dias os aprovados podem retirar o certificado no SENAI PR.

Você recorda do personagem Ninja mencionado no depoimento de uma das detentas? Ele é um dos *apertos* da Coleção. Ao final de cada livro você irá encontrar uma novidade inserida na Coleção: uma réplica em papel, do especialista de cada livro, que pode ser montado e se transforma em um *papertoy*. Você achou um pouco infantil montar um boneco de papel? Pois saiba que em cada exposição dos cursos que o SENAI PR oferece,



visitantes de todas as idades, ao conhecerem os livros, acabam se encantando com os bonequinhos. Querem pegar, montar e até levar para casa! Os *papertoys* representam o personagem que guia o leitor pelo texto na condução das atividades propostas. Em cada livro da Coleção você será conduzido por um personagem, isso porque, o conteúdo foi escrito em uma linguagem em forma de diálogo e você pode se sentir conversando com um especialista no tema. Conheça um pouco mais dos especialistas personagem de cada título da coleção:

Na área da **Confecção**, a especialista Lila Channel nos conta um pouco da História da Moda e como o comportamento em relação às formas de se vestir foram sendo modificados. Depois do passeio histórico, Lila traz informações sobre as tecnologias utilizadas na área têxtil, materiais e técnicas de confecção. Uma profissão ligada à indústria da moda é atraente para você? O SENAI PR escolheu essa área pela importância que ela representa para uma série de profissionais inseridos no mercado de trabalho como costureiros, consultores de imagem, designers e desenvolvedores de produtos têxteis, engenheiros da área têxtil, estilistas, figurinistas, ilustradores de moda, jornalistas da moda, modelistas, especialistas em marketing de moda, vitrinistas, etc.

A professora Higena é quem apresenta a área de **Higiene e Alimentos**. Os temas foram selecionados para aqueles que possuem interesse tanto em trabalhar nessa área quanto para todos que se preocupam com a qualidade dos alimentos e bebidas que consomem. Você gosta de cozinhar e lidar com alimentos? Sabia que pode escolher atuar em diversas profissões como padeiro, confeitoiro, gastrônomo, nutricionista, chefe de cozinha, empreendedor do setor alimentício ou se especializar em mais de

uma delas tornando-se um manipulador de alimentos com diversas competências? Ufa, são tantas opções!

Agora se teu interesse é pela área da **Construção Civil**, ninguém melhor para conversar que o nosso especialista em obras Edgar, o Ed Viga. Com ele você vai conhecer assuntos relacionados à construção e o mundo do trabalho, à manutenção predial, à alvenaria, aos revestimentos cerâmicos, às instalações hidráulicas e elétricas e à pintura. Vamos lá! Mãos à obra?

**Mecânica Automotiva** é o que move o Professor Faísca! Nesse livro o professor convida conhecer um pouco mais sobre o motor do automóvel, os sistemas elétricos, de freios e suspensão, além de dar dicas de como ser um bom motorista. Coloque o cinto e aproveite a viagem nessa área profissional dos eletromecânicos e eletricitas de automóveis, mecânicos de automóveis leves e pesados, técnicos em manutenção automotiva, especialistas em inspeção veicular e processos de produção automotiva.

Ficou curioso para conhecer os personagens? Veja abaixo as capas dos livros e alguns *papertoys* dos personagens da coleção.



Figura 1: Livretos da coleção Os Especialistas e os papertoys

Fonte: SENAI PR

A missão da Coleção é ajudar com informação técnica na escolha profissional. Vamos conhecer as principais profissões ligadas aos setores industriais, de forma clara e divertida? Faça a jornada de conhecimento e inicie sua carreira profissional em companhia do SENAI PR e seus especialistas.

**O que deu certo e quais foram os desafios da Coleção os Especialistas?**

Empreender sempre envolve desafios. Nós saímos da nossa zona de conforto quando concordamos em assumir novas tarefas, ações e compromissos, mas isso é bom! Nos mostra novos caminhos, alternativas e nos faz crescer profissionalmente e pessoalmente.

No caso da Coleção Os Especialista tínhamos o conhecimento técnico necessário e estávamos empreendendo na área de educação profissional, uma área na qual o SENAI PR tem ampla experiência. É sempre mais tranquilo empreender em assuntos que temos conhecimento e esse foi um ponto positivo da iniciativa. Contudo, como em qualquer projeto, da ideia inicial à prática existem etapas a serem vencidas. No decorrer do processo de preparo da Coleção, surgiram dúvidas sobre: Quais profissões selecionar e áreas industriais priorizar? Como tratar os temas de forma a atender um público-alvo heterogêneo? Como conseguir prover informações de forma concreta para ajudar as pessoas a escolher seu futuro profissional ou mudar de profissão? A responsabilidade era grande! Os conselhos de colegas que conhecem o mercado de trabalho e a atuação das indústrias no Paraná, incluindo aqui gestores e até a própria direção, contribuíram muito para o desenvolvimento dessa iniciativa. Compartilhar ideias e dúvidas com pessoas nas quais confiamos traz resultados positivos!

Ao empreendermos, as questões orçamentárias e financeiras na maioria dos casos também são tratadas como desafiadoras. A Coleção Os Especialistas demandou recursos específicos no preparo e impressão do material. Contudo, como

ações de educação profissional fazem parte da missão do SENAI PR, foi uma questão de realocar recursos para essa Coleção e assim a questão de recursos não representou um fator que impedisse a sua criação.

Todos nós em algum momento da vida devemos experimentar empreender! Não precisa ser um projeto de alta complexidade e custo. Muitas vezes iniciando com pequenas ações, ganhamos a experiência e segurança que nos auxiliarão em outros empreendimentos maiores e mais complexos. Pode não ser fácil, porém, pode ser muito gratificante... como pudemos ver em alguns dos depoimentos de pessoas que ampliaram seus horizontes profissionais através da Coleção Os Especialistas. Então, você está preparado para um novo desafio? Empreenda! Experimente!



# Produtora de Cinema e TV: Um Caso de Empreendedorismo Feminino

Fernando Antonio Prado Gimenez

Daniela Torres da Rocha

---

## Introdução

Você está pensando em empreender? Que tal pensar na possibilidade de iniciar uma empresa produtora de cinema e tv? Não é fácil, mas, também não é impossível. Nesse capítulo nós queremos lhe contar a história de três jovens mulheres que estão empreendendo nesse campo. Vem com a gente!

O mercado de cinema e vídeo no Brasil é acompanhado pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE). Segundo dados que podem ser acessados no site da ANCINE ([www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)), entre 1995 e 2014, houve um crescimento constante da produção brasileira de cinema. Enquanto, entre 1995 e 2000, foram lançados, em média, apenas 21 filmes brasileiros por ano, entre 2011 e 2015, atingiu-se a média de 110 novos filmes lançados no mercado exibidor. Isto significou um crescimento de mais de 400%!

Para você compreender um pouco mais desse mercado, é importante saber como ele funciona. Há três atividades centrais que fazem parte desse campo de ação empresarial: produção, distribuição e exibição. A distribuição é a ponte que faz com que os esforços de produção de filmes e vídeo cheguem até o mercado

final. Este é composto pelo que se chama de diferentes janelas: cinemas, home vídeo (aluguel de vídeos ou dvd e venda desses produtos), *pay per view* nas TV pagas, exibição nas TV por assinatura e TV aberta.

A história que queremos lhe contar é sobre três jovens empreendedoras que resolveram enfrentar esse mercado na ponta inicial dele, ou seja, a produção de material audiovisual em diferentes formas para serem exibidos em salas de cinema e canais de televisão abertos e fechados. É uma história recente, mas que vale a pena conhecer.

Queremos lhe contar essa história porque nela enxergamos os cinco Ps do empreendedorismo: *Paixão, Propósito, Pessoas, Práticas e Produto*. A **Paixão** está relacionada com a dedicação devotada a algo, de forma que no empreendedorismo o objeto de desejo é o empreendimento. O **Propósito** se refere à motivação para empreender, tem a ver com a razão de existência do empreendimento, o que é oferecido ao mercado ou sociedade. O terceiro P, refere-se a **Pessoas**. Quando se fala em mercado não se pode esquecer que mercados são formados por Pessoas. O Propósito e as Pessoas possuem uma ligação clara, ou seja, para ser bem-sucedido o empreendimento deve ofertar algo capaz de atrair pessoas. **Prática**, é o quarto P do empreendedorismo. Empreender requer um saber fazer direcionado por três eixos: imaginar uma nova organização, buscar e articular recursos e tecnologia em um modo de operação e estimular e conduzir pessoas visando atingir objetivos. E o último P, refere-se ao **Produto**. O empreendimento se constrói em torno da capacidade de entregar um produto para o mercado ou sociedade, sendo este tangível ou intangível. E é no Produto que se apresenta o resultado



da Paixão, Propósito, Pessoas e Práticas. Se você quiser saber um pouco mais sobre os cinco Ps do empreendedorismo pode ler o livro de Gimenez (2005), também disponível em formato digital com acesso livre<sup>3</sup>.

Mas, você pode estar se perguntando: por que empreender no campo da produção de filmes? Outras informações no site da ANCINE mostram que o parque de salas de cinema no Brasil continua em crescimento, passando de 2830 salas em 2014 para 3013 em 2015. Embora, não seja fácil ter um filme exibido nas salas de cinema, devido à dominação do mercado pelas grandes produtoras de Hollywood, há espaço para crescimento do cinema brasileiro e há um conjunto de programas ofertados pela ANCINE para apoiar essa produção. Aliás, esse é um aspecto interessante desse mercado. Os mecanismos fiscais e editais de fomento ofertados pela ANCINE cobrem quase que integralmente os custos de produção de um filme. Assim, as rendas de bilheteria e de exibição em outras janelas são uma fonte de dinheiro extra para as produtoras.

Mas, antes de lhe contarmos a histórias dessas três jovens, vale a pena você saber disso. A ANCINE recentemente lançou um estudo sobre a relevância econômica do setor. O crescimento desse mercado tem sido de 8,8% ao ano em termos de valor adicionado. O que isso quer dizer? Que a geração de lucro nesse mercado tem apresentado uma variação significativamente superior ao crescimento médio do valor adicionado pelo conjunto de todos os setores da economia brasileira. De acordo com a ANCINE, a participação do setor na economia está à frente, de

---

<sup>3</sup> [http://issuu.com/fgimenez/docs/empreendedorismo\\_sustentabilidade\\_e](http://issuu.com/fgimenez/docs/empreendedorismo_sustentabilidade_e).

indústrias como, têxtil, farmacêutica, produção de produtos eletrônicos e de informática.

Diante desse contexto percebe-se que o setor está em um processo de crescimento acelerado destacando-se na economia do país. É nesse ambiente favorável, mas desafiador, que surgiu a Metafixa, uma produtora de cinema e TV localizada em Curitiba. Vamos ver como foi isso?

## Metafixa: uma criação de Francielly, Luísa e Alana



Em 2013, Francielly, formada em Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina, então com 23 anos, se questionou sobre qual rumo daria em sua vida profissional. Tentou trabalhar com comunicação popular, mas não conseguiu, optando então em se mudar para Curitiba e trabalhar com cinema e jornalismo. Como não tinha nenhuma formação na área de cinema e esta era uma de suas paixões, chegando aqui, iniciou uma pós-graduação na área e abriu uma empresa, a qual batizou de Metafixa, mesmo sem saber o que pretendia fazer com ela. O nome Metafixa foi escolhido para fazer uma analogia ao termo metafísica, além de estar relacionado com uma frase de um santo chamado São José Marelló, que Francielly gosta muito, que diz assim: “Uma vez fixada a meta, ainda que o céu venha abaixo, é preciso olhar para ela, sempre para ela”.

Depois de um período, começou a trabalhar como jornalista em um sindicato e nesse mesmo período, entrou em contato com o proprietário de uma produtora de cinema localizada em Curitiba e disse que tinha alguns projetos para ele. A verdade é que ela não tinha nenhum projeto em mente, queria apenas uma oportunidade de ser conhecida. Para sua sorte, acabou sendo convidada para trabalhar lá, permanecendo dois anos. Nesta produtora, teve sua primeira experiência com cinema e aprendeu tudo sobre a área, pois até então só tinha experiência de cineclube e na confecção de alguns vídeos para a igreja, atividades estas realizadas antes do início da graduação.

Podemos dizer que Francielly atuou nesta produtora como peixinho, ou seja, aprendiz de um tubarão (o proprietário da produtora): “o peixinho é aquele que acompanha o tubarão e se alimenta dos restos por ele deixados, aproveitando-se de sua sabedoria de caça” (TOMMASI, 2014, p.541).

Mesmo trabalhando em dois empregos (produtora e sindicato), Francielly fez alguns trabalhos na área de assessoria de imprensa por meio da sua empresa e, em 2014, confeccionou a logo, o site, locou um espaço em um *coworking* e iniciou alguns cursos sobre empreendedorismo no Sebrae.

No início de 2015, concluiu que sozinha não daria conta do recado. Precisava de pessoas e de novas ideias para que o negócio prosperasse. Como aprendeu no Sebrae, resolveu procurar pessoas com diferentes competências para que se complementassem. Foi quando conversou com a Alana, sua conhecida desde 2012, e com a Luísa, sua colega de pós-graduação em cinema. A partir de então montaram uma sociedade, em que a

Alana atua como roteirista e na pré-produção, a Luísa com pós-produção, produção e montadora e por fim, Francielly atuando com jornalismo e produção.

Luísa, 27 anos, formada em publicidade e propaganda, durante a graduação descobriu que sua área preferida era o audiovisual, sempre gostou de cinema e sempre teve vontade de entrar na área, todavia achava que o cinema estava longe de sua realidade, optando assim em trabalhar apenas com edição de vídeo. Depois de um tempo migrou para a área administrativa, onde permaneceu dois anos. Nesse período, começou a fazer a pós-graduação em cinema e pensou: “Eu quero fazer cinema, quero ter a experiência, quero ver como é”. Saiu do seu trabalho para tentar uma oportunidade na área de cinema e conseguiu editar um documentário para uma produtora, ingressando assim na área tão desejada e desconhecida por ela. Após o desenvolvimento do trabalho houve a oportunidade da sociedade em que estão agora. Além da sociedade, Luísa também atua como *freelance* na área de edição de vídeos.

Alana, 27 anos, graduada em cinema e Televisão, admiradora de ficção, conta que desde pequena é cinéfila e que sua mãe gastou uma fortuna em locações naquela época. Se você não conhece este termo, cinéfila significa “alguém que tem amor pelo cinema”. Durante o curso de graduação, descobriu que sua verdadeira paixão era a invenção de histórias, por isso se tornou roteirista. Decidiu entrar nessa empreitada, pois acredita que a empresa sendo sua lhe dá mais segurança de criar seus próprios projetos e lhe dá muito mais autonomia ao escrever. Atualmente é sócia da produtora Metafixa, todavia presta serviço em outras produtoras na elaboração de roteiros, como pessoa física.

Com exceção de Luísa, as jovens profissionais tiveram pessoas que as influenciaram a se tornarem empreendedoras. Francielly inicialmente foi influenciada por Luis Mito, que produzia material audiovisual na cidade de Londrina, e um dia lhe disse: “Fran, compre uma câmera e comece a filmar por aí” e ela seguiu o conselho e começou a fazer curtas. Posteriormente, conforme já mencionado, Francielly trabalhou na Camarada Filmes, que foi sua grande escola. Lá ela aprendeu toda a sistemática do cinema, e o Elói, cineasta e proprietário da produtora já há 30 anos no mercado, a inspirou e a fez perceber que fazer cinema era possível.

Alana foi influenciada pela própria Francielly, uma vez que foi ela que a convidou e a incentivou a ingressar nessa jornada. Além disso, o fato de pessoas bem-conceituadas no mercado cinematográfico, como o Aly Muritiba, da produtora Grafo, terem saído do mesmo lugar que ela (formação na FAP – Faculdade de Artes do Paraná) e possuírem uma trajetória muito parecida é uma motivação para continuar seguindo com os negócios.

As três jovens empreendedoras, iniciaram a sociedade, em janeiro de 2015, com o propósito de fazer Cinema e TV. Queriam fazer curtas-metragens, longas-metragens, ou seja, pegar um roteiro e produzir. Mas infelizmente, não foi exatamente isso o que aconteceu. Como essa atividade requer muito dinheiro, elas decidiram manter outros vínculos, além de fazer trabalhos de audiovisual. Além disso, fizeram trabalhos em áreas que não gostavam muito para poder manter a empresa.

Durante esse primeiro ano de empresa tiveram tanto surpresas agradáveis quanto desagradáveis. Em relação as

agradáveis, elas foram convidadas para produzir um documentário para o sindicato dos professores sobre a greve. Consistiu no primeiro grande trabalho. Foi um desafio e um grande aprendizado, pois o convite aconteceu enquanto elas estavam construindo a sociedade, ainda não tinham equipamentos, não dominavam algumas técnicas e nenhuma equipe além das três. Contaram com o *networking* de cada uma para conseguir equipamentos e algumas pessoas para colaborar na organização do documentário. Além disso, conseguiram ter uma sede alugada, mas com um bom espaço para desenvolverem seus projetos.

Quanto a surpresas desagradáveis, perceberam que os trabalhos de arte no Brasil não são muito valorizados, as pessoas agem como se os profissionais envolvidos devessem desenvolver por amor e de forma gratuita. E outra surpresa negativa foi a quantidade de impostos que devem ser pagos. Mesmo com pesquisas não tinham noção do quanto iriam recolher, só caíram na real mesmo após conversarem com o contador.

Em relação ao cinema brasileiro, avaliam que produtores e cineastas não conseguem sobreviver apenas com isso, todos têm uma renda extra que garante “o fazer cinema”. Então fazer cinema é quase que uma arte no sentido literal da palavra. Elas sabem que, como lhe dissemos na Introdução, atualmente, o país conta com vários mecanismos de captação de valores para execução de projetos de cinema. Mas, alertam que existe concorrência nos editais, além de ser um processo que demanda tempo, ou seja, quando um roteiro está sendo escrito você precisa pensar que aquilo será executado no mínimo daqui a dois anos. Ademais, percebem que o país vem investindo muito em série para TV e

afirmam que as séries estão ficando cada vez mais sofisticadas, com uma dramaturgia complexa, pois uma série pequena conta com 13 a 14 horas de programação e consegue-se abarcar de 12 a 14 personagens, cada um com sua história. Este mercado parece ser promissor na opinião delas.

Passado um ano da constituição da sociedade, as empreendedoras avaliam que estão sabendo se organizar melhor, porém concluíram que precisam reformular algumas coisas, como: pensar em como valorizar mais o trabalho, fazer uma ação para divulgação da marca, profissionalizar a empresa para adquirirem mais credibilidade no mercado.

Além disso, se mostram preocupadas com inovação e sustentabilidade. Pretendem investir em séries também para internet, pensando em um canal de web séries, que possa ser divulgado pela produtora e que seja executado com orçamento razoável. Ademais, estão pensando em investir em outros estilos de trabalho, como a ideia de organizar portfólio de artistas e realizar publicidade em parceria com outras produtoras.

Na empresa não possuem pessoas contratadas prestando serviço. Quando necessitam de contratação de profissionais, contratam pessoas terceirizadas em sua grande maioria que fazem parte da rede de contatos que possuem, sempre priorizando a contratação de mulheres, uma vez que não é muito comum a presença de mulheres nessa área.

## Alguns conselhos

Em nossa última conversa com as três, pedimos que elas dessem algumas dicas para quem está pensando em empreender nesse campo. Nós falamos para elas:

*- Pensem em um jovem ou uma jovem como vocês. O que diriam para ela ou ele, caso estivessem pensando em entrar nesse negócio?*

Veja o que elas disseram.

*- Comece como MEI (Microempreendedor Individual) para que tenha um menor custo para manter a empresa.*

*- Faça cursos técnicos na área que pretende atuar para poder exercer a atividade em uma eventualidade, além de poder acompanhar os colaboradores que desempenham a atividade.*

*- Frequentemente eventos em que encontre pessoas que fazem parte do mercado em que sua empresa está inserida ou vai se inserir. Essa é uma forma de fazer contatos e aumentar sua rede, seu networking.*

*- Nos projetos, pense grande. Principalmente se a ideia for abrir uma produtora de cinema, faça projetos pequenos, mas faça grandes também, pois quanto mais você tenta, mais você adquire experiência. Segundo Alana, “quem lidera é quem insiste mais, não é quem já dá o melhor projeto de primeira”.*



## E agora?

Como dissemos antes, na curta experiência da Metafixa, você pode ver a presença dos cinco Ps do empreendedorismo. A **Paixão** pelo cinema as levou a buscar uma alternativa de empreendimento nesse campo. Francielly, Luísa e Alana têm o firme **Propósito** de produzirem material para cinema e TV visando manifestar sua criatividade em diferentes tipos de **Produtos**. Para isso, descobriram que além delas, precisam da parceria de outras **Pessoas** para que possam atuar com sucesso nesse mercado, permitindo que outras **Pessoas** acessem suas produções. Por fim, foram atrás de conhecimento que lhes permitem exercitar as **Práticas** necessárias desse tipo de negócio. Veja um pouco mais da história delas no site da Metafixa (<http://metafixa.com.br>).

Esperamos que ao terminar de ler essa história, você tenha se inspirado e, um dia, possa trilhar os caminhos percorridos por Francielly, Luísa e Alana. E, também, outros caminhos que você imaginar. Como elas próprias disseram:

*- Não tenha medo de experimentar!*

## Saiba mais

Gimenez, Fernando Antonio Prado. Empreendedorismo, Sustentabilidade e a Vida de Professor: Prosa e Poesia. Curitiba: Edição Autor, 2015.

Tommasi, Livia de. Tubarões e peixinhos: histórias de jovens protagonistas. Educ. Pesqui., São Paulo, v. 40, n. 2, p. 533-548, abr./jun., 2014.

Agência Nacional de Cinema: [www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)

Associação de Cinema e Vídeo do Paraná: [www.avecpr.org.br](http://www.avecpr.org.br)

Textos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas:  
[www.3es2ps.blogspot.com](http://www.3es2ps.blogspot.com)

Informações sobre empreendedorismo: [www.sebraepr.com.br](http://www.sebraepr.com.br)



# REFLEXÕES SOBRE A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA



# Aprender, empreender e transformar

Fafita Lopes Perpétuo

---

## Introdução

A contextualização histórica acerca da educação empreendedora e suas perspectivas para o século XXI serão apresentados neste capítulo. Ademais, serão trazidos os conceitos que envolvem a educação empreendedora e seus desafios na realidade brasileira.

Para tanto se faz necessário entender de maneiras separadas o que é educação e o que é empreender. Baseado em referências de Paulo Freire (2007), educação é um processo social por meio do qual uma geração transmite a outra a visão de mundo; e assim acaba-se por entender a identidade coletiva da educação. Neste sentido, trata-se de é um instrumento que possibilita aos homens transformar a realidade com seu trabalho e desenvolver suas potencialidades. Ou seja, educar é conscientizar, é emancipar e não uma mera transmissão de conhecimento. E assim se observa que educar exige esforço transformador e coletivo seja da sociedade ou do poder público. Já empreender é um conceito que pode ser entendido por diferentes perspectivas. Para Gartner (1985) empreender é a criação de uma nova empresa. Já Shane e Venkataraman (2000) empreender requer o encontro de oportunidades e indivíduos. Entretanto para Dolabela (2008, p.60) são “atividades de quem se dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimento em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação”.

Assim a junção de educar e empreender remete a uma ação coletiva de efeito transformador; ou como acrescenta Mercadante (2013) a educação empreendedora é um processo coletivo, intencional e sistemático de desenvolvimento que envolve responsabilidade, liderança e interesse em buscar informações e correr riscos na vida e no trabalho. Mas, o desafio de falar sobre educação empreendedora vai além de uma questão semântica e teórica num país com tantas carências em educação. Além disso, requer atingir cidadãos espalhadas pelos 5.570 municípios brasileiros o que representa tanto uma oportunidade quanto um desafio. É salutar, no entanto enfatizar que além dos empreendedores natos, por meio das diferentes iniciativas que envolvem a educação empreendedora seja para crianças, adolescentes ou adultos podemos aprender a empreender.

## Contexto histórico e desafios da educação empreendedora

As primeiras contribuições sobre o estudo do empreendedorismo nos remetem ao século XVIII. A partir dos conceitos de Adam Smith, pensadores na França, Grã-Bretanha, Alemanha e Áustria mantiveram interesse sobre o empreendedorismo e seu impacto na economia. Enquanto área de pesquisa, o empreendedorismo emergiu entre 1970 e 1980. Desde então, o campo tem crescido com respeitável número de pesquisadores, publicações e eventos (LANDSTRON; LOHRKE, 2010). Landstron e Lohrke (2010) abordam que a pesquisa em empreendedorismo é um campo que tem atraído estudantes de diferentes áreas indicando que há conhecimento a ser construído por futuros pesquisadores. Com isso, a pesquisa tornou-se mais

direcionada e emprestou conceitos das áreas de Economia, Psicologia e Sociologia como forma benéfica e necessária para desenvolver suas próprias teorias (BRUSH et al., 2008 apud LANDSTRON; LOHRKE, 2010). Neste sentido, o fenômeno do empreendedorismo pode ser classificado como multidisciplinar, pois as contribuições de outras áreas trazem maior rigor, precisão e a legitimidade necessária a um campo relativamente novo (LANDSTRON; LOHRKE, 2010). Enquanto fenômeno, o empreendedorismo atraiu interesse acadêmico múltiplo e enquanto campo de pesquisa traz a marca de uma intensa migração de estudantes da área de negócios e de diferentes disciplinas das Ciências Sociais o que caracteriza sua fragmentação (LANDSTRON; LOHRKE, 2010). Landstron e Lohrke, (2010) defendem que empreendedorismo é um fenômeno complexo e que requer múltiplas lentes teóricas para ser entendido. Com isso, os autores identificam três eras da pesquisa sobre empreendedorismo: Era Econômica, Era Social e Era dos Estudos de Gestão.

Na Era econômica (1870-1940), apesar do interesse sobre empreendedorismo ter perdido força dentro da economia, alguns economistas ainda buscavam estudar os conceitos de Knight, Schumpeter e da Escola Austríaca (LANDSTRON; LOHRKE, 2010). Na Era Social (1940-1970) a ideia de empreendedorismo desapareceu gradualmente das teorias econômicas. Porém, nesta mesma etapa, a Psicologia passou a aproximar-se do tema com enfoque no empreendedor enquanto indivíduo e na sua personalidade. Já na Era dos estudos de Gestão (a partir de 1970) de acordo com Landstron e Lohrke, (2010), o empreendedorismo ganhou destaque no currículo das escolas de negócios nos Estados Unidos.

Assim a educação empreendedora aparece ligada às Escolas de Negócios norte americanas na década de 1970. A *University of Southern California* lançou o primeiro *Master of Business Administration* (MBA) com concentração em empreendedorismo em 1971, seguido pelo primeiro curso de graduação em 1972 (KURATKO, 2005). Já Katz (2003) aponta como marco histórico na educação empreendedora a aula realizada por Myles Mace no curso de empreendedorismo na *Harvard Business School*, em 1947.

No Brasil, de acordo com Dolabela (2008), o primeiro curso na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo, seguida pela Universidade de São Paulo (USP) que em 1984 introduziu a disciplina de criação de empresas no curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.

Assim, conforme destacado por Katz (2003), a abordagem das escolas de negócios norte-americanos relativa à educação para o empreendedorismo tem mais de 50 anos, com um crescimento acelerado na década de 1990 quando cursos, centros de estudo e publicações começaram a dobrar a cada 3-5 anos. Já Kuratko (2005) reconhece que nos últimos 25 anos temos assistido a um crescimento exponencial do campo do empreendedorismo e neste período além dos centros de estudo, eventos e publicações específicas, foram realizadas adequações pedagógicas e também investimentos em pesquisas para se entender quão preparados estavam os professores e a própria base teórica sobre o tema (KURATKO, 2005).

Com a análise do surgimento da educação empreendedora e seu caminho histórico realizados por Kuratko (2005) é possível apontar que o empreendedorismo ou certas facetas do mesmo,



podem ser ensinadas ou desenvolvidas nos indivíduos. No entanto, com base em estudos de Katz (2003) e Solomon et al. (2002) apud Kuratko (2005) se enfatiza que a legitimidade alcançada no atual estado da educação empreendedora ainda tem desafios críticos como:

- 1) A armadilha da estagnação, pois apesar de tratar-se de um campo já reconhecido ainda assim não alcançou a maturidade;
- 2) A concentração de publicações e pesquisas sobre empreendedorismo o que restringe o acesso a informação;
- 3) A qualificação do corpo docente, falta de professores e também o perfil do professor de empreendedorismo;
- 4) As deficiências no uso da tecnologia para educação empreendedora;
- 5) A necessidade de se trabalhar com o fracasso no empreendedorismo;
- 6) As incongruências entre a academia e o ambiente de negócios;
- 7) A não banalização do verdadeiro significado da palavra empreendedorismo pelos educadores; e
- 8) O apoio administrativo esporádico das universidades.

Apesar dos desafios, Kuratko (2005) reafirma que a geração mais jovem do século XXI está se tornando a geração mais empreendedora desde a Revolução Industrial; e este movimento desperta o interesse pelo campo da educação empreendedora. Apesar de retratar a realidade norte americana Katz (2003) enfatiza dois pontos chave para o fortalecimento da educação empreendedora que também são identificados no Brasil: o

número crescente de cursos e a quantidade de publicações sobre o tema. Sobre estes dois pontos uma consulta a um site de buscas traz mais de um milhão de “respostas” sobre cursos relacionadas a empreendedorismo e uma outra consulta a uma das três maiores editoras de livros no Brasil, mostra 1.018 títulos voltados ao tema do empreendedorismo.

Mas, quais são as implicações deste crescimento para o empreendedorismo? Kuratko (2005) nos lembra que a “revolução empreendedora tem tomado conta de todo o mundo e tem inegavelmente impactado o mundo dos negócios para sempre”. Em resumo, as empresas empreendedoras fazer duas contribuições para as economias de mercado. Primeiro, são parte integrante do processo de renovação que permeia e define as economias de mercado, pois desempenham um papel crucial nas inovações que levam à mudança tecnológica e crescimento da produtividade. Em segundo lugar são o mecanismo essencial pelo qual as pessoas são introduzidas no *mainstream* econômico. Ou seja, empreendedorismo é mais do que a mera criação de negócios. Embora esta seja uma faceta importante não representa o quadro completo (KURATKO, 2005).

No entanto em um campo com mais de 50 anos de idade é oportuno dizer que o ciclo de vida da educação empreendedora nas escolas de negócios dos Estados Unidos está no limiar da fase de maturidade e apesar dos desafios aqui apontados para Katz (2003) no século XXI, a educação empreendedora vai se tornar um produto em todo o mundo com vários concorrentes e nichos competindo por estudantes. O autor acrescenta que “a boa notícia” é que a educação para o empreendedorismo continuará como uma grande e crescente disciplina acadêmica em todo o mundo. No entanto, no Brasil o relatório do GEM (2012) aponta desafios, pois

o nível de educação empreendedora no ensino fundamental, médio, ensino técnico e superior é inferior em relação aos outros países participantes da pesquisa. E no relatório do GEM (2014) “educação e capacitação” juntamente com capacidade empreendedora e políticas governamentais são os fatores apontados pelos especialistas participantes da pesquisa como os mais favoráveis ao empreendedorismo. De forma adicional, no que se refere a este tema, as recomendações do GEM (2014) apontam as seguintes melhorias:

- Inserir conteúdo empreendedor nos três níveis de educação de forma sistemática e consistente, com vistas ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora que permeie a sociedade como um todo;
- Estímulo das instituições de ensino à criatividade e a conscientização sobre importância do empreendedorismo para a economia do país nas escolas, cursos técnicos e universidades brasileiras;
- Capacitação dos professores para o ensino do empreendedorismo.

É neste sentido que a visão complementar de Dolabela (2011) aparece ao defender que se deve “preparar a pessoa para desenvolver o seu potencial empreendedor”. Ao tratar da educação empreendedora, o autor enfatiza que nascemos com potencial empreendedor, no entanto não o desenvolvemos por impedimentos advindos desde a infância seja da família ou da escola. Reforça que a família é o principal formador do empreendedor e a escola atua de maneira complementar e que ambos criam um ambiente para o desenvolvimento do potencial empreendedor. Ao elucidar o papel da escola, Dolabela (2015)

afirma que empreendedorismo é um tema que deve ser tratado de forma transversal nas grades curriculares e desde a infância. Apresentado por Filion (1999) como profundamente comprometido com a introdução do ensino de empreendedorismo no Brasil, Fernando Dolabela é criador do método Pedagogia Empreendedora a qual estabelece a Teoria Empreendedora do Sonho que de forma sumarizada enfatiza que o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade (DOLABELA, 2015). Tal metodologia é voltada para educação empreendedora nas escolas e já foi aplicada em 145 municípios brasileiros, sendo o Paraná seu maior expoente. Dolabela (2015) acrescenta que empreendedorismo na educação não é tema acessório, mas sim um tema central, pois se trata de uma forma de ver o mundo e criar o futuro.

Em suma, educar para empreender é também uma tarefa para pessoas empreendedoras que requer um esforço coletivo de escolas, universidades, entidades de fomento e também das famílias. É por meio das diferentes iniciativas que envolvem a educação empreendedora seja para crianças, adolescentes ou adultos que poderemos ser um país ainda mais empreendedor e pensar numa educação transformadora. Educação empreendedora é semente e o poder de cada um de nós em fazer a diferença é a sua força.

## Referências

DOLABELA, Fernando (2015). **A importância da educação empreendedora para o crescimento do país**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ygmx2VSX02Y&index=92&list=WL>

DOLABELA, Fernando. **As crianças e o empreendedorismo**. 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BWGV6TQA-kU&index=91&list=WL>

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. Rio de Janeiro, Sextante, 2008.

FILION, Louis Jacques. Apresentação. In: **O Segredo de Luisa**. 14<sup>a</sup> ed. São Paulo: Cultura Editores Associados. 1999. p.15-16.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa. 35<sup>a</sup> ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

GARTNER, W.B. **A conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture**. Academy of Management Journal, v.10, n.4, p. 696-706, October 1985.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).  
**Empreendedorismo no Brasil**

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).  
**Empreendedorismo no Brasil**

KATZ, J.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 18(2), p. 283–300.

KURATKO, DONALD, F. The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. Entrepreneurship Theory and practice. Set, 2005, p.577-597.

LANDSTRON, H; LOHRKE, F. **History matters in Entrepreneurship Research**. In: \_\_\_\_\_ Historical Foundation of Entrepreneurship Research. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010, p. 1-45.

MERCADANTE, Aloizio. **Empreendedorismo, Sociedade e Educação.** In: SANTOS, Carlos Alberto. Pequenos Negócios: Desafios e Perspectivas. Brasília: SEBRAE, 2013. p.19-24.

Relatório Executivo, 2012. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45)

Relatório Executivo, 2014. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Pesquisa-GEM-2014,detalhe,45)

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research.** Academy of Management Review, v.25, n.1, p. 217-226, 2000.

# Educação sobre empreendedorismo aplicado as escolas: usando um modelo de agrocenário motivador, explorado a maneira dos cientistas

Nei Lucio Domiciano

Dean R. Waters

Luciano Minghini

---

## Introdução

Atualmente a sociedade brasileira busca melhorar o sistema de ensino incluindo nas práticas de ensino-aprendizagem: compromisso, responsabilidade, boa vontade, projetos estratégicos integrados e competência, que conduzam a eficiência, a fim de incrementar significativamente a produtividade com a qualidade almejada (GASQUE, 2008; MELO, 2009) e promover emancipação dos brasileiros, ou seja, cidadania. Neste mesmo sentido, vislumbra-se o empreendedorismo como um componente agregador significativo para melhor desempenho do presente currículo.

Dolabela (1999) observou que “a inclusão do ensino de empreendedorismo nas universidades brasileiras é apenas um pequeno passo, pois se faz necessário criar tal cultura na sociedade, e para isto o tema precisa ser apresentado e discutido desde os primeiros níveis da educação”. De acordo com Chen et al (1998), quanto mais preparados para empreender com sucesso, mais intenção empreendedora as pessoas tendem a ter. Segundo

---

as pesquisas de Greco et al (2009), a oferta de disciplinas e atividades de empreendedorismo mesmo nas Instituições de Ensino Superior (IES) é muito modesta e sofre com a carência de professores capacitados.

Estes autores chamam atenção para o desestímulo ao empreendedorismo causado pela passividade na metodologia de ensino adotada em muitas escolas, onde as teorias são depositadas para os alunos em porções e cabe aos alunos realizarem todo o esforço para conectar as diversas partes da teoria à sua realidade e identificar como estas diversas partes se adaptam a cada diferente contexto (*metodologia spoon feeding*).

Uma proposta alternativa para reverter esta realidade e estimular o ensino do empreendedorismo nas escolas é trazer situações ou cenários simulados, contextualizados com a realidade dos estudantes, para a proposta pedagógica dos professores, e utilizar as práticas de investigação científica para apoiar o instrutor a introduzir teoria, técnicas e ferramentas de forma dinâmica e aplicada, orientando e munindo os participantes com competências e atitudes que permitem eles lidarem com as situações vivenciadas em aula. Para ilustrar esta alternativa, os autores deste artigo apresentam o exemplo da empresa Educação Integrada Sustentável (EIS), que possui um modelo educacional com o mesmo nome. Trata-se de uma proposta de ensino extracurricular, aplicada aos jovens do ensino fundamental e voltada para a formação em empreendedorismo em um cenário de agronegócios.

O programa EIS é baseado numa estrutura, seletiva e definida abordagem, mas é aberto, flexível e dinâmico o suficiente



para que o estudante possa decidir como conduzir as atividades propostas, ao mesmo tempo em que o programa caminha dando apoio ao aprendizado. Ao invés de impor condições restritivas, o estudante é orientado de modo consistente e consciente a desenvolver competências de pesquisa científica para o empreendedorismo e a vida. O programa promove a formação técnica do estudante (por exemplo: planejamento estratégico, gestão financeira, gestão de operações, de recursos e de pessoas), o desenvolvimento de competências profissionais (por exemplo: gestão do tempo, pensamento crítico e analítico, iniciativa, observação e interação social, escrita e comunicação eficaz) e de atitudes pessoais (por exemplo: solidariedade, união, disciplina, respeito próprio e ao próximo)

Pragmaticamente, o comprometimento mútuo com este modelo (estudante e professor) e consequente desenvolvimento das competências propostas terá como resultado um capital humano melhor, onde os jovens serão orientados para o pensamento crítico que permita iniciar e continuar uma tarefa autonomamente, até que as mesmas sejam completadas (MELO, 2009; TOVAR-GALVEZ et al. 2012). Assim sendo, haverá ganhos para estes jovens como trabalhadores (públicos e privados), empresários e como membros da sociedade (MELO, 2009; RODRIGUES, 1998).

## A proposta do EIS

O método da EIS está alinhada ao modelo de ensino científico proposto por Tovar-Galvez (2008), Tovar-Galvez e Gardenas (2009) e Tovar-Galvez et al. (2012). Tal modelo enfatiza o desenvolvimento de competências relacionadas ao campo

científico e à pesquisa científica. Ele propõe que sejam propiciadas aos aprendizes, oportunidades para gerar ideias, criar hipóteses, testá-las e encontrar soluções. Este modelo direciona a formação de competências científicas através de atividades que remetem à rotina de um pesquisador:

- a) Qualificar um problema;
- b) Formular novas questões através de perguntas bem elaboradas;
- c) Desenhar experimentos; e
- d) Analisar e concluir com os dados obtidos.

Gil (1993), reforça esta metodologia apontando elementos essenciais no desenvolvimento de situações com atividades *hands on* (traduzidas literalmente como mãos à obra), a qual estimula a exploração prática da situação e do cenário apresentado pelo professor e evita a experimentação meramente prescritiva, também chamada de *spoon feeding* e entendida aqui como a atividade com *receita de bolo*. São três os elementos propostos por Gil (1993):

- a) Sugerir situações problemáticas abertas;
- b) Habilitar trabalho científico através de atividades centradas no estudante; e
- c) Esperar que o professor aja como um diretor de investigação.

Usando estes três elementos como plataforma, os autores da EIS (e autores deste artigo) procuraram criar uma experiência agrobioecológica estruturada como método escolar no qual os estudantes são apresentados ao método científico com os seguintes objetivos:

- a) Conhecer as leis que governam a natureza e os empreendimentos através de atividades hands on, de maneira integrada;
- b) Desenvolver seu caráter (Ética); e
- c) Desenvolver habilidades cognitiva, emocional e social, através da investigação científica.

Voltando às proposições de ensino e prática empreendedora, é importante recordar que para ser empreendedor o jovem precisa desenvolver ou potencializar características pessoais como comprometimento, responsabilidade, equilíbrio entre razão e emoção, sensação de cooperação, resiliência e competência para resolver problemas e satisfazer necessidades.

Nas aplicações práticas do modelo EIS foi adotado um cenário agroecológico composto de interações entre diferentes espécies e cultivares de plantas com diferentes ciclos de vida, resistência, associações com diferentes tipos de insetos, pragas e doenças frequentes, ocasionais ou potenciais. O cenário e o desafio apresentado envolvem atividades e experimentos práticos, utilizando materiais simples como caixas e gaiolas, em que o estudante verificará a influência do preparo do solo, níveis de irrigação, épocas de semeadura, competição (densidade e espaçamento), fatores climáticos ou danos causados por pragas (Figura 1 e Figura 2) (DOMICIANO, 2013).

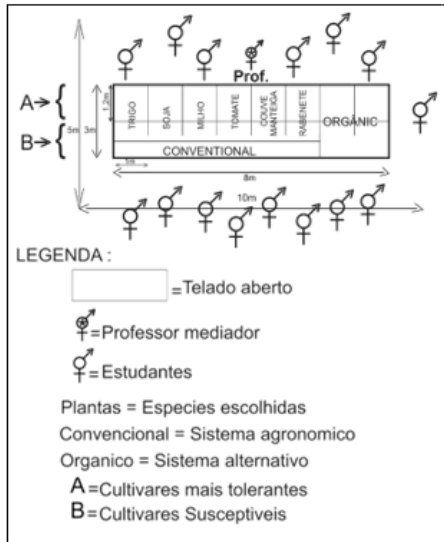


Figura 1: Estrutura de cenário contendo espécies de plantas selecionadas para observações.

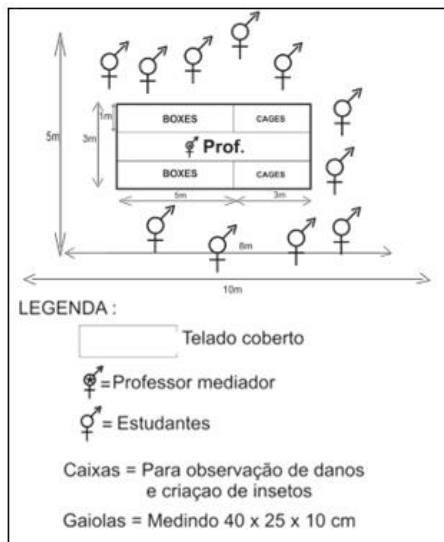


Figura 2: Estrutura de cenário com área coberta contendo caixas e gaiolas para experimentação.

Usando o cenário agrobioecológico, com o apoio de material didático, será possível explorar conceitos, técnicas e práticas que se aplicam ao empreendedorismo e a gestão de negócios (Figura 3).

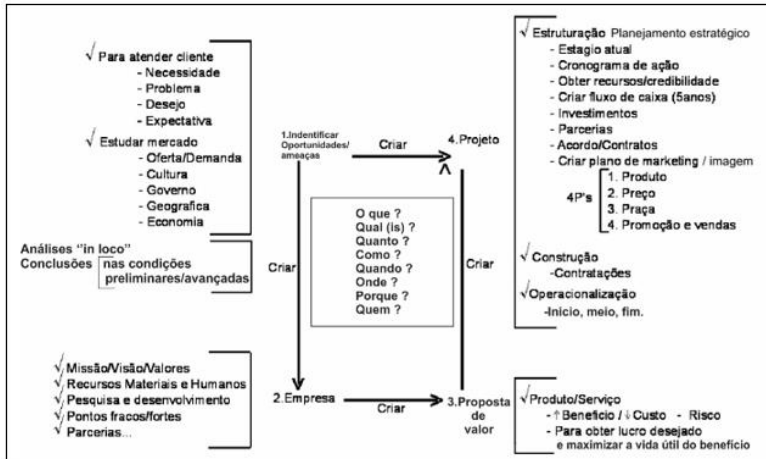


Figura 3 - Folha da apostila sintetizando os componentes de um modelo de plano de negócio para empreendedorismo.

## Reflexões sobre o EIS

Numa pesquisa de opinião realizada em 2011, com professores do ensino fundamental sobre o modelo EIS, o resultado foi favorável e os professores julgaram a proposta oportuna. Entretanto, sob a avaliação dos estudantes da faixa etária de 12-13 anos de idade realizada em 2013, a metodologia e objetivos da EIS não foram aprovadas. Acredita-se que o resultado da pesquisa com alunos pode ser pela atratividade do tema e cenário propostos não estarem próximos de temas de interesse de jovens desta faixa etária como a descoberta e contato com a internet, redes sociais e jogos eletrônicos. Os alunos não

percebem os benefícios da atividade realizada diretamente em contato com recursos reais (terra, plantas e insetos).

É esperado que o programa EIS motive e estimule o diálogo entre a teoria e a prática como abordagem para solucionar problemas, de modo científico. Aprendizes devem desenvolver esta habilidade para tomada de decisões práticas e ações consequentes de modo mais objetivo, numa base racional, considerando condições e circunstâncias emergentes. Nós precisamos pôr a teoria em prática e fazer do abstrato algo mais concreto.

Ainda referente às pesquisas realizadas sobre a EIS percebeu-se que:

- Professores participantes da pesquisa avaliaram o programa EIS como adequado para estudantes a partir do nível fundamental e expressaram que com abordagem pedagógica apropriada este programa poderia ser implementado em qualquer nível. Mas, provavelmente esta proposta, no Brasil, no momento, se adéqua com maior pertinência ao nível superior devido a maior escolaridade dos alunos e professores (Sudeste e Sul).
- Análises adicionais indicaram que o grupo de estudantes pesquisados mostrou baixa predisposição quanto a fazer mudanças para abordagens científicas, mas 90% deste grupo pensam em superar tal posicionamento.

- O cenário proposto e o material didático desenvolvido pela EIS foram avaliados por funcionários do IAPAR como atrativos, naturais, dinâmicos, seguros e apropriados para serem explorados, à maneira dos cientistas, para aprendizado geral. Contudo, eles observaram que o método precisa de professores com formação em áreas coerentes com o cenário agrobioecológico, com domínio de conceitos e práticas de Administração e Empreendedorismo e com habilidade para comunicar-se com o público definido. A experiência com a aplicação do método, até o momento, demonstra que professor bem treinado é fundamental para o envolvimento e engajamento dos participantes. Os professores devem comunicar adequadamente ao nível objetivado (Figura 5).

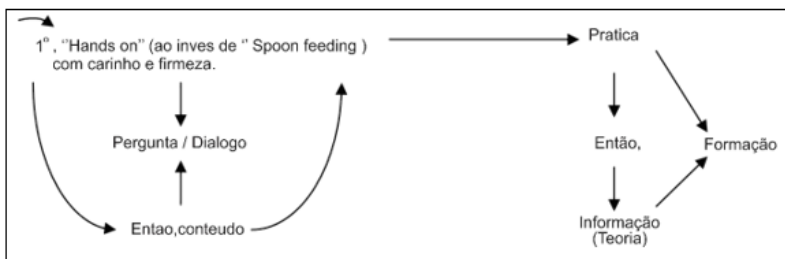


Figura 7: Processo no qual estudantes e professores interagem para alcançar formação de pensamento crítico de forma adequada.

É possível engajar os estudantes criando desafios contextualizados com a realidade dos participantes e com o cenário apresentado. No decorrer das atividades práticas, a motivação virá da introdução gradual do método científico como ferramenta de apoio para que os estudantes possam:

- a) Compartilhar as ideias, hipóteses de solução e resultados esperados.
- b) Lidar com os desafios de forma autônoma (sem que o professor precise interferir nas escolhas dos estudantes) e em equipe.
- c) Resolver as situações apresentadas de forma criativa e empreendedora.

Por ser voltado à prática (*hands on*) ao invés de prescritivo (*spoon feeding*) o programa EIS vai além da capacitação dos participantes sobre o cenário proposto, conceitos de empreendedorismo e ferramentas de gestão (Figura 5), ele oferece ao jovem a oportunidade de desenvolver-se como indivíduo, com competências intelectuais e atitudinais que permitirão ele lidar e resolver problemas cotidianos da sua vida consciente e deliberadamente.

## Referências

ALMEIDA, A. Apostila de Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Negócios. Rio de Janeiro: ISAE/FGV. 2012.

BULHÕES, M. G. P. Plano nacional de qualificação do trabalhador – PLANFOR: Acertos, limites e desafios vistos do extremo sul. São Paulo em perspectiva, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 39-49, 2004

CHEN, C. C.; Greene, P. G. & Crick, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? Journal of Business Venturing. v. 13, n. 4, p. 295-316. 1998. doi: 10.1016\80883-9026(97)00029-3



CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Educação básica e formação profissional: Uma visão dos empresários. In: REUNIÃO DE PRESIDENTES DE ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS IBERO-AMERICANAS. 6.1993, Salvador, BA. Educação básica e formação profissional. Rio de Janeiro: CNI, 1993.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados. 1999.

DEMO, P.. *Educar pela pesquisa*. Campinas, SP: Autores associados. 2003.

DOMICIANO, N. L.. *ABC do CIP (Controle Integrado de Praga)*. Londrina: Midiograf. 2010.

DOMICIANO, N. L.. Plano de Negócio EIS: Método de iniciação científica para ensino de fundamentos através de “hortas educacionais estruturadas” no ensino fundamental 2. VI Premio Ozires Silva de Empreendedorismo Sustentável na Educação. Curitiba: ISAE/FGV e GRPCOM. 2013.

GARCIA, S. Mediação da aprendizagem. Disponível em <[http://www.mindlab-brasil.com.br/Sandra\\_Garcia/artigo01.html](http://www.mindlab-brasil.com.br/Sandra_Garcia/artigo01.html)> Acesso em: agosto, 2011a.

GASQUE, K. C. G. D.; Tescarolo, R. Por uma pedagogia do equilíbrio. *Educação e pesquisa*. v. 34, n.1, p. 139-150, 2008.

GIL, D. Contribución de La historia y filosofia de las ciencias AL desarrollo de um modelo de enseñanza de La ciencias. Barcelona, v. 11, n. 2, p. 197-212, 1993. Disponível em:<<http://DDD.uab.cat/pub/edlc/02124521v11n2p197.pdf>>

GRECO, S. M. S. S. ; Bastos, P. A. Jr.; Machado, J. P. ;~Felix, J. C.; Silvestre, R. G. M. Passos, C. A. K.; Schlemmm, M.; Meza, M. L. F. G.; Rissete, C. R.; Cunha, S. K. ; Bulgacov, Y. L. M. Camargo, D. & Réa, M. X. Empreendedorismo no Brasil:2008 (GEM 2008). IBQP: Curitiba.

Recuperado de [HTTP://201.2.114.249.\Sebrae\Portal\%20Sebrae\Anexos\GEM-Brasil-2008.pdf](http://201.2.114.249.\Sebrae\Portal\%20Sebrae\Anexos\GEM-Brasil-2008.pdf)

MELO, A. Educação básica e formação profissional na visão dos empresários brasileiros. *Educação e sociedade*. v. 30, n. 108, p. 893-914, 2009.

NININ, M. G. Pesquisa na escola: que espaço é esse? O do conteúdo ou do pensamento crítico? *Educação em revista*. n. 48, p. 17-35, 2008.

RODRIGUES, J. O moderno príncipe industrial: O pensamento pedagógico da Confederação Nacional da Indústria. Campinas: Autores associados, 1998.

TOVAR – GALVES, J. C. Modelo metacognitivo como integrador de enseñanza de estratégias de aprendizaje de las ciencias, y su relación com las competencias. *Revista Iberoamericana de Educación*, Madrid, v. 46, n. 7, 2008. Disponível em: <<http://WWW.rieoei.org/deloslectores/2161Tovarv2.pdf>>

TOVAR-GALVEZ, J. C.; Cárdenas, N. Formación profesional em La complejidad: Competencias y metacognición a través de proyectos de aula. Sonora: Multiversidad Edgar Morin, Diplomado Transformación Educativa, 2010.

TOVAR-GALVEZ, J. C.; Cárdenas, N. Perspectivas em enseñanza – aprendizaje: Formación em competencias y metacognición a través de proyectos. *Revista Espiritu Científico em Acción*, Mexicali, v. 5, n. 10, p. 22-34, 2009. Disponível em:<<http://WWW.Educacionbc.edu.mx/publicaciones/espirituenaccion/10/InterioresCientifica10%20a.PDF>>

TOVAR-GALVEZ, J. C.; Contreras, G.; Antonio G. P.; Nhora C. & Malagon, Y. P. F. Concepcion, Formacion y Evaluation por Competencias: Reflexiones en Torno A posibles Alternativas

Pedagogicas y Didaticas. *Educação & Sociedade*. v.33, n.121, p.1257-1273.2012.

YVES, L. Pesquisar e formar: repensar o lugar e a fundação da pratica de ensino. *Educação e sociedade*. v. 27, n. 97, p. 1299–1325, 2006.



# Educação profissional e métodos empreendedores: um olhar crítico às novas demandas de formação profissional

Thamiris Dias Capossi

---

## Introdução

A proposta desse artigo é contextualizar os conceitos sobre empreendedorismo, sua importância no processo educacional e de que maneira o educador, como mediador, interfere na formação profissional do educando do século XXI.

Tendo como objetivo primordial a inovação, o empreendedor é visto como alguém criativo. As abordagens didáticas que envolvem o desenvolvimento da criatividade estão presentes desde o início da humanidade quando, por exemplo, o homem inventou ferramentas para caça, tinta para pinturas rupestres, símbolos para facilitar a comunicação e, por que não citar a maior invenção de todos os tempos, a lâmpada elétrica criada por Thomas Edison.

Ao abordar o contexto escolar, a criatividade está presente na escolaridade do aluno desde a Educação Básica, que segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB 9394/96), é composta pela Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio. Se a criatividade é abordada em cada etapa do ensino, conforme o objetivo de desenvolvimento do aluno, por que não a explorar

como recurso didático e ferramenta empreendedora na Educação Profissional?

Na atual situação sócio contemporânea, vivenciam-se mudanças de perfis resultantes de uma formação singular devido à influência das novas tecnologias, paradigmas e demandas de formação que englobam, principalmente, os setores sociais e educacionais.

Na etapa da Educação Profissional, atualmente, o grande desafio é o desenvolvimento de competências que, segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN), apresentam uma característica marcante: a “capacidade de integrar-se às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, com vistas a conduzir o educando ao permanente desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva” (LDBEN, art. 39). Desta maneira, inovar (ser criativo) e empreender não são apenas conceitos, mas se bem desenvolvidos durante o processo de formação profissional, são capazes de garantir sucesso futuro para o aluno.

## Conceitos de empreendedorismo

A educação é a grande responsável pela transformação social do indivíduo e o empreendedorismo é uma ferramenta que o auxilia a crescer tanto como cidadão, quanto como profissional.

Ao introduzir conceitos de empreendedorismo faz-se necessário citar referências bibliográficas sobre essa abordagem e compreender as diferenças entre os ideais do empreendedorismo e do empreendedor.

No que tange às definições de empreendedorismo, segundo Dornelas (2001):

Encontram-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor, iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar e utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive. (DORNELAS, p. 37)

Essa definição evidencia que o empreendedorismo é uma ferramenta disciplinar que possibilita ao empreendedor desenvolver habilidades e competências para a criação de novos projetos e a execução dos mesmos.

Segundo Brito e Wever (2003), o empreendedorismo é o mecanismo de trabalho do empreendedor que, por sua vez, requisita o desenvolvimento de cinco qualidades e habilidades para obtenção de sucesso:

1. Criatividade e inovação;
2. Habilidade ao aplicar a criatividade;
3. Força de vontade e fé;
4. Foco na geração de valor;
5. Correr riscos.

Conforme citado anteriormente, a criatividade é indispensável ao empreendedor e faz com que o mesmo se esforce para que seu projeto não apenas se concretize, mas tenha bons resultados.

Como o foco desse artigo é apresentar os benefícios da aplicabilidade dos conceitos empreendedores no processo de formação profissional, podemos ressaltar ainda que o

empreendedorismo não se refere somente ao negócio que visa lucro, mas também à formação de comportamentos empreendedores.

David McClelland foi um psicólogo e teórico americano que desenvolveu a “Teoria das Necessidades Adquiridas”. De acordo com um artigo publicado na revista Exame (2009), durante muito tempo McClelland dedicou o seu tempo e estudo traçando um perfil dos dez comportamentos mais importantes para um empreendedor bem-sucedido, sendo eles: concentração, organização, iniciativa, coragem, persistência, curiosidade, superação, persuasão, comprometimento e autoconfiança.

Segundo Jordão (s.a), o empreendedor é:

Uma pessoa criativa, inovadora, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos. É aquele que desenvolve e realiza visões, usando-as para detectar oportunidades de negócios e tomar decisões moderadamente arriscadas. Ele cria um novo negócio em função do risco e da incerteza, com o propósito de conseguir lucro e crescimento, mediante identificação de oportunidade de mercado. (JORDÃO, s.a)

## Conceitos empreendedores na educação profissional

Ao longo dos anos, a educação profissional tem-se adaptado às mudanças e demandas do mundo globalizado. Por volta dos anos 1800 já existiam indícios de aprendizagem destinada ao trabalho:

A história da educação profissional no Brasil tem várias experiências registradas nos anos de 1800 com a adoção do



modelo de aprendizagem dos ofícios manufatureiros que se destinava ao “amparo” da camada menos privilegiada da sociedade brasileira. As crianças e os jovens eram encaminhadas para casas onde, além da instrução primária, aprendiam ofícios de tipografia, encadernação, alfaiataria, tornearia, carpintaria entre outros. (MEC, s.a)

Segundo um artigo publicado no portal do Ministério da Educação (s.a), a Constituição Brasileira de 1937 foi a primeira a prescrever um ensino destinado à aprendizagem técnica, profissional e industrial:

O ensino pré-vocacional e profissional destinado às classes menos favorecidas é, em matéria de educação, o primeiro dever do Estado. Cumpre-lhe dar execução a esse dever, fundando institutos de ensino profissional e subsidiando os de iniciativa dos Estados, dos Municípios e dos indivíduos ou associações particulares e profissionais. É dever das indústrias e dos sindicatos econômicos criar, na esfera de sua especialidade, escolas de aprendizes, destinadas aos filhos de seus operários ou de seus associados. A lei regulará o cumprimento desse dever e os poderes que caberão ao Estado sobre essas escolas, bem como os auxílios, facilidades e subsídios a lhes serem concedidos pelo poder público. (MEC, s.a)

Em 1996, com o surgimento da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (9394/96), surgiu também um capítulo apenas para a educação profissional com um olhar mais crítico e atual para essa etapa da formação no que diz respeito "ao permanente desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva", intimamente "integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia" (Artigo 39).

A nova educação profissional requer, para além do domínio operacional de um determinado fazer, a compreensão global do processo produtivo, com a apreensão do saber tecnológico que informa a prática profissional e a valorização da cultura do trabalho, pela mobilização dos valores necessários à tomada de decisões. Nesta perspectiva, não basta mais aprender a fazer. É preciso saber que existem outras maneiras para aquele fazer e saber porque se escolheu fazer desta ou daquela maneira. Em suma, é preciso deter a inteligência do trabalho, com a qual a pessoa se habilita a desempenhar com competência suas funções e atribuições ocupacionais, desenvolvendo permanentemente suas "aptidões para a vida produtiva" (CORDÃO, s.a).

A partir da citação do autor acima, percebe-se o interesse por uma educação profissional direcionada a atender o mercado produtivo, mas com um olhar diferenciado à formação do trabalhador. Nessa perspectiva tem-se a aplicabilidade do desenvolvimento de competências que, por sua vez, mobilizam conhecimentos, habilidades, atitudes e valores.

Percebe-se também que a Educação Profissional não é mais vista como acesso assistencialista, mas como oportunidade para o cidadão ter acesso qualitativo em relação às novas tecnologias e demandas da sociedade atual. Apresenta-se, portanto, outra demanda segundo a descrição acima: o desenvolvimento pedagógico para a efetividade da qualidade de aprendizagem na Educação Profissional, tendo como base a aplicabilidade dos conceitos empreendedores citados anteriormente tanto por Brito e Wever (2003), como por David McClelland.

Sabe-se que o educador do século XXI precisa (re)inventar os modelos de aplicabilidade dos conteúdos para que os mesmos sejam claros, precisos e atraentes para o aluno, e, em se tratando do ensino profissionalizante, estes devem ter significado e coerência com a demanda do mercado, bem como despertar no educando a essência do processo criativo para o desenvolvimento de novos produtos, serviços e comportamentos.

Arruda (2010) menciona que o educador do século XXI precisa apresentar seis características inerentes à sua atual prática educacional: ter uma boa formação, usar as novas tecnologias, atualizar-se nas novas didáticas, trabalhar em equipe, planejar e avaliar sempre e ter atitude/postura profissionais.

Quando Brito e Wever (2003) citam as cinco qualidades e habilidades de um bom empreendedor, ficam elucidadas as ações didáticas/práticas fundamentais para que o educador as empregue em sua rotina durante o processo de formação profissional:

1. **Criatividade e inovação:** o educador deve instigar no aluno a ideia de que todos os conteúdos aprendidos em aula devem ser inovados. Para tanto, o aluno deve ter espaço e condições de exercitar sua criatividade e pensar em como os mesmos podem ser transformados em inovação.
2. **Habilidade ao aplicar a criatividade:** após o processo de construção dos conhecimentos adquiridos durante as aulas, o educador irá ajudar o aluno a mediar sobre sua construção/inovação e

ajudá-lo a pensar nos processos efetivos da aplicabilidade de cada conceito inovador.

- 3. Força de vontade e fé:** em alguns momentos, até mesmo para os professores, pode ser difícil usar a mediação da aprendizagem como fator essencial nesse processo de formação. Para o educador mobilizar conceitos empreendedores nos alunos, ele deve, sobretudo, atuar nessa mesma perspectiva de formação.

Assim sendo, força de vontade e fé representam uma via de mão dupla neste processo, pois o professor deve exercitá-las em sua prática pedagógica e transmiti-las para o aluno, afinal o educador é um modelo de referência para o educando.

- 4. Foco na geração de valor:** após a mediação realizada pelo professor a partir dos conceitos de aplicabilidades inovadoras feitas pelos alunos, faz-se necessário colocar em questão a iniciativa destes últimos.

Neste momento o educador pode construir com o aluno um plano de ação. Nele poderão ser inseridas as ideias iniciais de empreendedorismo que o aluno busca inovar no mercado de trabalho. É importante que o educador mostre o caminho e o aluno, por sua vez, possa pensar nas estratégias de ação para empreender sua inovação.

Iniciativa pode ser entendida neste contexto como o traço de caráter que leva alguém a empreender alguma coisa ou tomar decisões por conta própria.

- 5. Correr riscos:** esse item é exclusivamente direcionado ao aluno, onde este último, depois de transmitidos os conteúdos, terá de pensar em como a aplicabilidade de cada um deles poderá trazer inovação para o mercado de trabalho e elaborar um plano de ação para que seu projeto seja executado, sem prejuízos à reflexão acerca dos riscos aos quais estará sujeito. Por esta razão, em cada etapa do plano de ação é necessário que o aluno pense nos riscos e imprevistos que poderão surgir em cada uma delas, bem como nas medidas para sua minimização ou compensação.

Sob a perspectiva do teórico e psicólogo David McClelland, é necessário também que o educador não apenas instigue o empreendimento de ideias e projetos que visam lucro, mas também estimule o aluno a empreender comportamentos, afinal atitudes também se fazem presentes na mobilização de conhecimentos e habilidades.

Quando o professor (re)inventa os processos educacionais, coloca em prática a mediação da aprendizagem e auxilia o aluno a ser um mediador mesmo após sua formação profissional. Conforme Meier e Garcia (2007):

“Mediar significa, portanto, possibilitar e potencializar a construção do conhecimento pelo mediado. Significa estar consciente de que não se transmite conhecimento. É estar intencionalmente entre o objeto de conhecimento e o aluno

de forma a modificar, alterar, organizar, enfatizar, transformar os estímulos provenientes desse objeto a fim de que o mediado construa sua própria aprendizagem”. (MEIER e GARCIA, 2007, p. 72).

Nesse sentido, parte-se para uma perspectiva de aprendizagem em que o docente não transmite conhecimento, logo, não ensina. O essencial é incentivar e provocar o aluno a desenvolver seu próprio conhecimento e sua própria aprendizagem, atribuindo significado em tudo o que lhe é ensinado.

Como dito anteriormente, para que o educador possa mobilizar conceitos empreendedores em sua prática pedagógica, ele deve, sobretudo, atuar nessa mesma perspectiva de formação. Para isso, é necessário que o mesmo receba formação específica dos conceitos empreendedores e pedagógica em relação à didática de aplicabilidade dos mesmos.

Somente após a qualificação e preparação pedagógica do educando, pode-se esperar uma formação de qualidade para o aluno, afinal o mesmo estará preparado para colocar em ação a proposta dos conceitos empreendedores como ferramenta essencial em seu processo de formação.

## Considerações finais

A questão da qualidade da formação de mão-de-obra qualificada e especializada para atender às demandas e exigências do atual cenário mercadológico faz com que todos os envolvidos na atuação da educação profissional busquem novos métodos de formação.

Atualmente a formação profissional com base em competências faz com que o aluno reflita e construa um aprendizado com significado. Ao aplicar os conceitos empreendedores descritos no presente artigo, professor e aluno caminham para uma formação que está para além de conceitos.

Espera-se que através da preparação do professor, o aluno possa transformar informação em conhecimento, ideias criativas em ações e que consiga compreender e ser um empreendedor de sucesso que mobiliza não apenas projetos, mas também comportamentos inovadores.

## Referências

ARRUDA, Mariléia Giacomini. **Seis características do professor do século XXI**. 2010. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/formacao-continuada/seis-caracteristicas-professor-seculo-21-602329.shtml>>. Acesso em: 19/09/2015.

BRITO, F.; WEVER, L. **Empreendedores Brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer**. São Paulo: Negócio Editora, 2003.

CORDÃO, Francisco Aparecido. **A LDB e a nova Educação Profissional**. S.a. Disponível em: <<http://www.senac.br/BTS/281/boltec281b.htm>>. Acesso em: 18/09/2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Campus. Rio de Janeiro, 2001.

EXAME. Revista. **Comportamento modelo**. 2009. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame->

pme/edicoes/20/noticias/comportamento-modelo-494631>.  
Acesso em: 21/09/2015.

JORDÃO, Sonia. **Características do Empreendedor de Sucesso.**  
S.a. Disponível em: <  
<http://www.soniajordao.com.br/detalhes.php?id=981>>. Acesso  
em: 21/09/2015.

LDBEN, **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.**  
Disponível em: <  
[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L9394.htm)>. Acesso  
em: 21/09/2015.

MEC. **Ministério da Educação Centenário da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica.** Disponível em: <  
[http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/centenario/historico\\_educacao\\_profissional.pdf](http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/centenario/historico_educacao_profissional.pdf)>. Acesso em: 20/09/2015.

MEIER, Marcos; GARCIA, Sandra. **Mediação da aprendizagem:**  
Contribuições de Feuerstein e de Vygotsky. 3. ed. Curitiba: Gráfica e  
Editora Venezuela, 2007. 212 p.



# Peer harmony: harmonização no desenvolvimento da aprendizagem

Marcelo Alessandro Fernandes

---

## Introdução do Peer Harmony

O presente artigo propõe a introdução de um novo conceito de aprendizado, Peer Harmony, que busca trazer um desenvolvimento equilibrado com a participação ativa de alunos e professores, numa alternância de protagonismo dependente dos desafios de aprendizado e contexto de aplicação das metodologias ativas.

Estamos, portanto, nos referindo a um modelo de maestria que necessita ser exercido pelo professor que a um só tempo é fonte e referência do conhecimento, mas mais que isso, pode vir a trabalhar com o objetivo de que os aprendizes exerçam um papel ativo e mais livre no seu desenvolvimento e nas suas descobertas.

O aprendizado é proveniente de intelecções na realidade e pode ser definida como um “ato superveniente de compreensão” segundo a definição de Bernard Lonergan, um dos maiores expoentes do século XX que descreve o desenvolvimento da inteligência humana no seu prestigiado *Insight – Um Estudo Sobre o Conhecimento Humano*.

Lonergan considera que a intelecção se dá de forma imanente à experiência, ou seja, inteligimos não apenas estimulados por tudo que nos chegam aos nossos sentidos, mas,

sobretudo, para conhecermos pessoalmente toda e qualquer experiência assimilada que nos permita refletir, julgar e decidir.

Portanto o vir a conhecer ocupa um aspecto destacado nessa teoria, pois busca aprofundar a capacidade cognoscente<sup>4</sup>, enquanto refletindo diretamente na potencialidade do ser humano e na sua capacidade de discernimento.

A intelecção seria o próprio ato de compreensão. É o momento flagrante pelo qual passamos a compreender algo a partir de sucessivas aproximações, ou atos de entender, formando uma cadência de pequenas ou grandes inquirições que nos mobiliza a conhecer, esclarecer, descobrir e discernir os aspectos relacionados à realidade.

## Aprendizado por instrução e descoberta

Via de regra, as intelecções são buscadas enquanto esforço do indivíduo que quer conhecer. Esse clarão evidenciado pelo *insight*<sup>5</sup> que se faz como forma de encontrarmos respostas ou atualização da realidade nos impulsiona à frente, fornecendo a base central para os processos de compreensão e a forma como assimilamos aprendizado.

---

<sup>4</sup> Aqui a palavra cognoscente é tomada no sentido do indivíduo que tem autonomia no seu processo de construção do conhecimento.

<sup>5</sup> Insight pode ser entendido como visão, percepção, intuição e reflexão. A palavra mais próxima em português, mas que não compreende o significado da acepção original em inglês seria intelecção.

Segundo Mortmer Adler, existem dois tipos de aprendizado. O aprendizado por instrução e o aprendizado por descoberta. O segundo aprendizado seria mais ativo.

Para ele a descoberta precede a instrução, como de fato nos revelam os grandes avanços nas artes e ciência.

O aprendizado por instrução é o que imediatamente nos vem à mente quando pensamos numa sala de aula, onde um professor situado à frente explana conteúdos, disserta sobre conceitos e exercita a aprendizagem por meio de problemas colocados aos alunos.

Normalmente prepara a aula pela concatenação de ideias e temas que já foram descobertos por alguém antes.

O aprendizado por descoberta é aquele em que o indivíduo descobre as coisas por si mesmo. O aprendizado por descoberta envolve mais protagonismo por parte de quem aprende.

Ao analisarmos detidamente a biografia dos grandes cientistas, como Tesla, Santos Dumont ou mesmo Leonardo da Vinci, constatamos neles uma maior abertura para à descoberta gerada pelo desejo de experimentar e conhecer. Existe um arbítrio exercido pelo indivíduo no momento que precede o movimento para a descoberta que o leva a querer deslindar aspectos da realidade que lhes são alheios.

Por conta disso, a experiência do aprendizado por descoberta envolve fatores relacionados à nossa participação voluntária. A experiência como um todo tem como consequência gerar novas convicções no indivíduo que descobre, fazendo com

que o processo seja levado a um patamar muito além do aprendizado por instrução.

O aprendizado relaciona-se à descoberta num sentido mais amplo, pois as respostas que temos condições de conceber permitirão a um só tempo a assimilação de aspectos da realidade e a recriação desses aspectos pela participação maior ou menor do indivíduo que pensa. Existe uma dimensão criativa que sempre concorre junto ao aprendizado, mais aberto às vicissitudes do “Eu”, que cogita.

Por conta disso, a sensibilidade desenvolvida na experiência de descoberta é um fator importante, talvez determinante, pois é parte daquilo que compõe o aprendizado global. Assim o indivíduo tem condições de refletir pelo que passou em termos dos estados subjetivos que o levava a adotar determinada postura diante de uma determinada experiência que concorreu para que um pensamento novo.

Isso porque nossa sensibilidade sensível envolve a apreensão da realidade não apenas decorrente do saber estímulo<sup>6</sup>, mas também do sentir humano transcorrendo “em realidade”, o que se traduz a um só tempo na capacidade de nos compenetrarmos em nós mesmos e no mundo. O sentir é, portanto, decorrente de aspectos exógenos e endógenos ao

---

<sup>6</sup> Xavier Zubiri diferencia o saber humano, que denomina de apreensão sensível do saber animal, apreensão estímulo: “Pois bem, quando esta afecção estímulo é ‘meramente’ estímulo, isto é, quando não consiste senão em ser suscitante, então esta afecção constitui aquilo que chamarei de afecção do mero estímulo enquanto tal. É o que chamo de apreender o estímulo *estimulicamente*. (ZUBIRI, 2013, p. 28, itálico no original).

indivíduo que sente, se manifestando diferentemente de indivíduo para indivíduo, pois se a uns podemos dizer que prepondera os aspectos objetivos da realidade em outros podemos dizer que são realçados os subjetivos.

Trata-se, portanto, de entendermos o aprendizado na dimensão senciente<sup>7</sup>, onde o sentir também ocupa espaço para o desenvolvimento pessoal, como porta de entrada para todo saber, nos indicando que o aprendizado por descoberta deve considerar a potencialidade dos indivíduos em toda sua integralidade.

O aprendizado por instrução não abarca essa integralidade, pois não considera os indivíduos como sendo capazes de descobrirem a realidade por si mesmos, e com isso, não leva seriamente a máxima de que devamos “aprender como aprender”. Deixamos de fora todas as interações na experiência de aprendizado que faz com que o descobridor “conquiste” seu ponto de vista, que por envolver fatores da nossa sensibilidade em vias de se manifestar, são únicos e intransferíveis, mesmo que consideremos áreas tidas como mais objetivas tais como a física, química ou matemática.

O aprendizado por instrução também passa por alto sobre os aspectos importantes no desenvolvimento da identidade daquele que descobre. Ele apreende, mas não sabe como tal coisa foi apreendida em primeira instância.

---

<sup>7</sup> Refere-se a teoria cognitiva de Xavier Zubiri que estabelece uma indissociação entre os processos intelectivos e os processos sensitivos, onde o sentir já seria parte do processo cognitivo em manifestação.

Assim, podemos dizer que o processo de descoberta é mais rico que o produto da descoberta.<sup>8</sup>

## Protagonismo

Mortmer Adler também faz referência a necessidade de protagonismo no aprendizado, como resultado de um processo mais ativo desempenhado pelo indivíduo.

Protagonizar<sup>9</sup> algo nos remete a ideia de alguém que busca desvelar<sup>10</sup> algo em sua realidade. O conceito também remete a liberdade de expressão como veículo para se ter a experiência de algo pela livre vontade. Todo protagonista carrega consigo a capacidade de transcender sua própria realidade, decidindo de forma autônoma seu caminho.

Vêm do Psicodrama a ideia do protagonista como alguém que possui o “desejo de autorrealização”<sup>11</sup>.

No entanto cabe a pergunta: O aprendiz protagoniza sempre?

---

<sup>8</sup> Tal ponto de vista é compartilhado por Jacob L. Moreno quando diferencia ato de criação e produto da criação: “O homem primitivo viveu e criou no momento mas, logo que os momentos de criação passaram, ele mostrava-se muito mais fascinado pelo ‘conteúdo’ dos atos pretéritos, sua cuidadosa conservação e avaliação do seu valor, do que pela manutenção e continuação dos processos da própria criação”. Moreno, 2008, p. 83,

<sup>9</sup> Verbo transitivo direto: 1 interpretar o papel da personagem principal.

<sup>10</sup> Verbo transitivo direto: 1 privar do sono a Ex.: seus erros desvelavam-no. transitivo direto e intransitivo

<sup>11</sup> Psicodrama, p. 32. Introdução à 3 edição.

Se considerarmos a dificuldade inerente no desenvolvimento de novos papéis em qualquer processo de aprendizado, devemos entender que não. Ainda mais se considerarmos o aprendizado por descoberta em que a exigência por parte do indivíduo tende a ser maior, no que tange a aspectos relativos à abertura, experimentação, espontaneidade e imaginação.<sup>12</sup>

A tensão criativa diante do desconhecido envolverá também tensões no âmbito emocional e do “eu” relacional.

Tentar obter o protagonismo dos alunos a qualquer custo é reincidir nos aspectos de obrigatoriedade sobre a vontade dos indivíduos que passam ao largo de quaisquer processos de aprendizado que envolva a espontaneidade e criatividade dos atores – imprescindíveis para que trilhem com sucesso para além dos limites conhecidos.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> O desenvolvimento de papéis está diretamente relacionado a matriz de identidade dos indivíduos conforme apresentado por J. L. Moreno (Moreno, 2008, p. 25) e também com a noção de Desenvolvimento Humano de Bernard Lonergan, ao integrar a dimensão dramática com a intelectual: “(...) desenvolvemo-nos funcionando e, até nos termos desenvolvido, o nosso funcionamento terá a ausência de naturalidade, economia e eficácia que frustra potencialidades ainda indiferenciadas. Se não formos encorajados a abandonar a vergonha, a timidez ou a pretensa indiferença, a entusiasmar-nos, a arriscar e a fazer, a ser humildes e a provar a alegria, não nos iremos desenvolver, mas apenas alimentar os fundamentos objetivos do nosso sentimento de inferioridade. (Lonergan, 2010, p. 445.

<sup>13</sup> Segundo Lonergan, “Ser é, pois, a meta do puro desejo de conhecer” (Lonergan, 2010, p. 339), onde ser é utilizado aqui no sentido de homem-criatura.

Tal forma de maestria nos lembra muito o modelo trabalhado pelos grandes mestres da Renascença.<sup>14</sup>

Naquele tempo um aprendiz podia desenvolver seu talento e genialidade para além do que tinha condições de antecipar.

Tais exemplos nos chegam pelo estudo da história da arte e dentre estes o mais notável é o de Leonardo da Vinci, no tempo que era aprendiz de Andrea Del Verrochio.<sup>15</sup>

O mestre (Verrochio) cedia espaço para que o aprendiz exercitasse sua criatividade e imaginação, buscando trazer sua marca pessoal e originalidade, ao mesmo tempo em que aprendia o estado da arte nos termos das técnicas necessárias para a execução da obra.<sup>16</sup>

Abaixo podemos ver o exemplo de um dos quadros pintados nesse tipo de parceria harmônica entre os dois grandes artistas.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Conforme os muitos exemplos trazidos pela História da Arte Italiana de G. C. Argan na descrição do funcionamento das oficinas de Verrochio, onde foram produzidas obras tais como Nossa Senhora do Cravo, O Batismo de Cristo de Da Vinci, onde os artistas trabalharam em colaboração.

<sup>15</sup> Vide *I Grandi Maestri Dell'Arte*, 2007, Scala Group, Florença.

<sup>16</sup> Vide *Grandes Mestres – Leonardo Da Vinci*, pág. 54, Editora Abril, 2011.

<sup>17</sup> *Idem anterior*, pág. 55.





Figura 1: Quadro “O Batismo de Cristo”

A esquerda é possível visualizarmos os anjos pintados por Da Vinci, onde já se ensaiava seu estilo característico de pintar por meio de um efeito esfumado, “sfumato”, em que as áreas de delimitação dos objetos na pintura se tornam quase indistinto caracterizando a leveza dos tecidos que envolvem os personagens, remetendo a uma aura imaterial. Em comparação ao restante do quadro, pintado a maneira mais tradicional, é possível perceber

pelo contraste um estilo pessoal de expressão da arte autêntica que ali se manifestava. Mestre e aprendiz trabalhavam harmonicamente e descobriam juntos novas formas de expressão.

Ainda que o ato de inteligir sempre se dê na mente individual sob forte influência das predisposições, interesses e tendências do indivíduo existirão fatores de ordem externa que irão influenciar ou mesmo vir a inibir o conteúdo das nossas intelecções, bem como o espaço de descoberta que entendemos poder avançar. Como nos traz Lonergan “Embora o ato seja privado, os seus antecedentes e as suas consequências têm a sua manifestação pública”. (LONERGAN, 2010, p. 28).

Nossos pensamentos concorrem junto às expectativas que temos em relação aos outros, bem como nossa inerente necessidade de sermos aceitos.

Buscamos ser estimados pelo que somos e tal como não poderia deixar de ser, nossas realizações mais fundamentais são suportadas pela expectativa que temos de nós mesmos e da validade de nossas ações perante aos demais.

Por trás do pensar e agir humano existem razões, compreendidas ou mesmo sentidas, que se fundamentam na natureza do “Eu-Relacional”, onde o “Eu” se evidencia na complementaridade de papéis com o “Eu” de outros indivíduos.

Tal dimensão que compõem e articula o desenvolvimento de nossa psique é denominada por Lonergan de “Padrão Dramático de Experiência” (LONERGAN, 2010, p. 200). Esse padrão cognitivo lida com nossas questões mais essenciais na inter-relação com os demais indivíduos. Para tanto, nossos

pensamentos se darão respeitando necessidades de nossa dimensão afetiva, do autoconhecimento, dos papéis desempenhados em sociedade, o reconhecimento e busca da estima junto aos outros, que trarão reflexos na estima que o indivíduo tem por si mesmo.

Segundo Jacob. L. Moreno, criador do Psicodrama e da Socionomia, Drama é uma transliteração do grego δράμα, que significa ação, ou uma coisa feita (MORENO, 2008, p. 17).

No sentido que é empregado no presente estudo, drama refere-se à ação que se integra às funções cognitivas de nível superior e que permite com que o indivíduo desenvolva plenamente sua identidade em integração com a de outros indivíduos.

É a possibilidade de trazeremos aspectos relacionados à nossa dimensão artística junto às relações humanas, desta forma, possibilitando com que venhamos nos expressar e vivenciar muitos dos valores humanos, tais como a compaixão, proximidade, angústia e indefiníveis emoções que sentimos e podemos fazer sentir. O indivíduo que se expressa e vivencia tais sentimentos, assim o consegue, pelo apoio e compreensão mútua dos demais. No sentido contrário, havendo um desenvolvimento precário de nossos papéis nas relações humanas, o resultado será a anulação, o distanciamento e a negação do outro – cerne de toda ação conflituosa e destrutiva.

Os conflitos nos levam às chamadas distorções dramáticas, que são os processos de repressão ou inibição das

intelecções trazidas pelo inconsciente<sup>18</sup>. Essas aberrações nos esquemas de compreensão irão influenciar negativamente nossa capacidade de compreensão, gerando preconceitos, viciando os aspectos de investigação e excluindo questões pertinentes por seguirmos inadvertidamente regras de como sentir e estar na realidade.

Além da censura, os processos que levam a ausência de resposta intelectual, irão influenciar nossa capacidade de protagonização, gerando reflexo no nosso comportamento diante de situações complexas e isso poderá ficar caracterizado pela ausência do desejo livre de conhecer e experimentar em novas condições<sup>19</sup>.

Em síntese a dimensão dramática é nossa dimensão artística se manifestando em presença dos outros de forma a nos enriquecer<sup>20</sup> enquanto indivíduos.

## Harmonização entre pares (Peer Harmony)

E para tanto devemos considerar o importante papel de mediação das relações que o professor deverá desempenhar nesse contexto do aprendizado por descoberta, bem como da utilização de metodologias ativas.

---

<sup>18</sup> LONERGAN, 2010, p. 204-208

<sup>19</sup> Conforme asserção de J. L. Moreno: A originalidade do comportamento psicótico pode, por exemplo, ser em tal grau incoerente que o protagonista seja incapaz de resolver um problema concreto (...). Falamos então em espontaneidade patológica (Moreno, 2008, p. 175).

<sup>20</sup> Aqui utilizado no significado de “desenvolver-se tornando se abundante”.

A harmonização das relações em qualquer contexto de aprendizado influenciará “não só o senso comum prático, mas também a intersubjetividade humana<sup>21</sup>.

A dinâmica relacional entre pares servirá como pano de fundo a influir na gênese de comportamentos e nas predisposições de todos em aprender.

Influenciará, sobretudo no desejo de conhecer, tanto nas dimensões intelectuais afeitas aos aspectos teóricos quanto o saber prático, pela suscitação de um interesse genuíno pelo saber que se faz indissociável à experiência humana.

Boa parte das metodologias ativas envolvem o aprendizado não só na relação professor-aluno, mas baseiam-se no aprendizado gerado entre os pares, alunos-alunos.

Os aspectos tidos por desafiantes na aprendizagem envolvendo a relação harmônica poderão criar condições de suscitar crenças mais positivas no indivíduo sobre sua própria capacidade de realização e inovação no conteúdo das descobertas, criando as condições sociais necessárias para que o limiar do conhecido seja desafiado.

O desenvolvimento de talentos, autonomia e aspectos da personalidade frente o novo, são assim impulsionados pela espontaneidade e desejo de deixar algum tipo de marca indelével sobre o mundo.

---

<sup>21</sup> Lonergan, 2010, p. 232.

Na relação harmônica, ou seja, Peer Harmony, teríamos uma modificação não só dos processos de aprendizado, mas nos objetivos que esses processos se propõem.

A diferença é que os processos de facilitação para o aprendizado enfatizam métodos e estratégias para que os alunos possam melhorar a qualidade de sua interação com o objeto de conhecimento, enquanto na harmonização queremos enfatizar o espaço para a descoberta e da transcendência do conhecido como decorrência do equilíbrio harmonioso das relações.

Nesse sentido a harmonização pode ser entendida como contraponto a noção de facilitação para o aprendizado. A facilitação estaria a meio caminho entre aprendizado por instrução e aprendizado decorrente da harmonização.

Necessitamos de Maestria para o Protagonismo.

De fato, o exercício da maestria dos professores no contexto de harmonia entre pares, possibilitará a busca de formas inovadoras que permitam com que os indivíduos tenham condições de vir reconhecer e desenvolver seu potencial junto aos demais alunos não mais como um estudioso isolado das condições materiais e sociais do mundo, mas pelo exercício da ajuda mútua e harmonização das relações em face o potencial de transcendermos os limites do que conhecemos e do conhecido.

## Conclusão

Conforme apresentado nesse estudo, levanta-se a hipótese sobre a importância das relações humanas nos processos de aprendizado, principalmente no que concerne a aplicação de

metodologias ativas e na correlação das relações humanas em tais contextos, buscando alcançar o potencial de transcendermos os limites do que conhecemos e do conhecido. As asserções contidas no texto foram trazidas à luz de pesquisa empírica realizada no ambiente de ensino universitário e foram realizadas no período compreendido entre março a julho de 2015.

## Referências

LONERGAN, Bernard. Insight: Um Estudo do Conhecimento Humano. São Paulo, Editora É Realizações, 2010.

MORENO, J. L. Moreno. Psicodrama. São Paulo, Ed. Cultrix, 2008.

MORTIMER, J. Adler. Como Pensar sobre as Grandes Ideias. São Paulo, Editora É Realizações, 2013.

ZUBIRI, Xavier. I







**FECHAMENTO**



# Educação e prática empreendedora: onde queremos chegar?

Fabio Mello Fagundes

John Jackson Buettgen

Luciano Minghini

---

## Introdução

O último capítulo desta coletânea tem dois objetivos, o primeiro é sintetizar as nossas impressões sobre os textos apresentados pelos autores da Cátedra Ozires Silva e convidados que contribuíram com suas experiências, estudos e reflexões. Em seguida, nos dedicaremos a iniciar uma discussão sobre o que esperamos para o futuro da educação e prática empreendedora.

Lembramos que esta discussão irá extrapolar esta obra, visto que o trabalho da Cátedra Ozires Silva e seus convidados vão além das nossas publicações. Levamos a prática educadora e empreendedora, inspirada no legado do Dr. Ozires, através daquilo que escrevemos, falamos e fazemos.

Nesta coletânea, foram apresentados trabalhos elaborados com uma linguagem mais solta e dialógica, até artigos científicos que trouxeram características comuns sobre o empreendedorismo. Estes pontos em comum formam uma importante mensagem recursiva para estimular os estudantes e candidatos a futuros empresários, assim como, orientar os professores, instrutores, consultores e todos aqueles que desejam

construir e compartilhar conhecimento sobre o empreendedorismo.

## O motivo para empreender

Dentre os primeiros elementos comuns apresentados no livro está o motivo para empreender. No capítulo 01 ele se apresenta como o pretexto, ou seja, o que nos leva a empreender? A necessidade e/ou oportunidade? Como percebemos estes motivos que *acendem* nosso desejo de realização? Movido pelo sentimento (paixão), pensamento (conhecimento), atitude (valores e perfil), ou um misto destes fatores, o empreendedor dá forma à ideia, ao projeto, ao protótipo, ao modelo de negócio, à estrutura, às rotinas (práticas) e às relações. O motivo pode ser a conquista, assim como um atleta, que pratica arduamente e disputa com ganas e assertividade em direção a um prêmio, um resultado que some ao que já foi conquistado. De outra forma, o motivo pode ser defensivo, preventivo, assim como um investigador que se debruça em detalhes, informações e ações para evitar ameaças e prejuízos.

Analogias a parte, o empreendedor precisa de um objeto que represente resultados e/ou objetivos, que desperte seu interesse, direcione suas ações e o estimule a ir além de suas capacidades atuais.

Esta reflexão sobre o motivo cabe para os contextos educacional e empresarial. No contexto da educação infantil, percebemos que a criança empreende quando protagoniza a aprendizagem das disciplinas formais para produzir o conhecimento que servirá de base do seu desenvolvimento como indivíduo. Este protagonismo deve ser proporcionado por aqueles

considerados detentores do conhecimento e envolvidos na aprendizagem infantil, em especial os pais e educadores. Estes atores são responsáveis por oportunizar as situações motivadoras, os desafios que estimulam o protagonismo da criança, e também, disponibilizar os elementos (teorias, conceitos, ferramentas ou práticas) que viabilizem a aprendizagem na direção da solução do desafio.

Jovens e adultos empreendem quando percebem resultados ou objetivos que atendam seus interesses e desenvolvam soluções para agir deliberada e autonomamente em direção aos seus projetos pessoais, seja uma viagem, um curso de formação, um emprego ou um negócio. Percebemos entre os textos apresentados que o conhecimento formal, as habilidades pessoais, a experiência acumulada, o domínio de novas tecnologias e a rede de contatos podem ser entendidos como recursos individuais que promovem a percepção dos fatores que motivam a decisão de empreender. Ao mesmo tempo que estes fatores aumentam nossa percepção para oportunidades de empreender, a experiência acumulada pode aumentar a complexidade do processo decisório por empreender ou não. Isto é, quanto mais experiência acumulada, mais variáveis serão analisadas para escolher entre empreender ou não.

Quando analisamos as reflexões sobre a educação empreendedora, é possível perceber que a oportunidade de aprender, sozinha, não é suficiente para motivar. É preciso o estímulo contínuo e criativo dos pais e educadores. A atividade que motiva a criança ou o jovem deve se desenvolver em direção ao seu objeto de interesse (desafio) por meio de teorias e práticas

com o conteúdo das disciplinas formais e, ainda, pode variar conforme seus objetivos e expectativas.

Quando analisamos as experiências empreendedoras, percebemos que os desafios enfrentados no decorrer da gestão do empreendimento é que motiva o empreendedor e o desenvolvimento da atividade empreendedora. Diferente da educação empreendedora, o empreendedor não divide a responsabilidade pela motivação com educadores, mesmo assim, é por meio de atividades que promovem as relações sociais e as interações com especialistas que o empreendedor busca compreender os desafios enfrentados e se *munir* de conhecimento (teorias e práticas) para desenvolver a atividade empreendedora.

Independente das conclusões que descreva o pretexto para empreender, elas servirão para um momento e não há garantias de que o motivo perdure. Isto significa que o que nos leva a empreender depende significativamente do contexto, ou seja, do momento social, espacial e temporal vivido. Conseqüentemente, é possível dizer que eles podem mudar, variar ou evoluir ao longo do tempo. O empreendedor deverá lembrar-se continuamente dessa *faceta* efêmera do empreendedorismo e estar alerta para novos fatores que o motivem a realizar mais pelo mesmo negócio ou para criar novos projetos empreendedores.

### O compromisso com as pessoas e práticas

Empreender, assim como administrar, requer escolhas. Requer também o comprometimento pessoal do empreendedor com as conseqüências das suas escolhas. Este compromisso se estende às pessoas envolvidas com o empreendimento (família, público ou colaboradores) e com as ações e interações

consequentes (práticas), seja um projeto organizacional ou individual.

As pessoas envolvidas em um empreendimento criam expectativas sobre resultados e alimentam o interesse em consequências possíveis. Estas expectativas e interesses são negociados com o empreendedor no desenvolvimento da atividade empreendedora, podendo inclusive, entrarem em conflito com os seus. Por isso, é preciso conhecer e envolver-se com as pessoas que influenciam as práticas empreendedoras (*stakeholders*), com o objetivo de equilibrar e alinhar as suas expectativas com as demais.

No caso do público que será beneficiado com o produto do empreendimento (público-alvo), cabe ao empreendedor tentar entender como ele se relaciona com este produto. As relações de trocas envolvem fatores objetivos (preço, prazo e aspectos técnicos) e subjetivos (vantagens competitivas, benefícios psicossociais e emocionais). Dedicção de tempo e atenção serão necessários para compreender essa relação e, novamente, será preciso avaliar as características do contexto desta relação.

O comprometimento com os colaboradores envolvidos nas operações do empreendimento permite compreender o quanto as expectativas e interesses individuais estão alinhados aos interesses do empreendedor e do grupo envolvido nas atividades do empreendimento. Este alinhamento dos interesses e expectativas permite que os esforços dos colaboradores possam convergir com esforços e expectativas do empreendedor.

O comprometimento com as pessoas é considerado um esforço de mobilização em direção aos resultados esperados, que

deve ser realizado regularmente e proporcionalmente à importância que cada grupo de pessoas envolvidas com o empreendimento.

O empreendedor precisa comprometer-se igualmente com as práticas e, para não parecer mera repetição, registramos aqui o porquê. O esforço necessário para transformar uma ideia em negócio requer características pessoais e competências que orientem suas escolhas e ações. O perfil do empreendedor e, conseqüentemente, suas preferências têm sua origem em características pessoais como facilidade de foco, nível de iniciativa, disciplina, persistência, assertividade e criatividade. Estes fatores influenciam a realização de tarefas e relações interpessoais, por um lado, definindo prioridades para resultados e tarefas, e de outro, estabelecendo o que será realizado pelo empreendedor e o que será delegado. O nível de comprometimento será influenciado por estas decisões.

Gerir um empreendimento, demanda também conhecimento e práticas que podem estar além das atuais competências do empreendedor, mesmo assim, ele é o responsável por desenvolver a capacidade necessária para realizar tais práticas ou, ao menos, compreendê-las o suficiente para definir o que esperar delas e poder delegá-las a outras pessoas. As competências do empreendedor são desenvolvidas quando ele aprende algo aplicado ao seu empreendimento que permita suplantare os desafios identificados e avançar em direção aos objetivos definidos. O desenvolvimento de competências depende de relações sociais e a apropriação de conhecimento para lidar com um desafio definido por ele ou pelo meio.



O esforço do empreendedor em utilizar deliberadamente ou desenvolver competências, necessárias para lidar com os desafios além do seu alcance, está diretamente e reciprocamente relacionado ao seu comprometimento com as práticas da organização.

### A percepção do contexto

Como apresentamos nas análises anteriores, o contexto é um elemento muito relevante nas relações do empreendedor com o motivo e o comprometimento para empreender. Ele pode ser entendido como o conjunto dos fatores sociais, espaciais e temporais que interferem nas relações do empreendedor com o meio. O contexto possui elementos com força suficiente para alterar o significado de objetos, palavras, linguagens e ações de pessoas em diferentes situações. Faça o seguinte exercício:

Tente imaginar o significado de um talão com 50 cupons para sorteio de um aparelho de televisão para um estudante do ensino médio ou de graduação em negociação com uma empresa de formatura? E qual seria o significado deste talão para os pais do estudante que acaba de apresentá-lo e explicar o seu objetivo? E para os professores de matemática, marketing ou empreendedorismo? E para uma gráfica expressa com grande volume de trabalho e clientes?

Enfim, o mesmo objeto adquire sentidos diferentes (o desafio de vender 50 cupons para um aluno do ensino médio em comparação com um aluno de graduação), diferentes valores (para uma gráfica que precisa de novos clientes e outra que não precisa) e diferentes objetivos (para o pai e para os professores) em função de diferentes contextos.

Por isso, quando analisamos a educação empreendedora, é importante que o educador e os pais observem o efeito dos diferentes contextos sobre a percepção dos estudantes nas atividades propostas e, conseqüentemente, sobre o desenvolvimento do perfil e competências empreendedoras nestes diferentes contextos. Uma vez acompanhando este efeito, educadores e pais podem subsidiar os estudantes com conhecimento e ferramentas que carreguem significados adequados ao contexto e, por isso, que estimulem o seu protagonismo e aprendizado.

Analisando à prática empreendedora, o empreendedor passa a ser o responsável por perceber os diferentes contextos e analisar os diferentes efeitos sobre as atividades empreendedoras. Seria muito oportuno para o empreendedor a possibilidade de perceber o efeito do contexto antes da realização das atividades empreendedoras, visto que, isso permitiria adaptar suas ações às mudanças e evitar resultados indesejados. Contudo, todo ser humano possui limitações emocionais, cognitivas e culturais que dificultam a percepção ou a reação antecipada às mudanças de contexto. Comumente observamos pouca diferença temporal entre a percepção e reação do empreendedor durante as alterações situacionais.

Portanto, a percepção do contexto e seu efeito sobre a prática ou educação empreendedora é, certamente, uma importante competência que o empreendedor, pais e educadores precisam desenvolver para melhor adaptar-se à complexidade e velocidade das mudanças que ocorrem nos diversos ambientes da atividade empreendedora.

## Para onde podemos caminhar?

A pesquisa do GEM<sup>22</sup> (2014) nos traz que 31,4% dos entrevistados brasileiros deseja abrir o seu próprio negócio. Outra pesquisa organizada pela Confederação Nacional do Comércio mostra que das 14,5 milhões de micro e pequenas empresas (MPEs) ativas em 2015, 690 mil empresas fecharam no mesmo ano (2,10% do total). Dentre as empresas abertas em 2013, aproximadamente 25% destas empresas encerraram suas atividades no período de dois anos de vida e este percentual chega a quase 50% após quatro anos de vida.

De acordo com o relatório do Sebrae (2013), existem fatores externos que influenciam a taxa de sobrevivência do empreendimento, como o setor da indústria e a localização do negócio próximo aos polos industriais do Brasil. Ao mesmo tempo existem fatores internos à organização que podem influenciar positivamente na sobrevivência do negócio. Em função do fato de que a maioria das MPEs atuam com prestação de serviços e comércio de produtos, os fatores internos à organização recaem predominantemente sobre as competências para empreender e para a gestão do negócio.

---

<sup>22</sup> Pesquisa realizada em 70 países, cobrindo 75% do PIB mundial, chamada *Global Entrepreneurship Monitor*. Este estudo tem o objetivo de levantar informações sobre indicadores e fatores intervenientes ao empreendedorismo, gerando elementos para orientar e influenciar programas, políticas e ações institucionais de natureza pública ou privada. No Brasil este trabalho é coordenado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). Neste texto apresentamos a pesquisa realizada em 2014 e lançada em 2015. Para saber mais visite o site <http://www.ibqp.org.br/gem>.

Alguns dados destas pesquisas mostram que o desenvolvimento das competências ainda são um grande desafio para o empreendedorismo no Brasil. Dentre os empreendimentos ativos no Brasil, o nível de escolaridade está distribuído da seguinte forma:

No Brasil observa-se que indivíduos que possuem até o segundo grau incompleto (faixa 1) são os mais ativos em termos de empreendedorismo inicial; e os indivíduos que possuem entre o primeiro grau completo e o segundo grau completo (faixa 2) e, entre o superior completo até pós-graduação (faixa 3) são igualmente ativos. (GEM, 2014, p. 47).

O mesmo ocorre com o nível de escolaridade dos empreendedores ativos, concentrado, nas primeiras faixas:

A média de anos de estudo da população de 25 anos de idade ou mais também aumentou no período, passando de 6,1 anos em 2002, para 7,6 anos em 2012, sendo que 40,1% das pessoas desta faixa etária estudaram 11 ou mais anos. No entanto, mesmo com melhora ao longo dos últimos 10 anos, o nível de escolaridade dos empreendedores brasileiros ainda permanece baixo. [...] mais de um terço dos empreendedores não possuem o segundo grau completo (Faixa 1). A maioria (55,4%) possui o segundo grau completo (Faixa 2), mas não o nível superior (Faixa 3). (GEM, 2014, p. 59).

A partir dos dados apresentados, percebemos que é preciso atuar fortemente sobre o ensino fundamental e médio com o objetivo de desenvolver competências empreendedoras e de gestão nos jovens e adultos que decidem empreender apenas com este nível de formação. Com base em experiência acadêmica e profissional, percebe-se que órgãos públicos e gestores

escolares devem concentrar sua atenção e esforços em duas frentes que promoverão a educação e prática empreendedoras.

De um lado, é preciso investir na formação dos educadores para que eles possam estimular a educação empreendedora. É preciso que eles sejam protagonistas do processo pedagógico, dominem teorias e práticas que sirvam de base para a introdução das atividades que desenvolvam o perfil e as competências empreendedoras. É necessário que os professores tenham arcabouço de práticas e capacidades suficientes para adequar as atividades à diferentes contextos, diferentes grupos de alunos e saibam lidar com resultados inesperados, orientando-os e redirecionando-os para o aprendizado das habilidades técnicas e atitudinais necessárias.

Os pais e educadores são os principais responsáveis pelo desenvolvimento da criança, entretanto, as estatísticas mostram que vivemos uma geração de pais que não possuem todas as competências necessárias para a educação empreendedora. Por isso, é preciso que as instituições públicas e os gestores escolares se dediquem em criar uma estrutura curricular suficientemente inteligente para capacitar seus educadores e aproximar os pais para uma proposta pedagógica empreendedora. É importante que a estrutura curricular contemple atividades com os estudantes e também envolva seus pais em práticas pedagógicas que promovam o desenvolvimento do perfil e das características empreendedoras.

Existem vários modelos nacionais e internacionais de introdução do empreendedorismo no currículo escolar, alguns foram apresentados nesta obra. Basta que pais, educadores e

gestores escolares se movimentem de forma organizada para analisar, escolher e implementar o modelo que melhor se aplica ao contexto do grupo social que se pretende atender.

Este esforço deve começar no ensino fundamental, como proposto por Cunha e Rossi (2003) e Cunha, Soares e Fontanillas (2009) precisa continuar mesmo após o ensino médio. As instituições de ensino técnico, tecnológico ou superior precisam repensar seus currículos e oferecer aos estudantes atividades e orientação sobre práticas empreendedoras. É preciso que o indivíduo, desde a sua infância, tenha oportunidade de experimentar empreender para que saiba como proceder quando decidir criar e gerir seu próprio negócio.

## Reflexões finais

Assim como existem exemplos de sucesso para fomentar o ensino e a prática empreendedora, existem também muitas barreiras burocráticas e legais para estimular o empreendedorismo no Brasil. Contudo, neste texto, nos restringiremos a debater sobre a educação e a prática empreendedora.

Tentamos mostrar neste capítulo que, a prática depende da educação empreendedora porque é preciso formar pessoas que pensem e ajam ativamente, disciplinadamente, persistentemente, assertivamente e criativamente em direção aos seus desafios de vida, de trabalho, de negócios. Pois os resultados da prática dependem das competências do responsável pelas escolhas e ações que envolvem um projeto de vida ou um negócio.

Tentamos mostrar também, que a educação, recursivamente, depende da prática. Pois é por meio da atividade orientada a alcançar um objetivo e resolver um desafio, que as pessoas interagem com conceitos, ferramentas, práticas e outras pessoas, promovendo o aprendizado e o desenvolvimento do perfil e das competências empreendedoras.

Resumidamente, o futuro nos chama a construir uma cultura empreendedora no Brasil. Não se trata de uma proposta fácil ou simples, pois teremos que romper com valores culturais tradicionais, como o apego à burocracia, assim como, mudar práticas complexas como os programas curriculares das escolas fundamentais, ensino médio ou superior. Mesmo assim, é preciso promover a mudança nas pessoas, pais, educadores e estudantes, para que posteriormente seja possível resolver os desafios do sistema (e.g. barreiras burocráticas).

Fica aqui o nosso convite a mudança, as respostas sobre como e para onde mudar estão à um clique de distância, precisamos apenas nos mobilizar a realizá-la para um futuro melhor para si, para nossa comunidade e, mais importante ainda, para nossas próximas gerações.

## Referências

PAULINO, Alice Dias; ROSSI, Sonia Maria Morro. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor: características e traços de personalidade empreendedora. **EGEPE-encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. Ano, v. 3, p. 205-220, 2003.

CUNHA, Robson Moreira; SOARES, Elisa Lemos; FONTANILLAS, Carlos Navarro. As vantagens de aprendizado do empreendedorismo: um estudo desde o ensino de base até o superior. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 3, n. 3, p. 62-73, 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília, DF, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: 2014**. Coord. GRECO, Simara Maria de Souza Silveira, Curitiba: IBQP, 2014.



## Autores

### Organizadores

**Fabio Mello Fagundes:** Mestre em Administração pela Universidade Positivo (2008), especialista em Contabilidade e Finanças pela UFPR (2011), especialista em Gestão da Tecnologia da Informação pela Universidade Positivo (2005) e graduado em Sistemas de Informação pela Spei (2004). Certificado Gerente de Projeto na metodologia TEvEP. Coaching pela Sociedade Brasileira de Coaching. Com certificação em Eneagrama pelo Instituto Eneagrama. Facilitador do programa de empreendedorismo Bota Pra Fazer da Endeavor. É professor de ensino superior no Centro Tecnológico Positivo (Universidade Positivo), leciona também na graduação e pós-graduação à distância do grupo Uninter. Entre suas principais disciplinas estão: Administração Estratégica, Empreendedorismo e Projetos. Consultor em Administração, realizando planos de negócios, planejamentos estratégicos, análises de viabilidade e treinamentos empresariais. Foi Vice-Presidente Executivo da JCI Brasil (Junior Chamber International).

**John Jackson Buettgen:** Mestre em Administração pela Universidade Regional de Blumenau. Especialista em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas. Graduado em Administração de Empresas pela Fundação Universidade Regional de Blumenau. Atualmente é professor do Centro Tecnológico Positivo e do Projeto Perspectivação, do ISAE/FGV. Atua no ensino à distância, como professor-autor, com sete obras publicadas, além de dezenas de horas de aulas gravadas em diversas instituições. Facilitador do programa de empreendedorismo Bota Pra Fazer da Endeavor.. Membro da JCI (Junior Chamber International), organização mundial dedicada a formação de cidadãos e lideranças socialmente ativas. Membro da Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis. Organizador do livro “Economia Criativa: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento”. Também atua com consultoria nas áreas de gestão de operações e recursos humanos.

**Luciano Minghini:** Formado em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (1999), Mestre em Administração, Estratégia e Análise Organizacional pela Universidade Federal do Paraná (2011) e doutor em Administração pela mesma instituição (2015). Atualmente é professor do Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade e coordenador do Centro de Pesquisa do Instituto Superior de Economia e Administração – ISAE.

## Colaboradores

**Adriana Do Rocio Nitsche Mattei:** Graduada em Letras-Inglês pela Universidade Federal do Paraná. Mestre em Educação pela Universidade Tuiuti (PR). Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Extremadura (ES). Especialista em Tutoria em Educação a Distância. Especialista em Formação de Docentes e Orientadores Acadêmicos para Educação a Distância. Na educação, experiência na gestão de sistemas e processos educacionais, docência e criação e produção editorial de textos (livros, avaliações, tutoriais e outros materiais didáticos). Conhecimentos em legislação educacional, gestão de pessoas e liderança de equipes. Experiência na formação e capacitação de professores e coordenação de curso de pós-graduação. Atuação na educação básica e no ensino superior. No SENAI/PR, atuante como analista técnica na elaboração e execução de cursos a distância e projetos de inovação.

**Daniela Torres da Rocha:** é Doutora e Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPAD) da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Graduada em Administração pela PUCPR Campus de Toledo, em que recebeu o Prêmio Marcelino Champagnat, por ter obtido o melhor desempenho acadêmico da turma de 2006. Atua como consultora em gestão empresarial e gestão pública. Estuda preferencialmente a área de Finanças Comportamentais e, Metodologias de Pesquisa e de Ensino em Administração e Contabilidade. Desenvolve pesquisas utilizando tanto métodos quantitativos (técnicas univariadas, bivariadas e multivariadas) e de análise de redes sociais, como qualitativos com a utilização do software ATLAS ti. É avaliadora de eventos e periódicos científicos. Autora de diversos artigos publicados em periódicos, capítulos de livros e trabalhos apresentados em eventos.

**Dean R. Waters:** Certificado de professor no Sacred Heart Universty Fairfield, CT \EUA (1975). BA+30 no Southern Connecticut Star University, New Haven, CT \EUA (1983). Professor Bridgeport, CT Escola pública (1977-2009). Aposentado. Atualmente realiza pesquisas na mídia e na comunicação relativas a educação, com foco em aprendizagens na faixa de idade de 5 a 10 anos. Interessado em aprendizado educacional na faixa de etária de 11 a 15 anos. CEO da “Dean Waters Entertainment Inc “.

**Edra Moraes:** profissional de marketing e eventos há mais de 20 anos, produtora cultural e curadora do Festival Literário de Londrina/Londrix desde de 2009 e da Expocultura -Exposição de Artes Plásticas da Rural do Paraná, idealizadora do Movimento Londrina Criativa, estuda Economia Criativa desde 2006 e Gestão Pública. Escritora, atriz amadora e autodidata no universo das artes é autora tendo publicado, Tríade caixa poética composta por livros de Beatriz Bajo (A Palavra É), Célia Musilli (Todas as Mulheres em Mim) e Edra Moraes (Da Divina, da Humana, da Profana) e “O fio de Ariadne”, antologia poética com textos de Adriana Vitorino, Christine Vianna, Célia Musilli, Edra Moraes, Elisabete Ghisleni, Samantha Abreu. Vencedora da Bolsa Criação Literária 2014/Biblioteca Nacional.

**Fafita Lopes Perpétuo:** Formada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Estadual de Londrina (1997), Mestre em Administração, Empreendedorismo e Mercado pela Universidade Estadual de Maringá (2015). Atualmente é professora em Empreendedorismo e atua na Foco Consultoria e Treinamento ([www.fococonsultoria.net.br](http://www.fococonsultoria.net.br)) em projetos com pequenas e médias empresas nas áreas de telemarketing, atendimento ao cliente e pós-vendas.

**Fernando Antonio Prado Gimenez:** possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (1981), mestrado em Administração pela Universidade de São Paulo (1983) e doutorado pela Manchester Business School - University of Manchester (1995). Atualmente é professor titular do Departamento de Administração Geral e Aplicada da Universidade Federal do Paraná. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas:

empreendedorismo, estratégia, pequena empresa, administração e liderança criativa.

**Filipe Miguel Cassapo:** graduado em Engenharia da Computação pela Université de Technologie de Compiègne (UTC, França, 2000), possui uma especialização em Ciências Cognitivas e Epistemologia (UTC, França, 2000) e é Mestre em Informática Aplicada pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR, 2004). Gerente Executivo do SENAI C2i - Centro Internacional de Inovação do Senai Paraná, unidade do Sistema Federação das Indústrias, voltada à aceleração do desenvolvimento dos empreendimentos inovadores, em todos os seus estágios. Também Diretor da Faculdade Senai Curitiba, e Diretor na ANPEI Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras. Atuou como Líder do Processo de Gestão do Conhecimento da FNQ - Fundação Nacional da Qualidade. Foi Gerente de Gestão do Conhecimento da Votorantim Industrial, onde implantou processos de Gestão do Conhecimento e Gestão da Inovação; e Gerente de Tecnologia da Informação na Siemens, onde foi responsável pelo tema Gestão do Conhecimento e da Informação para a Região MERCOSUL, e representante da Região no Escritório Corporativo de Gestão do Conhecimento (CKM Corporate Knowledge Management) da Matriz.

**Marcelo Alessandro Fernandes:** Chief Creative Officer da Peer Happy e consultor nas áreas de Criatividade e Imaginação nos negócios. Engenheiro de Produção pela UFSC, pesquisador das áreas de Imaginação, Cognição e Psicodrama. Possui Mestrado em Inovação também pela UFSC e formação em Psicodrama e Sociodrama pela ABPS. É membro do Comitê Executivo da Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis.

**Marco Antonio Areias Secco:** Graduado em Letras Inglês pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Especialista em Literatura Brasileira Contemporânea (PUC-PR), Gestão Empresarial (UFPR) e Logística (UFRGS). Possui experiência em docência, Educação Profissional, Centros de Tecnologia e Aprendizagem Industrial. Atua em atividades relacionadas à Administração, Educação Profissional, Tecnologia e Inovação Industrial. Também participa da definição e desenvolvimento de objetivos estratégicos e de políticas em consonância com a missão do SENAI, alinhados com a Presidência da Federação das Indústrias do Paraná (FIEP). Atualmente é Diretor do SENAI no Paraná.

**Nei Lucio Domiciano:** Engenheiro Agrônomo (ESALQ/USP) (1975). MSc. em Controle Integrado de Praga (Univ. de Gainesville /Fl./EUA) (1986) ; MBA em Gestão Estratégica de Empresas (ISAE/FGV) (2012) ; Especialista em Liderança, Relações Públicas, Comunicação e Administração (Univ. de Bauru) (1974) ; Practitioner em Programação Neurolinguística (ISAE/FGV)(2014) e; “Former” Pesquisador do IAPAR/EMBRAPA (1976-2009). Aposentado do IAPAR. Reconhecido no “Who is who in the world ” (1998).Premiado no 6º Prêmio Ozires Silva na categoria: Empreendedorismo na Educação promovido pelo ISAE/FGV (2013). Atualmente realizando pesquisa e atuando como CEO da empresa EIS (Educação Integrada Sustentável)

**Patricia Charvet:** Graduada em Biologia (bacharelado e licenciatura) pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Mestre em Zoologia pelo convênio Museu Paraense Emílio Goeldi e Universidade Federal do Pará. Doutora em Ciências Biológicas (Zoologia) pela Universidade Federal da Paraíba. Possui experiência em pesquisas na área de história natural e conservação de elasmobrânquios. Também atua em atividades relacionadas ao meio ambiente e sustentabilidade e é docente do Mestrado Profissional em Meio Ambiente Urbano e Industrial (MAUI - convênio UFPR, SENAI PR e Universidade de Stuttgart). Atualmente é Especialista na Gerência de Operações do SENAI PR.

**Rodrigo Luiz Morais-da-Silva:** Discente do Programa de Doutorado em Administração da Universidade Federal do Paraná (UFPR), na linha de pesquisa em Inovação e Tecnologia. Mestre em administração (UFPR-2015), especialista em finanças (UFPR - 2013) e administrador (FAE Centro Universitário - 2010). Possui como principais interesses de pesquisa: Inovação, Negócios Sociais, Sustentabilidade e Empreendedorismo Sustentável.

**Thálita Anny Estefanuto Orsiolli:** discente do Programa de Doutorado em Administração da Universidade Federal do Paraná (UFPR), na linha de pesquisa em Inovação e Tecnologia. Mestre em administração (UFPR - 2015), possui MBA em Gestão Estratégica de Pessoas (FGV - 2010). Graduada em Administração - Habilitação em Gestão do Turismo pela Faculdade Mater Dei (2004). Possui como principais interesses de pesquisa: Inovação, Sustentabilidade, Empreendedorismo Sustentável.

**Thamiris Dias Capossi:** Graduada em Pedagogia pela UNIFIL - Londrina, Pós-graduada em Gestão Escolar: Orientação e Supervisão Educacional pela ISFACES - Rolândia e Especialista em Educação Especial pela UNOPAR - Londrina. Já atuou como professora dos anos iniciais do Ensino Fundamental e como Orientadora Pedagógica no SENAI - Araçongas e Rolândia. Atualmente, atua como Técnica de Educação Profissional e Tecnológica no SENAC de Ivaiporã.

**Waleska Camargo Laureth:** Socióloga e Doutora em Educação pela Universidade Federal do Paraná. Mestre em Tecnologia e Sociedade pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná e Especialista em Designer Instrucional para Educação a Distância pela Universidade Federal de Itajubá. Pesquisadora da área da Sociologia do Trabalho nas temáticas de Educação, Trabalho e Tecnologia, integrante do GETS-UFPR (Grupos de Estudos Trabalho e Sociedade) e membro do RELANS (Rede Latinoamericana de Nanotecnologia e Sociedade). Experiência em Educação a Distância em diferentes funções como, professora, conteudista, corretora e revisora. No SENAI/PR atua como Analista de Educação no contexto da Educação Profissional e Tecnológica.

CONHEÇA NOSSAS OUTRAS OBRAS E  
PROJETOS ACESSANDO

[www.catedraoziresilva.com.br](http://www.catedraoziresilva.com.br)

