



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Programa de Pós-Graduação em Educação

Dissertação de Mestrado

**APRENDER A EMPREENDER: UM PILAR NA
EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS
(A experiência do Sebrae)**

Antonio Fernando Leal

Orientador: Prof. Dr. Afonso Celso Caldeira Scocuglia

**João Pessoa – Paraíba
Fevereiro
2009**



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Programa de Pós-Graduação em Educação

**APRENDER A EMPREENDER: UM PILAR NA
EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS
(A experiência do Sebrae)**

Antonio Fernando Leal

**Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Educação
da Universidade Federal da Paraíba, como
requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Educação.**

Orientador: Prof. Dr. Afonso Celso Scocuglia

**João Pessoa – Paraíba
Fevereiro
2009**

FICHA CATALOGRÁFICA

L433a	Leal, Antonio Fernando. Aprender a empreender: um pilar na educação de jovens e adultos / Leal, Antonio Fernando. João Pessoa, PB [143], 2009 Orientador: Afonso Celso Caldeira Scocuglia Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-Graduação em Educação. 1.Educação empreendedora 2. Empreendedorismo 3. Educação de jovens e adultos 4. Mulher empreendedora 5. Aprender a empreender
-------	--



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Programa de Pós-Graduação em Educação

Membros da Comissão Julgadora da Dissertação de Mestrado de Antonio Fernando Leal, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Paraíba, em 26 de fevereiro de 2009.

Comissão julgadora:

Prof. Dra. Edineide Jezine

<http://lattes.cnpq.br/1294753264777570>

Prof. Dr. Roberto Vêras de Oliveira (UFCG)

<http://lattes.cnpq.br/3105734658276566>

Prof. Dra. Marisete Fernandes de Lima (UFPB)

<http://lattes.cnpq.br/4128574116562804>

Prof. Dr. Afonso Celso Caldeira Scocuglia (UFPB) – Orientador

<http://lattes.cnpq.br/0207215501662942>

AGRADECIMENTOS

A dissertação é um produto coletivo, embora a sua elaboração, o encargo e a tensão sejam de ordem predominantemente individual. Várias pessoas contribuíram generosamente para a materialização do meu sonho de realizar o Mestrado e desenvolver uma Dissertação, de modo que este trabalho chegasse a bom termo. A todas elas registro minha gratidão.

Ao Professor Dr. Afonso Celso Caldeira Scocuglia, que tive a oportunidade de conhecer antes e fora do ambiente da academia, descobrindo afinidades profissionais no campo do empreendedorismo. A sua experiência de vida o levou a ser extremamente atencioso comigo em função das idas e vindas que ocorreram ao longo da construção desta Dissertação. A sua disponibilidade, sua forma exigente e crítica de questionar as idéias apresentadas, indicaram um norte a este trabalho, facilitando o alcance dos objetivos.

À Professora Dra. Edineide Jezine, que muito gentilmente assumiu a coordenação da banca de avaliação deste trabalho.

Ao Professor Dr. José Neto, à Professora Dra. Marisete Fernandes, amiga de longas datas e incentivadora da minha participação no mestrado, e à Professora Dra. Emilia Prestes que na qualificação desta Dissertação contribuíram com sugestões importantes para o fechamento deste trabalho.

Aos Professores Doutores Roberto Vêras, Edineide Jezine e Marisete Fernandes, meus agradecimentos pelas suas participações nesta banca de Mestrado, o que com certeza contribuirá para melhorar a qualidade desta dissertação.

Às professoras e professores do PPGE que, despertando meu interesse pelos temas mais relevantes do currículo, pelas leituras que fizeram dos meus trabalhos, desta Dissertação, pelas questões, discussões, sugestões e indicações de caminhos, e por me acompanharem desde a elaboração do projeto de pesquisa para ingresso no Mestrado até a preparação para a defesa desta Dissertação.

Aos colegas que me tornaram mais jovem, com quem compartilhei dúvidas e certezas, e que me ajudaram a encontrar o foco deste trabalho.

Ao Sebrae, nas pessoas dos colegas Elinaldo Macedo, Martinho Leal Campos, Tiago Lins, José Edmilson de Souza, mais que amigos, irmãos; da colega Nelijane Ricarte que forneceu os dados e gráficos do Sábado Empreendedor e dos diretores Natanael Alves, Luiz Alberto Amorim e Pedro Aurélio Mendes Brito, em cuja gestão a minha liberação para os estudos foi autorizada.

A Lara e Leo pelo apoio na formatação do texto e na assessoria computacional, que fizeram com que este trabalho se concretizasse de forma a observar as normas acadêmicas vigentes.

A Gorete Figueiredo, amiga querida de longas data, dos tempos da graduação, unidos que fomos pelos estudos de estatística, sempre prestativa a rever meus textos e orientar na busca das melhores alternativas.

A Carol, Joanna e Gilson, distantes fisicamente mas sempre presentes na vibração com as minhas conquistas.

A Ademildes, companheira de uma vida, pelo incentivo, pelo amor, pelo orgulho que sente por mim, pelo privilégio de tê-la como esposa, pela compreensão e renúncia ao nosso escasso tempo de convívio em prol da realização deste trabalho, encorajando-me a prosseguir na execução da Dissertação.

Aos meus filhos – Thiago, Davi e Lara – para quem sempre me esforcei em ser exemplo, e aos netos – Pedro e Thiago - que foram privados da minha companhia em muitos momentos em que o estudo assumiu a prioridade.

Aos meus pais: minha mãe Joana, que mesmo ausente há um bom tempo, está sempre presente em minha vida; meu pai Euclides, que viveu o início desse processo, desde a minha reclusão em Salvador preparando-me para a seleção do Mestrado, e que não pôde alcançar o final dessa história. A ambos, pela obstinação na educação dos filhos, pela sólida formação

que me foi passada o que me proporcionou a continuidade nos estudos até a chegada a este Mestrado, meus eternos agradecimentos.

A todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a concretização deste trabalho.

Por fim, e mais importante, agradeço a Deus, pelas maravilhas que tem feito em minha vida.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho

Aos meus pais Joana e Euclides Leal:
pela formação que alicerçou a minha história.

À minha esposa Ademildes:
pelo amor incondicional,
apoio, compreensão e
companhia ao longo do caminho que me
levou à realização deste sonho.

Aos meus filhos
Thiago, Davi e Lara, e
netos Pedro e Thiago,
fontes de energia e vontade que
me abasteceram ao despertar de
cada dia para a realização deste trabalho.

Sumário

Lista de Figuras	xi
Lista de Quadros	xii
Lista de Abreviaturas e Símbolos.....	xiii
Resumo.....	xiv
Abstract	xv
1. INTRODUÇÃO	16
2. CONCEPÇÃO METODOLÓGICA	20
2.1.A Pesquisa.....	27
2.2.Aprender a Empreender	37
2.3.Problema	39
2.4.Objetivos	41
3. O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DAS MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO	43
4. A CONTRIBUIÇÃO DO SEBRAE NA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS E ADULTOS	52
4.1.Abordagens teóricas para a Educação a Distância.....	60
4.2.As soluções educacionais Sebrae de Educação a Distância.....	60
4.3.O Programa de Rádio.....	64
4.3.1. A Gente Sabe, A Gente Faz – O Programa de Rádio do Sebrae	67
4.3.2. A Gente Sabe, A Gente Faz – A nacionalização do Programa	68
4.3.3.A Gente Sabe, A Gente Faz – Vendas.....	71
4.3.4.A Gente Sabe, A Gente Faz – Rural	73
4.4.O uso das TIC na EAD, PELO SEBRAE– Televisão.....	77
4.5.O uso das TIC na EAD, PELO SEBRAE – Internet.....	82
4.5.1.Aprender a Empreender	83
4.5.2.Iniciando um Pequeno Grande Negócio	83
4.5.3.Análise e Planejamento Financeiro.....	84
4.5.4.Como Vender Mais e Melhor.....	84
4.5.5.D-Olho na Qualidade	84
4.5.6.Análise dos Resultados	86

5. SÁBADO EMPREENDEDOR: A CONTRIBUIÇÃO DO SEBRAE PARA A EDUCAÇÃO: EMPREENDEDORA DE JOVENS E ADULTOS NA FORMA PRESENCIAL	99
5.1. Facilitadores(as) do Programa Sábado Empreendedor	103
5.2. Participantes do Sábado Empreendedor.....	104
5.3. A trajetória da mulher em direção ao Sábado Empreendedor.....	105
5.4. A discussão das questões de gênero no Brasil	112
5.5. Mulher, demografia e resultado econômico.....	113
5.6. Gênero e empreendedorismo	114
5.7. Gênero e empreendedorismo: uma experiência local	122
5.8. Sugestões de Melhoria	131
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	135
7. BIBLIOGRAFIA	138

Lista de Figuras

Figura 1: Sábado Empreendedor – Sexo dos participantes	105
Figura 2: Sábado Empreendedor – Estado Civil	125
Figura 3: Sábado Empreendedor – Idade.....	126
Figura 4: Sábado Empreendedor – Escolaridade	127
Figura 5: Sábado Empreendedor – Escolaridade/Estado Civil	128
Figura 6: Sábado Empreendedor – Profissão	129

Lista de Quadros

Quadro 1: Taxas de sobrevivência das empresas	89
Quadro 2: Taxas de mortalidade das empresas.....	89
Quadro 3: Fatores condicionantes sucesso empresarial – habilidades gerenciais	91
Quadro 4: Fatores condicionantes sucesso empresarial– capacidade empreendedora	92
Quadro 5: Fatores condicionantes sucesso empresarial– logística empresarial	92
Quadro 6: Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas	93
Quadro 7: Fatores condicionantes de sucesso empresarial– habilidades gerenciais.....	94
Quadro 8: Fatores condicionantes sucesso empresarial – capacidade empreendedora	95
Quadro 9: Fatores condicionantes sucesso empresarial – logística empresarial	96
Quadro 10: Empreendedores iniciais, por gênero	115
Quadro 11: Evolução da taxa de empreendedores iniciais.....	117
Quadro 12: Evolução da proporção de empreendedores, por motivação	118
Quadro 13: Empreendedores iniciais por motivação, segundo o gênero.....	119
Quadro 14: Homens e Mulheres no mercado de trabalho	120
Quadro 15: Evolução da taxa de desemprego por segmento.....	126

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

EAD – Educação a Distância

EJA – Educação de Jovens e Adultos

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CONFINTEA – Conferência Internacional da UNESCO em Educação de Adultos

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

ANPEC – Associação Nacional de Centros de Pós Graduação em Economia

PPGE – Programa de Pós Graduação em Educação

RESUMO

LEAL, Antonio Fernando. *Aprender a Empreender: uma pilar na educação de jovens e adultos*. 2008. 145 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – PPGE – UFPB. João Pessoa.

Esta Dissertação tem por objetivo investigar as ações educacionais – especialmente as de ensino a distância – e a contribuição do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, para o aumento da capacidade de empreender de jovens e adultos, face às mudanças ocorridas no mundo do trabalho. Tendo como base os pilares do conhecimento sugeridos pela UNESCO como relevantes para a educação das pessoas no século XXI – aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser – o estudo sugere como complementar na Educação de Jovens e Adultos, o pilar do Aprender a Empreender. A orientação desse aprendizado visa à busca da autonomia pelo sujeito, para dar conta das diversas situações enfrentadas na vida, especialmente aquelas ligadas à manutenção de si e da própria família. A avaliação é possibilitada a partir da análise documental de registros produzidos e disponibilizados pelo Sebrae e pela literatura específica, sobre as práticas nacionais e internacionais relacionadas com a EJA. Ao longo do estudo procuram-se evidências do aumento dos índices de sobrevivência das empresas no período em que são oferecidas pelo Sebrae ações educacionais na modalidade de EAD, constatando-se, a partir de pesquisas, uma relação entre essas ofertas e a conformação do aprendizado para empreender de pessoas jovens e adultas.

Palavras chave – Educação empreendedora; empreendedorismo; educação de jovens e adultos; mulher empreendedora; aprender a empreender.

ABSTRACT

This thesis aims to evaluate the importance of the entrepreneurial education activities offered by Sebrae, especially those related to distance education, considering the changes occurred in the world of work. Based on the pillars of knowledge suggested by UNESCO as relevant to education of people up the XXI century – learning how to know; learning how to do; learning how to live together and learn how to be – this study suggests as additional issue in the education of young people and adults, the pillar of learning to be an entrepreneur. This type of learning aims to develop the search for autonomy by the participants, in order to face effectively the diverse situations of life, specially those related to the maintenance of themselves and their own families. The assessment is made possible by the analysis of documentary records produced and made available by Sebrae and the literature on the national and international practices related to EJA. Throughout the search has been sought evidences of increasing rates of enterprises survival in the period which educational programs have been offered by Sebrae in mode of EAD, concluding, from survey data, that there is a connection between these offerings and the young people and adults learning assimilation of how to undertake businesses.

Keywords – entrepreneurial education; entrepreneurship; education of young people and adults; entrepreneurial women; learning to be an entrepreneur.

1. Introdução

Este documento apresenta uma análise da contribuição do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, para a disseminação da cultura do empreendedorismo - aqui entendida como Educação Empreendedora – entre jovens e adultos, considerando-se a oferta de ações educacionais que a Instituição disponibiliza para esse público, especialmente aquelas relacionadas ao ensino a distância.

Embora se tenham intensificado nos últimos cinco anos, os estudos acerca do tema empreendedorismo – como é constatado no banco de dados da Capes, Instituição que hospeda as pesquisas originadas em cursos de mestrado e doutorado do país - este é ainda um campo incipiente de produção científica, especialmente na área de Educação Empreendedora. Sob essa ótica, o presente trabalho é uma contribuição que se pretende dar para ampliar o entendimento desse ramo de estudos.

A análise proposta nesta Dissertação inicia-se com a abordagem da concepção metodológica que a norteia, explicitando-se, de início, as razões da escolha do tema, seguindo-se para as publicações que fornecem os devidos respaldos teóricos.

Entre as publicações mais relevantes, incluem-se, as da UNESCO, citadas a seguir, que remetem à Educação de Jovens e Adultos:

- a) *La Educación de Jóvenes y Adultos en América Latina Y El Caribe Hacia Un Estado Del Arte* (2005);
- b) *La Educación de Personas Jóvenes Y Adultas en America Latina Y El Caribe: Prioridades de Acción en El Siglo XXI* (2000);
- c) os documentos relacionados à *V Conferência Internacional sobre Educação de Adultos – a V Confintea*¹ (1997); e
- d) *Educação um Tesouro a Descobrir* (1998), também conhecido como o “*Relatório Delors*”.

¹ Disponíveis em: < <http://www.brasilia.Unesco.org/publicacoes/docinternacionais>> Acessos contínuos ao longo da pesquisa.

Este último estudo serve de forte referência para esta Dissertação, em razão da recomendação ali apresentada de que a Educação para o século XXI “deve organizar-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais que ao longo de toda a vida serão de algum modo para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: o aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser (DELORS,1998, p.89 e 90). O estudo leva em conta que é a partir desses pilares que surge o insight da sugestão de mais um outro, a ser edificado, para se juntar aos já apresentados, de forma associada ao aprendizado do Empreendedorismo – o *Aprender a Empreender*.

Os registros² do Sebrae também se constituem em fontes importantes, destacando-se os *Referenciais Educacionais* (2006), que definem a política de Educação da Instituição, além dos direcionamentos estratégicos da entidade, relativos a vários períodos.

Ainda neste capítulo são apresentados os objetivos da pesquisa, cujo propósito maior é investigar, a partir de base documental pertinente, as ações educacionais e a contribuição do Sebrae para o aumento da capacidade de empreender – o aprender a empreender – de jovens e adultos, face às mudanças ocorridas no mundo do trabalho.

O segundo capítulo da dissertação cuida das mudanças acima citadas, tendo como origem a Revolução Industrial iniciada no século XVIII, sobretudo na Inglaterra, e culminando com o aprofundamento da mecanização/automação em todos os setores econômicos, vivenciados atualmente. Nesse contexto, o empreendedorismo é inserido como uma das possibilidades para fazer frente à redução na oferta de oportunidades convencionais de trabalho para jovens e adultos, tanto para os que já estão estabelecidos com os seus negócios – ajudando-os a elevar os índices de sobrevivência - como para os potenciais empreendedores.

A contribuição do Sebrae, com a apresentação de alguns resultados, especialmente com as ações de ensino a distância, é analisada no capítulo seguinte. Aí são apresentadas as diversas formas oferecidas em meios de difusão diversos, como o rádio (*Programa A Gente Sabe, A Gente Faz*), a televisão (*Aprender a Empreender*, entre outros), e a internet (*Iniciando um Pequeno Negócio*, entre outros). As fundamentações para a criação dessas soluções, bem

² Todos os direcionamentos estratégicos realizados a partir de 1999 e pesquisas sobre Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade no Brasil 2004 e 2007 e os demais documentos citados na bibliografia deste estudo.

como os conteúdos de cada uma delas, são ali apresentadas, mostrando também as evoluções que experimentaram até chegarem à abrangência nacional.

Os resultados obtidos pelo Sebrae a partir das ações educacionais relacionadas ao seu propósito maior de elevar o nível de empreendedorismo das pessoas, são analisados neste capítulo, a partir de estudos da própria instituição sobre os *Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil* (2004 e 2007). Essas respostas são traduzidas na elevação dos índices de sobrevivência – e conseqüente redução da mortalidade - dos empreendimentos gerados, conferindo certo grau de sustentabilidade a esses negócios. Tais estudos cobrem o período em que se prolonga essa análise, sugerindo alguns possíveis efeitos que a oferta dessas ações educacionais em meios diversos, especialmente de ensino a distância, tem provocado na elevação da capacidade de empreender de jovens e adultos.

Abrindo um parêntese na análise das atividades de ensino a distância, um capítulo é dedicado ao exame de uma ação específica de capacitação presencial do Sebrae – o *Sábado Empreendedor* – em razão das peculiaridades que ela apresenta. É significativo, por exemplo, o público atendido por este projeto, que beneficia centenas de pessoas, além de apresentar uma especialidade que chama a atenção: a maior parte (89%) do público participante é constituída de mulheres. Orientam esse capítulo vários estudos que abordam as questões de gênero, buscando na história recente as possíveis explicações para essa participação maciça das mulheres no *Sábado Empreendedor*.

Papel destacado nesse capítulo tem a série de pesquisas da *GEM – Global Entrepreneurship Monitor* (2000 a 2008) – que, ao longo de quase dez anos, tem acompanhado o crescimento da participação das mulheres em atividades empreendedoras no país, chegando, na última edição, a superar o número de homens.

Conclui-se o presente estudo ressaltando, pelo que se viu nos capítulos anteriores, a relevância da contribuição do Sebrae ao desenvolvimento da Educação Empreendedora, e na conseqüente disseminação da cultura do empreendedorismo entre jovens e adultos. Tais resultados foram possíveis a partir das diversas ações de ensino a distância com o uso de recursos variados, como o rádio, a televisão e a internet.

Ressalte-se que o projeto inicial do *Aprender a Empreender*, ampliou-se, deixando de ser apenas uma ação televisiva, entendendo-se a outras mídias, e passando a ser o símbolo da atuação do Sebrae no desenvolvimento da cultura empreendedora. Tudo isso em sintonia especial com os pilares do conhecimento sugeridos no *Relatório Delors* – aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser – acrescidos do novo aprendizado - introduzido a partir de suas ações educacionais, e também em harmonia com as mudanças operadas no mundo do trabalho - o *Aprender a Empreender* .

2. Concepção metodológica

No tocante às circunstâncias que levaram à realização desta Dissertação, saliente-se a prática do Autor como pedagogo, atuando durante 8 anos na coordenação de atividades de Educação Empreendedora no Sebrae, inclusive trabalhando com programas patrocinados pela UNESCO.

Na condição de Técnico ocupante dos quadros funcionais do Sebrae, instituição reconhecida nacionalmente pela atividade que desenvolve na disseminação da cultura empreendedora, tem vivenciado inúmeras oportunidades de condução e participação em estudos, discussões e em processos de formulações de políticas públicas voltadas para o campo da Educação Empreendedora, visando às mudanças e transformações que levem a entidade a atender às demandas da sociedade, no que tange à geração de emprego e renda.

Essa participação, como integrante de um órgão sistêmico, representativo de um segmento empresarial marcado por sua própria natureza, pelo empreendedorismo, complementada com os resultados desta pesquisa, leva a crer na sua importância, considerando tanto as funções exercidas, como as ações desenvolvidas. Outrossim, o contato com empresários; a escuta das suas carências e necessidades; o manuseio de pesquisas relativas à criação e fechamento de empresas, referindo às altas taxas de mortalidade nos anos iniciais de surgimento; a procura de pessoas por informações sobre abertura de um negócio como alternativa à falta de emprego, entre muitas outras demandas, certamente que fornecem muito material estimulador de aprofundamentos de estudos nessa área do saber.

Outra motivação para o trabalho trata-se da consciência que se tem sobre a necessidade de se estudar a participação do Sebrae no desenvolvimento de uma produção científica sobre a Educação Empreendedora, contribuindo, além disso, para a preservação de sua memória técnica, por sua importância no contexto das políticas públicas para a Educação Empreendedora no país.

Esse interesse não é apenas movido pela curiosidade que o tema desperta como também para se ter um conhecimento mais sistematizado, para atuar com maior preparo no apoio ao micro e ao pequeno empreendedor.

Estende-se este trabalho também ao pretendente a abrir o seu próprio negócio, oferecendo-lhe a informação precisa, capaz de dar as respostas adequadas, derivadas de seus questionamentos. Em síntese, unir a ciência, com as informações coletadas em vários estudos sobre o tema empreendedorismo, dando um cunho científico ao que se faz, ao trabalho no apoio ao empreendedor já estabelecido ou ao potencial, respaldando as ações da orientação empresarial.

O reconhecimento da importância e do papel que o Sebrae desempenha, pode ser observado pelo número de estudos, especialmente em dissertações de mestrado, que têm a Instituição, se não como objeto direto de análise, mas como ponto de referência. O Banco de Teses da Capes, uma das fontes de consulta utilizadas neste estudo, registra mais de 150 dissertações, contendo citações relativas à entidade, além de quase 20 teses de doutorado que aludem à palavra Sebrae, no período de 1987 a 2006, intervalo em que a Capes faz o registro desses estudos. A ocorrência maior dessas pesquisas em torno da instituição concentra-se, no entanto, entre os anos de 2002 e 2006, série histórica mais recente dos registros, correspondendo a 70% das dissertações de mestrado e a 81% das teses de doutorado.

Em algumas delas, 36 ao todo, o título já revela a natureza do estudo, referindo-se explicitamente à Instituição, enquanto as demais restantes tratam de temas ligados à micro e pequena empresa, objeto da atuação do Sebrae.

A importância que se atribui ao empreendedorismo, “com a mudança do conceito de empregado para o de empreendedor”(FREITAS, 2004, p.2), colocam o Sebrae e o trabalho que ali se desenvolve, como geradores de respostas à crise atual na geração de empregos. A escassez na oferta de ocupação para um número crescente de jovens com idade para ingressar no mercado de trabalho, resultando em que 1 em cada 2 brasileiros desempregados tenha entre 15 a 24 anos (POCHMANN, 2007), leva a que se busque entender, a partir de estudos, esse fenômeno. Natural, portanto, ter o Sebrae como objeto de grande parte dessas investigações, por se tratar da principal instituição brasileira, cuja área de atuação está voltada para o tema empreendedorismo.

Ampliando a consulta ao banco de dados da Capes, e direcionando a pesquisa para vocábulos aproximados ao estudo em desenvolvimento, como “*educação empreendedora*”, “*mulher empreendedora*”, “*empreendedorismo feminino*”, “*aprender a empreender*” ou

“*empreendedorismo*”, verifica-se a existência de cerca de mil trabalhos que abordam essa temática, no período que abrange a catalogação desses estudos. O termo *empreendedorismo* nas pesquisas indexadas aos registros da Capes é o mais recorrente nas citações. Essas referências estão contidas, tanto em estudos de mestrado, que totalizam 670 deles, como os de doutorado, que alcançam o total de 117 trabalhos. A abrangência desses registros é de vinte anos e abriga o período que se estende de 1987 a 2006. Convém ressaltar que a maior parte da produção que contém os termos e/ou expressões pesquisados descritos acima, concentra-se nos últimos cinco anos dos registros do Banco de Teses da Capes, superando os setenta por cento, tanto para os estudos de mestrado como os de doutorado.

Pela diversidade verificada nas áreas de estudos em que o empreendedorismo é pesquisado no Banco de Teses da Capes, convém citar a dificuldade encontrada por Dolabela (2003) para conceituar esse termo quando se refere à “ausência na literatura de um conceito amplo de empreendedorismo, capaz de cobrir tanto a esfera do *fazer* (grifo nosso) quanto o âmbito do *ser* (grifo nosso) e, assim, migrar da área empresarial, onde foi primeiramente construído, para todas as atividades humanas”(DOLABELA, 2003, p.17).

Essa migração do conceito do âmbito da empresa para todos os demais atinge o empregado em organizações, chamado de intra-empresário, alguém capaz de inovar, de propor à instituição onde trabalha caminhos que possam conduzir à ocupação adequada de um espaço no seu ambiente de atuação, otimizando os resultados institucionais. (DOLABELA, 2003, p.36)

A idéia do empreendedorismo, no entanto, nasceu no âmbito da empresa.

É interessante notar que não foi ainda dicionarizado (*sic*) o termo empreendedorismo. Este termo parece ter percorrido outros caminhos, passando primeiro pelo francês, *entrepreneur*, utilizado por volta do século XVI, para designar a pessoa que incentivava brigas ou coordenava operações militares. Mais tarde foi incorporado ao vocabulário da língua inglesa e, por volta do século XVII, passou a ter conotação de “empresário”, ou seja, pessoa que conduz um projeto ou um empreendimento, próximo ao sentido em que lhe é atribuído hoje, no Brasil. (Dolabela, 2003, p.32)

Estudo realizado por Fillion (1988) identificou duas linhas principais seguidas pelos pesquisadores do tema empreendedorismo: a dos economistas – que associa os empreendedores à inovação -, e a dos comportamentalistas – que se concentra nas características da criação e da intuição dos empreendedores. Como representantes da primeira corrente aparecem Cantillon, Say e Schumpeter, apud Fillion (1988).

Na vertente comportamentalista destaca-se David C. McClelland (1953) “o autor que realmente lançou a contribuição das ciências comportamentais para o empreendedorismo (Fillion, 1988, p. 4)”. O domínio dessa corrente de pensamento estendeu-se até os anos 80, quando o campo do empreendedorismo alargou-se para quase todas as ciências sociais e administrativas. Confirma esse fato a pesquisa feita por este autor ao Banco de Teses da Capes aqui referido, em que foram localizados vários trabalhos sobre o tema empreendedorismo, em áreas acadêmicas diversas como Engenharia da Produção, Administração e Serviço Social.

A expressão *educação empreendedora* também é encontrada, mas com menor frequência. Ao todo, são 11 dissertações e apenas uma tese de doutorado, no período de 1997 a 2006. Da mesma forma que com o termo anterior, *empreendedorismo*, mais de 90% da produção enfocando esse tema, deu-se nos últimos cinco anos dos registros da Capes.

Do mesmo modo que se procedeu em relação ao termo empreendedorismo, convém alinhar o entendimento sobre a expressão *educação empreendedora*. Uma rara definição é encontrada no site Capital de Risco associado à Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. Trata-se, para o citado estudo, de um

Conjunto de ações desenvolvidas pelo sistema educacional com o objetivo de valorizar o papel do empreendedor, disseminar a cultura empreendedora e despertar vocações empresariais. Busca criar na escola e na sociedade uma mentalidade empreendedora através do estímulo à geração de negócios.

Nota-se claramente a associação restrita da expressão *educação empreendedora* ao mundo da geração de negócios, visão ampliada por outros estudiosos do tema, atribuindo uma maior abrangência ao termo. Para Dolabela (2003, p.21), por exemplo, “a necessidade de aumentar a capacidade empreendedora – *fruto da Educação Empreendedora* - não é apenas resposta à retração atual do nível de emprego - verdadeira - , mas decorrência direta de novos padrões de relações sociais e políticas que incluem o mercado, mas não se limitam a ele”. O próprio Dolabela, na mesma obra (p. 32), afirma que: “A Pedagogia Empreendedora baseia-se no entendimento de que o empreendedorismo, pelo seu potencial como força importante na eliminação da miséria e na diminuição da distância entre ricos e pobres, tem como tema central o desenvolvimento humano, social e econômico sustentável”.

Ressalte-se que, do número de dissertações localizadas que trazem a Educação Empreendedora como foco de estudo, cinco delas foram desenvolvidas na área de Educação, sendo as restantes divididas nos campos de estudos da Engenharia da Produção (3), Administração (2) e Serviço Social (1). A única tese sobre esse tema encontrada no Banco de Dados citado tem como campo de estudos a área de Serviço Social.

As pesquisas relativas aos termos *mulher empreendedora* e *empreendedorismo feminino* apontam que são mais raras as alusões a essas expressões nos estudos. Localizam-se apenas duas no banco de teses – doutorado - e oito na categoria de dissertações - mestrado - para o primeiro termo (*mulher empreendedora*), e quatro ao todo, igualmente divididas, entre dissertações e teses, para a segunda expressão (*empreendedorismo feminino*). Repete-se aqui o identificado nas pesquisas com os termos anteriores, em que a quase totalidade desses trabalhos foram realizados nos recentes cinco anos de registros pelo banco de dados em análise.

Em relação ao termo *aprender a empreender*, um dos objetos deste trabalho, apenas uma referência foi encontrada. Trata-se do estudo *Micro e Pequenas Empresas: a importância de aprender a empreender*, desenvolvido em 2006, por Zenaide Radanesa dos Reis pela Fundação Getúlio Vargas, na categoria profissionalizante. Não se trata, portanto, de um estudo com o rigor metodológico inerente às dissertações de mestrado ou às teses de doutorado e, nele, a autora investiga “o conhecimento que os micro e pequenos empresários têm sobre a instituição (Sebrae), seus produtos e serviços”, “as falhas gerenciais na condução da empresa” e se essas pessoas “buscam ajuda especializada antes de abrir seus negócios”.

Merece registro, dentre os estudos dos arquivos da Capes, pela forma como aborda o tema empreendedorismo, o de Adriano Mohn e Souza (2006), da Universidade Católica de Goiás, denominado “Jovens e Educação Empreendedora: que discurso é esse?”. Trata-se de uma leitura crítica discutível, que é feita ao discurso do empreendedorismo como a “panacéia” do grave problema do emprego. Alerta Souza (2006, p.8) que,

sob o argumento da realização do sonho e do sucesso pessoal e profissional, dissemina uma tese que pretende ser a solução para o “trabalho” do jovem, mas que, na verdade, vem naturalizar a sua condição de protagonista empreendedor, único responsável por sua sobrevivência e pelo desenvolvimento econômico da coletividade a que pertence,

revelando-se um discurso pragmático e ideológico, que reforça o individualismo próprio da racionalidade neoliberal.

Da sua abordagem – ainda que questionável - ressalta uma advertência pertinente aos interessados em estudos nessa área, quanto ao discurso eivado de ideologia compatível com o pensamento econômico de que o mercado tudo regula, e que culmina por atribuir à vítima a culpa pelo seu próprio insucesso.

A incidência maior de estudos tratando de *empreendedorismo, educação empreendedora e mulher empreendedora* nos últimos cinco anos de registros do banco de teses da Capes, denota a importância recente adquirida por esse tema. Esse interesse é devido em parte à agudização das mudanças no mundo da produção e do trabalho provocadas pela reestruturação produtiva do capitalismo global, e, em proporção também importante, mas com peso relativo, à significativa exposição na mídia do Sebrae e de suas ações em prol do empreendedorismo. Essas exposições a partir de dados levantados e difundidos pela imprensa, seja em jornais, revistas ou canais de televisão, têm contribuído para o surgimento de discussões sobre alternativas para recuperar os empregos que rareiam, pela via do empreendedorismo. Ademais, o discurso posto na sociedade, decorrente das inúmeras iniciativas tanto do lado governamental como de outras entidades que atuam complementarmente a essa ação, de que o caminho para a solução desse problema passa pela via da formação empreendedora contribui para gerar interesse na realização desses estudos.

Constata-se, assim, pela busca ao banco de dados da Capes, a existência de poucos estudos sobre o tema Educação Empreendedora, especialmente focados na área de educação.

Das dissertações indexadas no Banco da Capes sob o tema Educação Empreendedora, os sub-temas explorados são:

- a) Jovens e educação empreendedora: que discurso é esse? (Adriano Mohn e Souza, 2006 – Estudo a respeito do discurso do empreendedorismo e seu direcionamento aos jovens);
- b) O ensino do empreendedorismo no curso de graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe: a ótica dos seus docentes (Ângela Maria de Souza, 2006 – Como os professores de Administração estão ensinando empreendedorismo e os desafios que enfrentam na prática);

- c) A educação de jovens de classe média para o empreendedorismo (estudo de egressos do Instituto Euvaldo Lodi, em Cuiabá – Mato Grosso) (Eber Luis Capistrano Martins, 2003 – Contribuições da família, da escola e do IEL no estímulo ao empreendedorismo, a partir do acompanhamento de 16 jovens egressos de cursos do IEL);
- d) Educação Empreendedora e Pedagogia da Autonomia: releitura de uma prática didática (Manoel Carlos Diniz, 2004 – Relação da Educação Empreendedora com a Pedagogia da Autonomia, demonstrando a possibilidade do emprego e da utilização dos elementos da Pedagogia Freireana na proposta didática das disciplinas Formação do Empreendedor e Vivências Empresariais; e
- e) Educação e Empreendedorismo: qualificação de empreendedores no arranjo produtivo local de Tobias Barreto-Sergipe (Maria Betânea de Souza, 2006 – Como os empreendedores representam e vivenciam os processos de formação em empreendedorismo e como utilizam os conhecimentos adquiridos em suas práticas).

Embora esses estudos sejam afins ao que se pretende investigar neste trabalho, os objetos de análise são distintos.

Uma consulta à produção acadêmica gerada na Paraíba pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal da Paraíba – PPGE - contida na publicação comemorativa dos 30 anos de atividades do Programa (1997-2007) revela a existência de quase 20 estudos que abordam a temática do trabalho associada à educação. Muitos deles tratam esse tema da maneira tradicional e formal, relacionado ao emprego em unidades fabris, usinas e também na indústria da construção civil, área em que se destaca o *Projeto Zé Peão*, de Educação de Jovens e Adultos, nos canteiros de obras. Nenhum, entretanto, aborda o tema trabalho associada ao empreendedorismo, nem trata especificamente da Educação Empreendedora.

A abordagem aqui proposta trabalha o empreendedorismo como mais um “*pilar*”, como algo de grande relevância, fazendo a analogia com o conceito dos pilares do conhecimento de Delors (1988) cuja edificação deve conduzir à formação empreendedora de jovens e adultos. Por essa visão, para a construção desse pilar, conta-se com a oferta de conhecimentos que contribuem para a fundação da capacidade de empreender daqueles jovens e adultos que têm contato com algum produto de educação tornado disponível pelo Sebrae, nos mais diferentes

meios em que eles são apresentados. No rol desses produtos, têm-se os de Educação a Distância – via rádio, TV e Internet – e os de natureza presencial, que são desenvolvidos sob a forma de educação massiva, alcançando um grande número de jovens e adultos, de uma só vez.

2.1 A Pesquisa

As motivações anteriormente explicitadas – em síntese, o interesse que o tema desperta - deram origem a este estudo de caráter qualitativo em que foram empregados métodos e técnicas de pesquisa essencialmente bibliográfica e documental impressa e digital, utilizando-se como principal referência os registros do Sistema Sebrae. Examinaram-se ocorrências internacionais na Educação de Jovens e Adultos, a exemplo de eventos patrocinados pela UNESCO, além de publicações ancoradas em sites nacionais e internacionais com tradição em estudos³ sobre a EJA .

As consultas a essa diversidade de fontes são guiadas pelos interesses que norteiam este trabalho: a formação empreendedora de jovens e adultos. Destacam-se, entre eles, os documentos resultantes da V Confintea (UNESCO, 1997) e suas reuniões de seguimento e as publicações da UNESCO, *La educación de personas jóvenes y adultas en América Latina y el Caribe - Prioridades de acción en el siglo XXI* (2000) e *La Educación de Jóvenes y adultos en America Latina y El Caribe hacia um estado del arte* (2005); além desses, utiliza-se também o trabalho da UNESCO, *Educação: um tesouro a descobrir*, considerado por José Rivero Herrera (UNESCO/MEC, 2004, p.97) como um dos documentos que mais contribuíram como fonte primária para a elaboração da Declaração de Hamburgo (UNESCO, 1997), extraída da V Confintea.

Dessa Declaração sobre Educação de Adultos (UNESCO/MEC, 2004), são destacados neste trabalho os itens 3 e 10, que abrem a possibilidade da EJA ser desenvolvida por outros sistemas que não apenas os tradicionais, ditos formais, como também por outras formas de veiculação que não se limitam, exclusivamente, às presenciais. O primeiro a ser considerado,

³BIBLIOTECA VIRTUAL DE EDUCAÇÃO. Disponível em: < <http://bve.cibec.inep.gov.br/>> .Acessos diversos.

o item 10, trata da nova maneira como deve ser vista a Educação, para esse determinado público:

O novo conceito de Educação de Jovens e Adultos apresenta novos desafios às práticas existentes, devido à exigência de um maior relacionamento entre os sistemas formais e os não-formais e de inovação, além de criatividade e flexibilidade. Tais desafios devem ser encarados mediante novos enfoques, dentro do contexto da educação continuada durante a vida. Promover a educação de adultos, usar a mídia e a publicidade local e oferecer orientação imparcial é a responsabilidade de governos e de toda a sociedade civil. O objetivo principal deve ser a criação de uma sociedade instruída e comprometida com a justiça social e o bem estar geral. (UNESCO/MEC, 2004, p.45)

O segundo desses pontos, o item 3, trata da abrangência que é atribuída a esse tipo de educação:

A educação de adultos engloba todo o processo de aprendizagem, formal ou informal, onde pessoas consideradas “adultas” pela sociedade desenvolvem suas habilidades, enriquecem seu conhecimento e aperfeiçoam suas qualificações técnicas e profissionais, direcionando-as para a satisfação de suas necessidades e as de sua sociedade. A educação de adultos inclui a educação formal, a educação não-formal e o espectro da aprendizagem informal e incidental disponível numa sociedade multicultural, onde os estudos baseados na teoria e na prática devem ser reconhecidos. (UNESCO/MEC, 2004, p.42)

No esforço de se assimilar o conceito citado de educação não-formal, implícito nos produtos ofertados pelo Sebrae, aqui analisados, chega-se ao estudo CINE (UNESCO,2006), realizado com o propósito de unificação desse entendimento. Trata-se da *Classificación Internacional Normalizada de la Educación* - criada no início dos anos 70 para ser um “instrumento idôneo de compilação e apresentação de estatísticas de educação nos distintos países e também em um plano internacional”(UNESCO, 2006, p.iii). Nele, a educação não-formal é definida como “toda atividade educativa organizada e sustentada que não corresponda à educação formal”(UNESCO, 2006, p.47). Esta é apresentada como

Fornecida no sistema de escolas, colégios, universidades e outras instituições de educação formal, que constituem uma “escada”da educação em tempo integral para crianças e jovens, que geralmente começam entre cinco e sete anos e continuam até 20 ou 25. (UNESCO, 2006, p.47)

Anteriormente, em 1972, o Banco Mundial, em documento da UNESCO (UNESCO, 1987, p.8) já havia considerado

que os programas não formais de educação elementar – fazendo uso da expressão “educação básica”- constituíam um complemento e não rivalizavam com o sistema de educação formal.

Esta noção de educação básica, componente educativo mínimo que responde às necessidades de uma coletividade, ganhou atualidade naquele momento, particularmente graças a estudos e reuniões, algumas celebradas conjuntamente pela UNESCO e UNICEF.

Isto favorecia a adoção de um enfoque de complementariedade entre aspectos escolares e não escolares do processo de educação fundamental.

No Brasil, o entendimento para esse termo e a importância que tem sido a ele dedicada, encontra-se em Gohn (1999), pesquisadora que tem destinado atenção e estudos ao tema. Para Gohn (1999, p.91),

até os anos 80, a educação não-formal foi um campo de menor importância no Brasil, tanto nas políticas públicas quanto entre os educadores. Todas as atenções sempre estiveram concentradas na educação formal, desenvolvida nos aparelhos escolares institucionalizados. (...) Na maioria das vezes, entretanto, tratavam-se de programas ou campanhas de alfabetização de adultos cujos objetivos transcendiam a mera aquisição da compreensão da leitura e da escrita e se inscreviam no universo da participação sociopolítica das camadas populares, objetivando integrá-las no contexto urbano-industrial. (...) O grande destaque que a educação não-formal passou a ter nos anos 90 decorre das mudanças na economia, na sociedade e no mundo do trabalho. Passou-se a valorizar os processos de aprendizagem em grupos e a dar-se grande importância aos valores culturais que articulam as ações dos indivíduos. Passou-se ainda a falar de uma nova cultura organizacional que, em geral, exige a aprendizagem de habilidades extra-escolares.

Ainda segundo Gohn (2006) , a educação não-formal é considerada como “uma área de conhecimento ainda em construção” e que designa um processo com várias dimensões, aí incluída “a capacitação dos indivíduos para o trabalho, por meio da aprendizagem de habilidades e/ou desenvolvimento de potencialidades”. No entendimento de Gohn, “a educação não-formal capacita os indivíduos a se tornarem cidadãos do mundo, no mundo”. Ressalva, no entanto, que esse tipo de educação “forma o indivíduo para a vida e suas adversidades (e não apenas capacita-o para entrar no mercado de trabalho)”. Uma das suas características é que

as metodologias operadas no processo de aprendizagem partem da cultura dos indivíduos e dos grupos. O método nasce a partir da problematização da vida cotidiana; os conteúdos emergem a partir dos temas que se colocam como necessidades, carências, desafios, obstáculos ou ações empreendedoras a serem realizadas. (GOHN, 2006)

A diferença que ela estabelece entre a educação não-formal e a informal

é que na primeira existe a intencionalidade de dados sujeitos em criar ou buscar determinadas qualidades e/ou objetivos. A educação informal decorre de processos espontâneos ou naturais, ainda que seja carregada de valores e representações, como é o caso da educação familiar. A educação transmitida pelos pais na família, no convívio com os amigos, clubes, teatros, leitura de jornais, livros, revistas etc. são considerados temas da educação informal. (GOHN, 1999, p.100)

No Brasil várias Organizações Não Governamentais – ONG – têm se dedicado a ofertar esse tipo de educação não formal. Em geral, tais instituições são financiadas por recursos públicos ou mesmo da iniciativa privada, sendo boa parte desses recursos até bancados por fontes internacionais.

A área de atuação dessas Ongs é bastante ampla, variando o seu âmbito de atuação, em geral com ações voltadas para aquelas camadas da população consideradas como de baixa renda.

Outras entidades, classificadas como Serviços Sociais Autônomos, conhecidas nacionalmente como partes do sistema S, dedicam-se também a ofertar produtos da educação não-formal – embora algumas delas também atuem no sistema formal. O seu surgimento está associado às grandes reformas conduzidas pelo Ministro da Educação e Saúde Pública, Gustavo Capanema, que deram impulso aos sistemas de ensino industrial, técnico e comercial, configurados naquele Sistema, sintonizados com a necessidade de formação de mão-de-obra especializada (BOMENY, 2006). Antes de ser uma criação dos empresários, que só depois assumiriam a sua paternidade, foi imposto pelo Estado ao patronato, “que reagiu fortemente ao projeto varguista de instituir uma contribuição compulsória para financiar a formação profissional de operários para a indústria” (CUNHA, 2005, p.27). Essa imposição deu-se em razão da

gravidade da crise econômica de 1937 (que) fez prevalecer, no âmbito do Estado, as correntes que defendiam a industrialização – sob a direção e com subsídios públicos – como condição para dissolver o “estrangulamento externo” da economia. O Estado Novo assumiu a industrialização como meta, e é provável que essa opção tenha determinado (ou, pelo menos, reforçado) a sua preocupação com a qualificação da força de trabalho, manifesta na constituição outorgada em 1937. Era fácil deduzir-se que a política projetada de substituição de importações iria necessitar, a curto prazo, de contingentes adicionais de trabalhadores qualificados, que não estavam disponíveis. (CUNHA, 2005, p.27)

Nasce, assim, o Sistema para apoiar, com a formação de mão-de-obra, a “revolução industrial”, tardiamente chegada ao Brasil durante a Segunda Guerra Mundial, a partir do surgimento de projetos estatais de grande porte, como a Companhia Siderúrgica Nacional –

motivada pelas dificuldades de suprimento do exterior, com a queda nas importações de bens de capital - e a Fábrica Nacional de Motores (TAVARES, 1977). A criação do Sistema dá-se nos anos 1940, com a criação do primeiro deles – o Senai – em 1942, seguido do Senac, fundado quatro anos mais tarde. Com o passar dos anos, esse número de Ss vai se ampliando, expandindo-se da indústria e do comércio para as áreas de serviço, transporte, rural e cooperativa.

Um dos representantes desse sistema é o Sebrae, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, com atuação nacional, e que teve a sua origem com o NAI – Núcleo de Assistência à Indústria – instalado na Escola Politécnica de Campina Grande (UFPB), no distante ano de 1967. Com a conformação atual de Sebrae, trata-se, segundo a legislação, de uma sociedade civil de direito privado, sem finalidade lucrativa, mantido a partir de contribuição social derivada de alíquota incidente sobre a folha de pagamento das empresas (0,3%).

É esta instituição – o Sebrae – o principal órgão de disseminação da cultura empreendedora no país e que leva o ensino de empreendedorismo a um grande número de atuais ou potenciais empreendedores, pela educação não-formal, utilizando-se das modalidades presencial e a distância, em mídias diversas como – rádio, TV, Internet.

Estabelecida essa base conceitual, é sobre ela, e com a análise dos produtos de educação empreendedora oferecidos pelo Sebrae, que se encaixam nessa linha, que este trabalho é desenvolvido.

Um outro estudo aqui analisado é a chamada *Agenda para o Futuro*. Trata-se de um dos documentos gerados pela *V Conferência Internacional sobre Educação de Adultos, V Confintea*, realizada em Hamburgo, na Alemanha, em 1977. Essa Agenda é composta ao todo por 10 temas que tratam, diretamente, em quase a sua totalidade, de aspectos relacionados à educação de adultos. São eles:

- I. Educação de adultos e democracia: o desafio do século XXI;
- II. A melhoria das condições e da qualidade da educação de adultos;
- III. Garantia do direito universal à alfabetização e à educação de adultos;
- IV. A educação de adultos: igualdade e equidade nas relações entre homem e mulher e maior autonomia da mulher;

- V. A educação de adultos e as transformações no mundo do trabalho;
- VI. A educação de adultos em relação ao meio ambiente, à saúde e à população;
- VII. A educação de adultos: cultura, meios de comunicação e novas técnicas de informação;
- VIII. A educação para todos os adultos: os direitos e aspirações dos diferentes grupos;
- IX. Os aspectos econômicos da educação de adultos; e
- X. A promoção da cooperação e da solidariedade internacionais. (SESI/UNESCO, 1999, p.30)

Mesmo considerando a relevância dos dez temas, o tratamento analítico aqui realizado é dedicado aos itens IV e V que tratam, respectivamente, de igualdade e equidade nas relações entre homens e mulheres e sobre as transformações no mundo do trabalho. Isso em razão das peculiaridades e aproximações das ações de Educação Empreendedora que são implementadas pelo Sebrae, as quais estão circunscritas, em maior medida, àqueles dois itens.

Como orientadores das discussões, utilizam-se os argumentos que são apresentados nos temas propostos pela *Agenda para o Futuro* (SESI/UNESCO, 1999). No caso do tema IV- sobre equidade de gênero - argumenta-se que “a igualdade de oportunidades em todos os aspectos ligados à educação é indispensável para permitir às mulheres de todas as idades contribuir plenamente com a sociedade e para a solução dos múltiplos problemas enfrentados pela humanidade” (SESI/UNESCO, 1999, p.42). Associado a isso está o compromisso, expresso no documento, de “promover a capacitação e a autonomia das mulheres e a igualdade dos gêneros pela educação de adultos”. (SESI/UNESCO, 1999, p.42).

Em relação ao item V – sobre transformações no mundo do trabalho – a argumentação que abre a apresentação do tema, diz:

A transformação do mundo do trabalho é uma questão que apresenta aspectos múltiplos, de importância enorme para a educação de adultos. A globalização e as novas tecnologias têm um impacto considerável, e sempre crescente, sobre todas as dimensões da vida individual e coletiva das mulheres e dos homens. A dificuldade de encontrar trabalho e o aumento do desemprego causam crescente inquietude. Nos países em desenvolvimento, além do emprego, trata-se de garantir meios seguros de subsistência para todos. (...) O direito ao trabalho, o acesso ao emprego, e a responsabilidade de contribuir, em todas as idades da vida, para o desenvolvimento e bem estar da sociedade são exigências que a educação de adultos deve procurar satisfazer. (SESI/UNESCO, 1999, p.44)

Essa temática encerra as preocupações com o trabalho-emprego, cada vez mais em decréscimo nas sociedades industriais, e que acaba por remeter ao empreendedorismo como uma das respostas à dificuldade identificada. Isso pode ser observado em um dos compromissos assumidos pelos países signatários do documento *Agenda para o Futuro*, ao falar em estimular o “*espírito de empreendimento por meio da educação de adultos*”. (UNESCO, 2004, p.68)

A eleição desses temas – equidade de gênero e mundo do trabalho - é reforçada no documento *La educación de personas jóvenes y adultas en América Latina y el Caribe* ao discorrer sobre as reuniões preliminares dos grupos de trabalho com representantes da UNESCO, CREFAL, CEAAL, e INEA em que se concluiu que também era necessário definir áreas de trabalho prioritárias para América Latina e Caribe. Então foram definidas as 7 áreas temáticas (UNESCO, 2004, p.63):

- 1) Alfabetização: acesso à cultura escrita, à educação e à informação;
- 2) Educação e trabalho;
- 3) Educação, cidadania, direitos humanos e participação de pessoas jovens e adultas;
- 4) Educação com camponeses e indígenas;
- 5) Educação e jovens;
- 6) Educação e gênero; e
- 7) Educação, desenvolvimento social e desenvolvimento sustentável.

Nos itens 2 e 6 os temas são associados ao mundo do trabalho e à equidade de gênero, constantes também da *Agenda para o Futuro*, resultante da *V Confintea*, e estabelecidas como relevantes para o desenvolvimento deste trabalho.

Além do que já foi citado, outra referência considerada relevante para este trabalho é a importante obra publicada pela UNESCO, *Educação: um tesouro a descobrir*. Resultante da contribuição de um grupo de reconhecidos especialistas, que se estendeu de 1993 a 1996, o estudo é coordenado pelo francês Jacques Delors. O capítulo 4 do citado estudo – os quatro pilares da educação - é considerado um referencial importante para esta Dissertação por tratar dos pilares do conhecimento e dar sustentação aos Referenciais Educacionais do Sebrae (WICKERT, 2006, p.45) – documento que embasa as ações educativas na Instituição e formula sua política de educação – estabelecendo diretrizes para o desenvolvimento das iniciativas de capacitação empreendedora da entidade. A publicação da UNESCO tornou-se,

dessa forma, um dos documentos educacionais mais consultados e citados em todo o mundo. Nesta Dissertação, a obra de Delors é utilizada como uma das referências teóricas mais apropriadas para as discussões em torno da Educação Empreendedora, tanto pelo conteúdo ali encerrado, como pelas associações que ela tem possibilitado para as ações educacionais do Sebrae, como se pode depreender do Capítulo 4, deste trabalho.

As leituras iniciadas por este Autor na fase de preparação para a seleção do Mestrado, foram logo orientadas para a finalidade deste estudo, como método natural de formação de base, além de terem sido prescritas em edital de seleção. Dessa forma, os estudos sobre os temas propostos, *A Educação Popular e a Escola Cidadã: uma perspectiva contemporânea*; *Os desafios da Educação Popular no contexto do neoliberalismo e do Estado mínimo*; *O exercício da cidadania: a Educação Popular como condição do desenvolvimento humano*; *Os desafios da Educação Popular na sociedade contemporânea: exclusão social e educação para todos*; e *Relações entre educação, comunicação e cultura em políticas, práticas, ambientes e artefatos educativos formais, não-formais ou informais*, permitiram um primeiro contato com os conceitos de Educação Popular, e com destacados educadores como Paulo Freire, Moacir Gadotti, Vanilda Paiva, entre outros também considerados importantes para este estudo.

Os temas relativos à linha de pesquisa escolhida, Educação de Jovens e Adultos, também estavam presentes na bibliografia sugerida com vistas à mencionada seleção do Mestrado, como: *As concepções de Estado e a Educação de Jovens e Adultos no Brasil*; *A alfabetização de Jovens e Adultos e o acesso à cultura escrita e à informação*; e *A Educação de Jovens e Adultos enquanto direito da cidadania na cidade e no campo*. Foram realizadas pesquisas e leituras intensivas, em publicações impressas e digitais, disponíveis em sites especializados, alguns, de organismos internacionais. Algumas dessas indicações foram objetos de estudo em diversas disciplinas do curso. Citem-se, a título de exemplo, os sites do *Ceaal-Consejo de Educación de Adultos de América Latina* (<http://www.ceaal.org>), da *UNESCO* (<http://portal.unesco.org>), da *Anped-Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação* (<http://www.anped.org.br>), do *Instituto Paulo Freire* (<http://www.paulofreire.org>) e o do MEC - *Ministério da Educação* (<http://portal.mec.gov.br>), como principais fontes consultadas.

Convém salientar que as leituras não se restringem ao que é recomendado. Elas se estendem para onde a curiosidade e o interesse intelectual direcionam, levando a se buscar informações correlatas que acabam complementando àquelas de base, já indicadas.

A existência de um conhecimento tácito sobre o assunto, derivado da vivência de mais de duas décadas de trabalho na área de Educação Empreendedora do Sebrae, vem servir de insumo inicial para o trabalho, e facilitar para que se explicita esse conhecimento, fazendo as interligações no binômio trabalho e ciência, fornecendo matizes teórico-científicos ao que vinha sendo desenvolvido. Assim, dá-se o encaixe das idéias dos pensadores da educação, analisados na fase inicial do trabalho, arrematados com os estudos de organismos supranacionais de referência em educação, entre outros, aos propósitos desse estudo.

Documentos internos mais recentes do Sebrae permitem ao Autor identificar no *Direcionamento Estratégico*, que ampara a forma de atuação da instituição, a maneira como se dá o apoio ao empreendedorismo. Observa-se, nos textos legais da entidade, uma prioridade para a universalização do atendimento e a disseminação da cultura empreendedora, semelhante a que o documento final da *V Confinteia* chama de *estímulo ao espírito de empreendimento por meio da educação de jovens e adultos*.

A fase seguinte deste trabalho foi a de identificar os diversos projetos que compõem a ação educacional da instituição, e que buscam atender, com a diversificação das mídias, uma das recomendações expressas no já citado item 10 (que trata do novo conceito de EJA) da *Declaração de Hamburgo*, ampliando os espaços de formação do empreendedor.

Dentre os documentos analisados do Sebrae, constam diversas pesquisas que acompanham a evolução do índice de sobrevivência das empresas, a partir do ano 2000. Esses estudos, com os resultados que eles trazem, retratam a aceitação e a efetividade das ações educacionais oferecidas pelo Sebrae, na área de empreendedorismo para jovens e adultos.

As investigações realizadas pela instituição para aferir o índice de mortalidade das empresas, no período de oferta dessas ações de Educação Empreendedora, procuram fazer, ainda que sem um embasamento científico, uma correlação entre essas duas variáveis: a oferta das ações educacionais, com ênfase em difundir a cultura do empreendedorismo, e a extensão do tempo

de vida das empresas – criadas ou já em funcionamento - no período em que essas ações são oferecidas.

Além das ações associadas ao rádio, televisão e Internet, o foco deste estudo está dirigido também para uma linha de atuação – o Sábado Empreendedor -, que, mesmo sendo presencial, tem um papel diferenciado, uma vez que alcança, em cada um de seus eventos, público considerável, com um atendimento nunca inferior a mil pessoas. O Sábado Empreendedor é um evento de capacitação massiva que guarda certa semelhança com os *Laboratórios Operacionais de Terreno (LOT)*, criação do sociólogo Clodomir Moraes (ARAUJO, 2002).

Destinadas prioritariamente ao público dos municípios interioranos, as ações do Sábado Empreendedor alcançam um número significativo da população de baixa renda. O objetivo dessas ações é aproximar o Sebrae de seus parceiros, das comunidades, mediante a estimulação de práticas do empreendedorismo que levem ao fortalecimento da renda familiar.

Para a análise do efeito de capacitação desse Programa – o Sábado Empreendedor -, inicialmente fez-se o tratamento de dados dos clientes cadastrados num sistema interno, o *Siacweb*. Os resultados obtidos permitiram analisar a relação entre a educação empreendedora e as questões de gênero, demonstrada no Sábado Empreendedor. É oportuno salientar que esses resultados indicaram que cerca de 90% dos atendimentos do Programa eram feitos a mulheres.

As variáveis sexo, estado civil, escolaridade, foram analisadas, permitindo cruzamentos que possibilitaram a que se chegasse a algumas conclusões que convergiam para as de outros estudos de organismos nacionais e internacionais sobre o tema.

Para aprofundar essas análises das questões de gênero e relacioná-las ao grau de empreendedorismo do país, comparativamente a outras nações, utilizou-se a série de pesquisas GEM (PASSOS, 2008), que estuda o desenvolvimento empreendedor em mais de 50 países do mundo, e que traz considerações importantes sobre esse fenômeno, relativo ao gênero feminino no Brasil.

Diversos bancos de dados foram pesquisados, especialmente os do IBGE/PNAD, que trazem números também relevantes, enfocando a questão da mulher.

2.2. Aprender a empreender

A análise do documento *Educação: um tesouro descobrir* (Delors, 1988), especialmente do capítulo dedicado aos pilares da educação, reforça a certeza de que qualquer que seja o conhecimento que se tente levar ao outro, não se trata apenas de um processo de transmissão daquela informação, o que seria muito pouco num processo educativo. Nesse contexto, deve haver um claro entendimento do que se pretende que seja feito com esse aprendizado, relevando a preocupação de quem ensina, com a autonomia de quem está a aprender.

É assim que devem ser entendidos os quatro aprendizados essenciais sugeridos naquele documento – “*aprender a conhecer*”, “*aprender a fazer*”, “*aprender a viver juntos*” e “*aprender a ser*” - para enfrentar as demandas educacionais com as quais as pessoas vão se defrontar no século XXI. Convém salientar que essas quatro vias do saber, conforme o próprio documento, “constituem apenas uma, dado que existem entre elas múltiplos pontos de contato, de relacionamento e permuta” (DELORS, 1988, p.89). O propósito maior da sugestão desses pilares é o aprendizado que leva o sujeito ao *aprender a ser*. Ou seja, o aprendizado que transforma aquela pessoa, que a leva a aprender a conhecer, a fazer e a viver junto. Que a torna diferente, com todo esse aprendizado.

Todas as iniciativas educacionais do Sebrae, sejam elas realizadas por via presencial ou a distância, são concebidas orientando-se nos Referenciais Educacionais da Instituição, levando em conta, entre as diversas teorias que lhes dão fundamento, a edificação dos pilares propostos pela UNESCO. Explicitamente o que se recomenda institucionalmente é que os diversos conteúdos de Educação Empreendedora, sejam construídos observando os estágios do *aprender a conhecer*, *a fazer* e *a viver juntos*, encaminhando o educando para o *aprender a ser*, coroamento do aprendizado, a partir da incorporação das experiências anteriores.

Em se tratando os conteúdos analisados nas ações educacionais do Sebrae de temas e situações pertinentes à vida do empreendedor, o esforço institucional na sua oferta de capacitação empreendedora é feito no sentido de edificar um outro pilar, complemento dos quatro precedentes : o “*Aprender a Empreender*”. Este se apresenta como o seguimento no aprendizado que é sugerido no Relatório Delors. A continuidade dar-se-ia com a integração num aprendizado - o “*aprender a empreender*” - que orienta para a busca do sujeito pela autonomia, para dar conta das diversas situações enfrentadas na vida, especialmente as ligadas

à manutenção de si e da própria família. Auxiliando nessa argumentação, em direção ao novo pilar sugerido, observe-se o que diz Dolabela (2003, p. 26):

A Pedagogia Empreendedora toma o empreendedor como alguém capaz de gerar novos conhecimentos a partir de uma dada plataforma, constituída de “saberes” acumulados na história de vida do indivíduo e que são chamados “quatro pilares da educação” – aprender a saber, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser – constantes do Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI .

Essa capacidade de gerar novos conhecimentos a que se refere Dolabela, associada ao empreendedorismo, complementarmente com os saberes acumulados dos outros pilares sugerido por Delors, é potencialmente edificadora do “*aprender a empreender*”.

A forma como o Sebrae tem atuado, contribui para isso. A ação ordenada na oferta de soluções educacionais de naturezas diversas, quanto às mídias em que são disponibilizadas, com atos massificados, variando do rádio à televisão e passando pela Internet, todos eles com conteúdos voltados para a formação empreendedora, comprovam esse trabalho.

Essa atuação cria a expectativa de provocar na sociedade, uma melhoria em seu patamar empreendedor, que corresponderia à eficácia do aprendizado do *aprender a empreender*, traduzido, por exemplo, na elevação dos índices de sobrevivência das empresas nascentes ou já estabelecidas no mercado.

Busca-se então, na análise dos documentos internos do Sebrae, a identificação dos fundamentos que levam a Instituição a desenvolver tal ação empreendedora com essa abrangência de atendimento, e como essa ênfase é dada no planejamento de suas ações.

Assim é feito, porque se parte do suposto, embasado por pesquisas revisadas para fins deste trabalho, que o empreendedorismo, com as opções e com o alcance que são conferidos ao termo, constitui-se numa das respostas à carência de empregos cada vez mais sentida pelos jovens e adultos nas sociedades automatizadas e liberadoras de mão de obra.

O que se pretende investigar neste estudo é o que tem sido feito pelo Sebrae, principal instituição brasileira a trabalhar com o empreendedorismo, para estimular a capacidade de empreender de jovens e adultos. Os resultados de pesquisas que foram realizadas pelo Sebrae

e por outras instituições, são objeto de análise neste trabalho, com o intuito de levantar a longevidade das empresas nascentes, bem como das já existentes, no período dessas ações.

Interessa, portanto, encontrar evidências que justifiquem as ações dirigidas pelo Sebrae com vistas ao desenvolvimento do lado empreendedor das pessoas, levando-as ao aprendizado e à prática desse comportamento direcionado aos empreendimentos.

Reúne-se, ao final deste estudo, uma série de informações que devem auxiliar na tarefa de propagar o empreendedorismo como conteúdo desenvolvido na educação não-formal de jovens e adultos. Tais temas aqui analisados tornam-se disponíveis aos que acessam as ações educacionais do Sebrae, notadamente aquelas voltadas para o ensino a distância, indicando caminhos para a disseminação dessa cultura empreendedora.

2.3. Problema

A ocorrência de crises econômicas cíclicas é um fenômeno associado ao capitalismo. A mais recente, a de 2008, como de resto todas as anteriores, trouxe consigo o agravamento nos índices de desemprego que há muito já vêm apresentando comportamento ascendente pelas mudanças ocorridas no mundo do trabalho. Uma das consequências dessas crises é que a falta de oportunidades no mercado formal do emprego contribui para o surgimento de novos empreendimentos, cujas motivações para a criação de muitos deles não é a identificação de uma oportunidade de negócio e sim movidos pela necessidade, em razão da situação de desemprego enfrentada pelos aspirantes a empreendedores.

Um agravante nesse processo é que os índices de mortalidade das empresas nascentes no país são elevados. Esses números, segundo investigações do Sebrae Nacional (Sebrae,2007,p.14), já chegaram em 2002 próximos de cinquenta por cento das empresas criadas, (49,4%), antes de completarem dois anos de vida. A Instituição também tem pesquisado sobre esse assunto, buscando ir mais além, na identificação das causas que explicam a existência desses altos números. As falhas gerenciais, relacionadas à capacidade do empreendedor em tocar o seu próprio negócio, administrando-o adequadamente, são as que respondem pelos mais altos percentuais dessas causas (Sebrae, 2003,2007).

Num país em que ainda é elevado o número de pessoas adultas iletradas (Dieese, 2006)⁴, é natural supor que a carência de “alfabetização empreendedora”, que reúne conhecimentos mais apurados para gerir um negócio, seja uma das principais razões do insucesso empresarial.

Estudos e debates recentes patrocinados por organismos internacionais, como é o caso da *V Confintea* (UNESCO, 1997), atribuem à Educação de Jovens e Adultos um outro conceito, mais amplo, que não se limita apenas à alfabetização mediante letras e números, pelos canais da educação formal. Nas conclusões da Conferência, esse aprendizado deve se estender ao longo da vida, sem se limitar às formas presenciais, utilizando-se de recursos e alternativas diversos, como a educação não-formal, de tal maneira a ampliar o alcance das pessoas.

A preocupação, por exemplo, com o trabalho e a conseqüente geração de renda para as pessoas cuidarem de si e de suas famílias, é tema constante nos documentos gerados nesses diversos encontros.

O Sebrae, uma instituição sem fins lucrativos que atua no sistema não-formal de educação, busca contribuir na disseminação da cultura do empreendedorismo, ofertando vários programas/projetos educacionais, que não se limitam apenas à capacitação de modo presencial. O uso, pela Instituição, de mídias diversas, como rádio, TV e Internet ganhou impulso nos últimos anos, determinado pelo direcionamento estratégico da empresa, estabelecido em 1999, o que ampliou sensivelmente a cobertura da instituição com a oferta de informações relevantes para a formação da competência empreendedora entre os Jovens e Adultos que acessam a organização.

A existência de uma entidade como o Sebrae, financiada com recursos públicos, e que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, além de fomentar o empreendedorismo, justifica-se na medida que os índices relativos à mortalidade das empresas, com a conseqüente elevação nas taxas de sobrevivência, implícitos em sua missão, passarem a apresentar comportamento favorável aos negócios.

⁴ Segundo o Anuário da Qualificação Social e Profissional – 2006 do Dieese, que reúne dados do IBGE e PNAD, a taxa de analfabetismo das pessoas de 15 anos ou mais de idade no país é de 11%, alcançando quase 15 milhões de pessoas.

A equação que se coloca portanto é se, diante da existência e do surgimento constante de novos empreendimentos e dos elevados índices de mortalidade que perseguem as empresas nascentes, uma Educação Empreendedora baseada em ações de ensino a distância ajudará no desenvolvimento do aprendizado do aprender e empreender. Tal aprendizado tem a sua relevância afirmada no fato de que ele é essencial para elevar o potencial empreendedor das pessoas contribuindo, assim, para a elevação dos índices de sobrevivência das empresas.

Ressalte-se que o alcance dessas ações estende-se a diversos públicos, desde as camadas mais humildes da população, a partir dos programas de rádio ou de televisão, que dão esse raio de abrangência, passando pelas capacitações presenciais em áreas próximas às zonas rurais, até os alfabetizados digitalmente, com as ações via internet.

Pretende-se com este estudo demonstrar que o Aprender a Empreender é um pilar necessário a ser edificado, tanto para garantir índices elevados de sobrevivência às empresas, como para dar conta da situação de escassez do emprego, tão requisitado pela grande legião de jovens e adultos, homens ou mulheres, que carecem de ocupação.

2.4. Objetivos

Para a elaboração desse trabalho, a partir do problema especificado, foram definidos os seguintes objetivos:

Geral:

Investigar, a partir de base documental pertinente, as ações educacionais e a contribuição do Sebrae para o aumento da capacidade de empreender – o aprender a empreender – de jovens e adultos, face às mudanças ocorridas no mundo do trabalho.

Específicos:

1. Analisar, a partir das mudanças no mundo trabalho, a importância atribuída ao empreendedorismo como alternativa à escassez de emprego.
2. Identificar a contribuição e resultados apresentados pelo Sebrae, a partir das ações de ensino a distância, na Educação Empreendedora de Jovens e Adultos.

3. Examinar a ação presencial Sábado Empreendedor e as peculiaridades desse programa no desenvolvimento da capacidade de empreender de jovens e adultos.

3. O empreendedorismo no contexto das mudanças no mundo do trabalho

O mundo do trabalho passou a ter outra dimensão com o salto tecnológico que alcançou transportes e máquinas, alicerces para alterações significativas nos sistemas de produção. Até então dominava a elaboração artesanal, com o produtor de posse dos meios de fabricação, o que limitava a oferta de produtos. Período significativo que assinala essa mudança de patamar tecnológico é o século XVIII, marco do que se convencionou chamar de Revolução Industrial – por se tratar de uma modificação drástica no modo de fabricação dos bens - , que teve à frente desse processo a Inglaterra.

A Revolução Industrial ocorreu ali primeiro; os industriais ingleses começaram antes dos industriais do resto do mundo, estando à frente deles em métodos, em máquinas , em facilidades de transporte. Os ingleses podiam e estavam prontos a cobrir a terra com os produtos de suas fábricas. (HUBERMAN, 1976, p.222)

Um dos símbolos representativos dessa época, e dos mais significativos, foi a máquina a vapor, aperfeiçoada pelo engenheiro escocês James Watt, que deu origem a um conjunto de mudanças tecnológicas, determinando o nascimento do sistema fabril em grande escala. Esse invento revolucionou o processo produtivo, com incrementos significativos no fabrico de mercadorias, transformando-se na base da mecanização da produção, com a passagem da manufatura à indústria mecânica, provocando grandes mudanças no mundo do trabalho.

O maquinismo desenvolve-se de maneira prodigiosa, substituindo, em todos os setores, o trabalho manual. Em matéria de ferramentas, temos a descoberta da lançadeira mecânica, das máquinas de fiação e dos teares; no domínio dos processos de fabrico, a utilização da hulha na metalurgia; no das forças motrizes, sobretudo, o invento da máquina a vapor que dota a indústria de um potencial de produção até então inigualado. (LAJUGIE, 1976, p.21)

Tudo contribuía na época, segunda metade dos anos 1700, para que esse acontecimento se desse no espaço britânico. O surgimento da máquina a vapor, a presença em seu subsolo do carvão mineral, a principal fonte de energia para movimentar o maquinário, a abundância e disponibilidade de mão-de-obra, recursos disponíveis de posse da burguesia inglesa para

investimentos nas unidades fabris, foram alguns dos fatores que colaboraram para o sucesso dessa revolução. (HUBERMAN, 1976)

O surgimento das fábricas, a produção em série e o trabalho assalariado são as principais características dessa transformação, que alterou a economia, as relações sociais e a paisagem geográfica.

Os áureos tempos dessa revolução na Inglaterra (1760-1850), com toda a supremacia provocada, impactando na ordem mundial, foram aos poucos, com a industrialização de outras nações, deslocando o foco da produção e do poder para outros espaços.

O domínio industrial inglês, que se estendeu por quase 100 anos, passou a ter no final do século XIX, a companhia de países como Estados Unidos, França, Alemanha, Itália, Holanda, Japão e Bélgica, que também se mecanizaram.

É a partir do século XX, com o surgimento de conglomerados industriais e multinacionais, que a industrialização, e os seus reflexos no mundo do trabalho, se estendem a grande parte dos países do mundo.

As inovações constantes, que originam as diversas “revoluções industriais”, que acontecem em vários países, são próprias da economia capitalista, sendo resultantes do que Schumpeter (1985, p. 105 e 106) denominou de “destruição criadora”. Trata-se de um

“impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista, que procede dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista. Esse processo de mutação industrial é que revoluciona incessantemente a estrutura econômica a partir de dentro, destruindo incessantemente o antigo e criando elementos novos(...). É dela que se constitui o capitalismo e a ela se deve adaptar toda a empresa capitalista para sobreviver”.

“As mudanças advindas do capitalismo, da tecnologia e de outras variáveis ocasionaram uma série de implicações no universo social”. (DOLABELA, 2008, p.3)

Essas mudanças, com o dinamismo e alcance global que a economia capitalista alcançou, atualmente são mais sentidas e os seus efeitos mais visíveis.

Muitas são as transformações que os processos de trabalho vêm experimentando nos

últimos 20 anos. Dentre elas, duas têm se destacado: o ensaio de modelos organizativos diversos do taylorismo/fordismo e uma mudança dos fundamentos tecnológicos da produção. (...) O estancamento da economia e o aumento das taxas de desemprego, na década de 70, anunciavam o início de uma longa crise. A concorrência acirrou-se e complexificou-se. Os mercados da produção em massa estavam, pela primeira vez, no pós-guerra, saturados. (ORLETTI, 2007, p.8)

Tais transformações são mundializadas. Os seus efeitos atingem indistintamente todos os países, não tendo como passar ao largo desses impactos.

O Brasil, por exemplo, nos períodos do pós guerra envolvendo os dois grandes conflitos mundiais, o da crise internacional dos anos 1930, ou mesmo a crise do petróleo do início dos anos 1970, experimentou fortemente esses choques, que não se restringem apenas a essas datas, tal a sua natureza cíclica. Esses impactos têm refletido na estrutura produtiva do país e no consequente nível de emprego.

Verifica-se, por exemplo, uma significativa perda de participação do emprego industrial no Brasil em relação ao emprego total da economia entre 1960 e 1998, caindo de 17,4% para 11,8% (Cruz, 2007, p.8).

Como consequência de todo esse processo, as máquinas ocupam cada vez mais o espaço humano e a mão-de-obra utilizada no trabalho industrial torna-se menos requisitada, principalmente nas funções repetitivas, na forma como se vê no Chapliniano “Tempos modernos”⁵.

“O fator tecnologia favoreceu a automação do trabalho, gerando desemprego e mortalidade de empresas que não conseguiram acompanhar o desenvolvimento tecnológico ocorrido durante o século XX.” (DOLABELA, 2008, p.3)

Com a retração do binômio taylorismo/fordismo, vem ocorrendo uma redução do proletariado industrial, fabril, tradicional, manual, estável e especializado, herdeiro da era da indústria verticalizada de tipo taylorista e fordista. Esse proletariado vem diminuindo com a reestruturação produtiva do capital, dando lugar a formas mais desregulamentadas de trabalho, reduzindo fortemente o conjunto de trabalhadores estáveis que se estruturavam por meio de empregos formais. (ANTUNES, 2004, p.336)

⁵ Ver filme: Tempos Modernos, de Charles Chaplin, de 1936

Uma das características do Fordismo, tão bem retratado no filme acima citado, com o aperfeiçoamento da linha de montagem e da divisão do trabalho, era a baixa exigência em relação à qualificação dos trabalhadores (ORLETTI, 2007), o que facilitava a absorção de mão-de-obra. Já o atual mundo do trabalho, com as mudanças provocadas pela incorporação de tecnologias, tem por característica a elevação do nível de exigência de escolaridade. “... As transformações que vêm ocorrendo no mundo industrial vêm colocando não só a necessidade de uma mão-de-obra mais qualificada, como vêm requerendo novas habilidades dos trabalhadores, bem diferentes das exigidas no período fordista, no mundo inteiro”. (ORLETTI, 2007, p.3)

As dificuldades para inserção no mercado de trabalho, para quem tem pouca ou nenhuma escolaridade, são crescentes. As exigências de maior escolaridade vêm aumentando ano a ano, como mostra o perfil educacional dos admitidos no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho e Emprego. Em 2002, 55,5% do pessoal admitido tinha até a 8ª série completa. Esse, percentual cai para 52,91% em 2003 e, em 2004, atingiu 50,09%. Nas faixas de menor escolaridade a queda foi ainda maior. Por outro lado, aumentaram as chances de quem tem maior escolaridade. Em 2002, 4,53% dos postos foram abertos para quem tem curso superior completo, percentual que se elevou para 5,06% em 2004.(CARDOSO, 2005, p.1)

As exigências na formação educacional, associadas aos processos de automação da economia, além das condições conjunturais e estruturais vividas por cada país, fazem com que os contingentes de desempregados só cresçam. Segundo a OIT (2008) “cerca de 180 milhões de pessoas no mundo estão numa situação de desemprego “aberto” (procurando, mas não achando), das quais mais de um terço são jovens de 15 a 24 anos. Cerca de um terço da mão-de-obra no mundo está desempregada e subempregada.”

A crise do emprego atinge especialmente os mais jovens, que continuam sendo empurrados, no modelo vigente de formação, para um emprego tradicional, cuja geração há muito vem apresentando números declinantes.

É crescente a exclusão dos jovens, que atingiram a idade de ingresso no mercado de trabalho e que, sem perspectiva de emprego, acabam muitas vezes engrossando as fileiras dos trabalhos precários, dos desempregados, sem perspectivas de trabalho, dada a vigência da sociedade do desemprego estrutural. (ANTUNES,2004,p.339)

Uma evidência disso é que, segundo dados da PNAD-IBGE (2006), de cada 100 jovens aptos a ingressar no mercado de trabalho, somente 45 encontram algum tipo de ocupação.

Chegou o momento de reconhecer que a forma tradicional de geração de empregos está saturada. Os heróis de um passado recente não têm sido as grandes corporações, quer sejam públicas ou privadas, porém os empreendedores que transformaram os seus *start-up* em verdadeiras máquinas de fazer dinheiro. (LEITE, 2004, p.314)

É perceptível também, particularmente nas últimas décadas do século XX, uma significativa expansão dos assalariados médios no “setor de serviços”, que inicialmente incorporou parcelas significativas de trabalhadores expulsos do mundo produtivo industrial, como resultado do amplo processo de reestruturação produtiva, das políticas neoliberais e do cenário de desindustrialização e privatização. (ANTUNES, 2004, p.338)

A importância do setor de serviços na economia mundial hoje é evidenciada pelos números: 80% do Produto Interno Bruto nos países desenvolvidos, e mais de 60% do Produto Interno Bruto brasileiro vêm dessa área. A representatividade desse segmento no Brasil pode ser constatada em dados do ano 2000, que registram que dos dez maiores lucros empresariais, oito eram provenientes de empreendimentos do setor de serviços, sendo quase a sua totalidade da área financeira.

“Esse setor ampliou sua participação no total de empregos da economia de 65,59% para 72,39% entre 1985 e 2005, com a criação líquida de aproximadamente 11 milhões de novos empregos”. (CRUZ, 2007, p.15)

Por outro lado, a geração de novos empregos está associada a uma maior necessidade de formação educacional. Cresce o grau de exigência por mais anos de permanência na escola, acompanhada do aumento do nível de cobrança das competências requeridas, que se tornam cada vez mais complexas. Chega-se à situação contraditória de se ter o emprego, mas não dispor – por deficiência na formação – de quem o ocupe. “São ao todo 200.000 vagas ociosas por ausência de gente preparada para ocupá-las, segundo um levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)” (ROGAR, 2008, p.32)

Os esforços que o país tem feito no setor educacional para suprir essa necessidade de preparação, são notórios. Amplia-se a taxa de cobertura escolar que já alcança níveis superiores a noventa por cento, aproximando-se aos das nações desenvolvidas; o índice de concluintes do ensino médio⁶ também é considerável, o que, teoricamente, coloca à

⁶ No Brasil, o Ensino Médio foi o que mais se expandiu, considerando como ponto de partida a década de 80. De 1988 a 1997, o crescimento da demanda superou em 90% as matrículas até então existentes. Em apenas um ano, de 1996 a 1997, as matrículas no Ensino Médio cresceram 11,6. In: MEC. Parâmetros Curriculares Nacionais – Ensino Médio . Brasília, 2002.

disposição do mercado, jovens cada vez mais preparados para enfrentar os desafios que o mundo do trabalho exige. Eleva-se também o número de portadores de nível superior, com o aumento da oferta de vagas proporcionada pelo surgimento de novas Instituições de Ensino, ajudado ainda pelas políticas governamentais de financiamento desse nível de estudos. Contudo, “a deterioração das condições de funcionamento do mercado de trabalho, ao invés de ser contida pela melhoria educacional, contribuiu para o desperdício e o desgaste de habilidades educacionais em atividades precárias e de baixa qualidade.” (POCHMANN, 2004, p.384)

E “contrariando a teoria do capital humano, a elevação dos níveis de escolaridade – num quadro de estagnação econômica, baixo investimento em tecnologia e precarização do mercado de trabalho – acaba se mostrando insuficiente para potencializar a geração de emprego”. (POCHMANN, 2004, p.387)

Apesar de todos os esforços feitos na educação para dar condições às pessoas de ingressarem no mundo do trabalho, com o esgotamento do tradicional modelo industrial de produção, e o crescente processo de automação dos serviços, o número de empregos gerados já não corresponde aos números que o crescimento da população necessita.

Se, entretanto, inicialmente se deu uma forte absorção, pelo setor de serviços, daqueles (as) que se desempregavam do mundo industrial, é necessário acrescentar que as mudanças organizacionais, tecnológicas e de gestão também afetaram fortemente o mundo do trabalho nos serviços, que cada vez mais se submetem à racionalidade do capital e à lógica dos mercados. Como exemplos, poderíamos lembrar a enorme redução do contingente de trabalhadores bancários no Brasil dos anos 1990, em função da reestruturação do setor, ou ainda daqueles serviços públicos que foram privatizados e que geraram enorme desemprego. (ANTUNES, 2004, p.338)

O arrefecimento do modelo de produção industrial, antes absorvedor de mão-de-obra, associado às transformações tecnológicas constantes do setor de serviços – a “desmaterialização” da economia - não apenas reduzindo postos, como elevando o nível de exigência para o trabalho, faz com que uma alternativa de aprendizado para jovens e adultos, que inclua também alternativas para o emprego, seja buscada.

É nesse contexto que o empreendedorismo – a Educação Empreendedora - pode ser apresentado como uma das alternativas para a situação laboral de jovens e adultos.

Pensando sob a ótica do emprego escasso, cada dia em menor número pelos aspectos apresentados anteriormente, a Educação Empreendedora voltada para a criação de novos empreendimentos, torna-se uma possibilidade a ser considerada.

Associe-se a isso a informação de que a taxa média anual de crescimento do país, inferior a 3% no período entre 1995 e 2005, tem sido insuficiente para absorver os jovens aptos a ingressarem anualmente no mercado formal de trabalho (POCHMANN, 2007).

Esta situação é ainda mais agravada com a elevação da expectativa de vida da população.

Durante o século XX, a expectativa média de vida do brasileiro cresceu significativamente. Em 10 décadas, a esperança de vida ao nascer simplesmente dobrou, passando de 33,4 anos para 63,5 anos para homem e 34,6 anos para 70,9 anos no caso da mulher. Para os próximos 30 anos é muito plausível que a esperança média de vida do brasileiro alcance a casa dos 80 anos de idade, aproximando-se do que hoje é realidade na maioria dos países desenvolvidos”. (POCHMANN, 2007, p.390)

Esse dado, que é positivo do lado da longevidade da população, traz como consequência que, mesmo em idade mais avançada, para garantir a sobrevivência, o trabalhador tende a permanecer no mercado de trabalho, competindo com a juventude pelos empregos em ritmo de queda.

Todos esses fatores concorrem para justificar o ensino e o aprendizado do empreendedorismo. Para Dolabela (2008) o estímulo às ações empreendedoras deve estar fundado no que se pode alcançar desses empreendedores: a “capacidade de construir o próprio futuro e de gerar valores para a sociedade, de forma autônoma e com o olho na sustentabilidade”.

Deve-se observar também, nessa formação empreendedora, os valores contidos na cultura da cooperação. Isso para que se possa contrapor à supremacia reinante das idéias que vêm apenas no jogo do mercado a solução dos problemas econômicos.

Os ingredientes educacionais requeridos para essa mudança de postura – de competição para cooperação - existem, com a comprovada elevação da cobertura escolar em todos os níveis de ensino. Trata-se de um fator da mais alta relevância, porque “o aumento do nível educacional tem impacto em outros fatores sociais também importantes: aumenta a participação política e

o associativismo; facilita o desenvolvimento de diferentes modalidades de ação coletiva; e assim por diante.” (ALMEIDA, 2008, p.12)

Buscando referência nos pilares da educação propostos pela UNESCO, como os conhecimentos necessários para enfrentar os desafios do século XXI - aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser - chega-se, com esse conjunto de aprendizagens, ao que se quer com o empreendedorismo. No dizer de Dolabela (2003, p.63) o trabalho com a Educação Empreendedora “consistirá em desenvolver o ser capaz de sonhar e construir os quatro saberes fundamentais à realização do sonho – saber conhecer, saber fazer, saber conviver, saber ser. Essa cruzada não é mais do que a realização do ser em seu sentido mais profundo.”

E, sem dúvida, é com a realização da pessoa na sua totalidade, que se aprende a ser, a ter autonomia.

Para a comissão elaboradora do documento da UNESCO, um princípio fundamental deve ser observado:

a educação deve contribuir para o desenvolvimento total da pessoa – espírito e corpo, inteligência, sensibilidade, sentido estético, responsabilidade pessoal, espiritualidade. Todo o ser humano deve ser preparado, especialmente graças à educação que recebe na juventude, para elaborar pensamentos autônomos e críticos e para formular os seus próprios juízos de valor, de modo a poder decidir, por si mesmo, como agir nas diferentes circunstâncias da vida. (DELORS, 1988, p.99)

E é com este ser em busca da completude, com a edificação em si dos 4 pilares, que se pensa numa outra dimensão de aprendizagem, adicional a essa proposição, aqui denominada de *Aprender a Empreender*.

A construção desse novo pilar baseia-se na difusão dos conceitos de empreendedorismo, valendo-se de todos os meios, presenciais ou a distância, buscando a universalização do atendimento, com essas informações, aos jovens e adultos. Esse aprendizado, além de levar o jovem e o adulto a essa busca de forma independente, do próprio sustento, deve orientá-los também quanto aos riscos dessa atividade, atuando na prevenção de um dos males capitais de se empreender, sem qualificação para isso: a mortalidade precoce das empresas.

Os estudos comprovam que esses índices já estiveram próximos dos 50%, em 2002 (SEBRAE, 2007, p.12), nos dois primeiros anos de vida das empresas. Essa mesma pesquisa atesta que a capacidade empreendedora ineficiente é uma das causas identificadas que levam a esses resultados negativos. O desenvolvimento de atividades que levem as pessoas a construir o pilar do Aprender a Empreender, ampliando a competência para gerir os pequenos negócios, poderá contribuir na redução dessas estatísticas.

Alguns exemplos de ações que levam conceitos de empreendedorismo – e que intentam minimizar esses riscos da mortalidade precoce dos negócios - visando a formação desse alicerce do Aprender a Empreender, por meio da educação não-formal, têm sido utilizados pelo Sebrae. É o caso dos programas de rádio, de televisão e via internet, disponíveis em todo o país.

Além dessas ações há também as experiências presenciais desenvolvidas no modelo de capacitação massiva – o Sábado Empreendedor -, das telessalas, com orientadores (as) de aprendizagem, todos esses voltados para as populações antes não alcançadas com esses eventos de capacitação empreendedora.

O conjunto de ações ofertadas tem provocado uma verdadeira revolução, em termos quantitativos, no atendimento ao atual ou potencial empreendedor. Trata-se, pela medida em que é ofertada e pela universalidade pretendida, de uma educação empreendedora para todos, permitida pelo uso desses variados recursos, só que com ênfase nos estudos sobre empreendedorismo. O que auxilia, grosso modo, para a efetivação entre muitos jovens e adultos, pela pouca informação que têm sobre esse tema, de uma verdadeira “alfabetização empreendedora”.

4. Contribuições e resultados das ações do Sebrae na Educação Empreendedora de jovens e adultos

O Direcionamento Estratégico do Sistema Sebrae elaborado para o período 1999 a 2000, que se tornou conhecido internamente na Instituição como a “Reinvenção do Sebrae”, deu início a um processo de reestruturação da entidade, com repercussão direta no atendimento ao público para o qual são destinadas as suas ações. Esse redirecionamento das atividades visava um “alinhamento com as tendências econômicas, tecnológicas, educacionais e culturais e a formulação de uma resposta mais efetiva às necessidades e interesses da população brasileira” (ROSSITER, 2002).

Na elaboração desse documento foram usadas algumas estatísticas emprestadas de órgãos conceituados como o IBGE, e as suas análises enfatizavam a contribuição das micro e pequenas empresas para a economia nacional. Dados relativos de lá retirados indicavam que compunham o estrato empresarial dos pequenos negócios 98% dos estabelecimentos produtivos existentes no País, gerando 20% do Produto Interno Bruto e respondendo por cerca de 60% da oferta de emprego. Essa apreciação, associada a outros números de pesquisas realizadas pelo Sebrae, trouxe a constatação de que a cobertura da Instituição no atendimento a esse universo empresarial era bastante reduzida, situando-se em torno dos quatro por cento do total de micro e pequenas empresas existentes (SEBRAE, 2007). A magnitude dos números acima apresentados é mais bem avaliada quando se constata a existência de cerca de 5,5 milhões de micro e pequenas empresas formais e pouco mais 10 milhões de empreendedores não formais. Tais cifras por si só já justificavam a existência de um SEBRAE para muitos, ampliando o seu alcance aos milhões de empreendedores existentes ou potenciais, quando efetivamente esse atendimento não passava de uns poucos milhares (SEBRAE, 2002).

Para fazer frente a esse desafio, uma das linhas básicas estabelecidas nesse processo de “reinvenção” tratava de ampliar a abrangência de seu atendimento de milhares para milhões, promovendo a universalização do acesso ao conhecimento empreendedor. Algumas outras ações também se destacavam como a

- disseminação da cultura empreendedora na sociedade de maneira geral;
- implementação da cultura empreendedora no sistema educacional, apresentando novas perspectivas de inserção no mercado; e

- mobilização para o desenvolvimento de associações e cooperativas (ROSSITER, 2002)”.

Os números levantados sinalizavam também que a contribuição do Sebrae às micro e pequenas empresas com suas ações de educação, consultoria, entre muitas outras, poderia ser bastante ampliada. Era evidente a constatação de que a atuação da entidade sobre o universo dos pequenos negócios, em vez de uma grande presença, apenas revelava a existência de um grande espaço a ser preenchido. Para ampliar essa ação era preciso que fossem utilizados novos e criativos meios de intervenção.

Segundo o documento norteador das ações da organização, o já citado Direcionamento Estratégico 1999 – 2000 (SEBRAE, 1999, p.8),

o Sebrae se viu, assim, confrontado com o desafio de mexer na sua estratégia de atuação, colocando-se em um novo patamar de realização, compatível com o potencial de contribuição dos pequenos negócios ao desenvolvimento do país e ao bem-estar da população. Para alcançar este objetivo, o simples aumento das atividades revelou-se claramente insuficiente. Constatou-se, ao longo das discussões, ser necessária uma verdadeira reinvenção, sem abandonar, naturalmente, as boas experiências do passado.

A reinvenção passa pelo reconhecimento de que a entidade, embora não governamental, é de caráter público, por utilizar recursos parafiscais. Isto acentua suas responsabilidades perante a sociedade. Num outro plano, a reinvenção é consequência da mudança do papel do Sebrae, que deve ser vanguarda não só do conhecimento, mas, também, detentor de grande capacidade de articulação.

Ainda no mesmo documento, em suas premissas fundamentais, registrava-se como sua visão macro:

A evolução sustentável das micro e pequenas empresas sendo fundamental para alcançar os objetivos de promoção do crescimento econômico sustentado, de geração de empregos e de oportunidades de renda, de eliminação da fome, de combate à pobreza e à exclusão social e de melhoria da distribuição de renda no País. (SEBRAE, 1999, p.11)

Uma das estratégias do Direcionamento Estratégico, a mudança de foco, diz que “para alcançar o país todo (...) é fundamental usar estratégias de multiplicação, e não um atendimento individualizado, de varejo” (SEBRAE, 1999, p.19). E complementa: “a universalidade do acesso (ou seja, “exclusão zero”) torna-se possível através de produtos mais abrangentes, que são de interesse de todos...” (SEBRAE, 1999, p.20). A partir desses elementos, foi estabelecido como um dos princípios do Sebrae “a inclusão, universalidade de

acesso”, que ficou conhecido no Sistema como a passagem do atendimento dos milhares para os milhões.

Esse propósito foi ratificado nos direcionamentos estratégicos realizados em anos seguintes, chegando ao do período 2006 – 2010, que estabelece como missão da instituição “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo (SEBRAE, 2006, p.6)”.

A prática das opções estratégicas estabelecidas pela entidade, que vai conduzir aos resultados pretendidos, firma-se em prioridades, sendo uma delas, que dá cobertura ao que está estabelecido em sua missão, a de “promover a educação empreendedora e a cultura da cooperação (SEBRAE, 2006, p.6)”. As ações prioritárias estabelecidas prevêm:

- Intensificar a capacitação continuada, com ênfase na aplicabilidade;
- Fortalecer a cooperação em redes e organizações de pequenos negócios;
- Implementar programas de capacitação de lideranças e executivos de organizações empresariais de micro e pequenas empresas;
- Adequar a educação empreendedora à demanda do mercado e aos setores prioritários, considerando o nível de escolaridade do público alvo;
- Disseminar a cultura do empreendedorismo e da cooperação utilizando os meios de comunicação e a educação formal; e
- Promover a cultura da competitividade e da inovação. (SEBRAE, 2006, p.18)

Papel de destaque para se alcançar esse intento – mudança de patamar de atendimento, aliado à disseminação da cultura do empreendedorismo – coube à área de Educação Empreendedora, por meio da reorientação da oferta de suas ações de capacitação, reconhecidas como um dos principais instrumentos de intervenção utilizados pelo Sebrae, no apoio aos empreendedores atuais e futuros das micro e pequenas empresas.

O esforço inicial desenvolvido pela área responsável pela condução da política educacional da Instituição – a UEDCE – Unidade de Educação e Desenvolvimento da Cultura Empreendedora - foi no sentido de construir os Referenciais Educacionais do Sebrae. Trata-se de documento chave, referendado pelos gerentes de educação de todas as unidades da federação, que “contém diretrizes básicas para os profissionais que trabalham com educação no Sebrae – gerentes, consultores, técnicos, prestadores de serviços e parceiros - constituindo-se em um balizamento para sua atuação(WICKERT, 2006, p.10)”.

O Sebrae ao lançar em 2001 os Referenciais para uma Nova Práxis Educacional, propôs uma atitude reflexiva e crítica sobre suas práticas educacionais e sobre teorias que as fundamentam, tornando-se disseminador de um processo de educação empreendedora que integra o desenvolvimento das dimensões humanas: Saber conhecer, Saber Ser/Conviver e Saber Fazer (WICKERT, 2006, p.28).

Na elaboração do citado documento buscou-se “a compreensão das principais teorias de aprendizagem que mais influenciaram e vêm influenciando a prática educativa, o que permitiu a seleção de princípios de cada uma, para compor um todo harmônico”. (WICKERT, 2006, p.33). Assim é que foram abordados aspectos essenciais das Teorias Humanistas, que valorizam “a posição afetiva facilitadora do educador, enfatizando o valor humano e a empatia como forma de propiciar ao orientando o conhecimento de suas possibilidades e a busca do equilíbrio(WICKERT, 2006, p.34)”. Nessa abordagem destacam-se como expoentes Carl Rogers, Guilford e A. Maslow;

As Teorias Cognitivistas trazem o enfoque básico da psicologia cognitiva, direcionando-se para o funcionamento da mente e para as formas como ocorrem os processos de aprendizagem. Um dos seus objetivos “é ver o sujeito como gestor da sua aprendizagem, a partir da compreensão dos processos mentais na descoberta e construção do conhecimento” (WICKERT, 2006, p.35). Seus representantes mais destacados são Piaget, Bruner, Ausubel, Vygotsky e Gardner;

A Teoria Sociocrítica que considera a educação um fenômeno indissociável das realidades sociais e culturais, procede a uma análise crítica da realidade social, além de afirmar o compromisso e as finalidades sociopolíticas da educação.

O expoente dessa concepção no Brasil foi Paulo Freire, que postulou a educação como ato dialógico libertador, tendo como fontes o humanismo e uma dialética em que a subjetividade é condição da transformação social. Para ele, a educação para ser libertadora, precisa construir, entre educador e educando, uma verdadeira consciência histórica, pois o conhecimento não é libertador por si mesmo. O conhecimento deve constituir-se numa ferramenta essencial para intervir no mundo. (WICKERT, 2006, p.38)

Além das correntes acima citadas, a proposta dos Referenciais Educacionais do Sebrae buscou influências em propostas educacionais de filósofos, educadores e pensadores da cultura que fornecem importantes elementos para a proposta educacional do Sebrae. Entre eles destacam-se:

1. Waldemar de Gregori, com a Cibernética Social, que sinaliza que

para propiciar um ambiente de aprendizagem, é necessário saber como ocorre o processo de construção do conhecimento, como o cérebro trabalha, como armazena e decodifica a informação, como associa a outras informações, quais as estratégias para desenvolver a criatividade, como desenvolver o pensamento lógico e como aprender a aplicar esse conhecimento em outras áreas. (WICKERT, 2006, p.40)

2 . Edgar Morin com os seus estudos sobre o pensamento complexo, cuja proposta está fundamentada na necessidade de “organizar conhecimentos de modo que estes possam dialogar entre si e fazer parte da vida humana, como se formassem uma colcha de retalhos costurados com harmonia e perfeita combinação de cores”. (WICKERT, 2006, p.41)

3. Matthew Lipman e o pensamento de ordem superior, que considera que

o desenvolvimento do pensamento superior ocorre a partir de duas idéias reguladoras: o pensar crítico e o pensar criativo, que sustentam e reforçam um ao outro. O pensamento crítico é orientado por critérios, envolve o raciocínio (habilidades cognitivas: análise, comparação, levantamento de hipóteses, argumentação etc.) e o julgamento. Método: algoritmo; O pensamento criativo é orientado por valores, envolve habilidade, talento, imaginação. Método: heurístico.(WICKERT, 2006, p.42)

5. Abordagem da comissão sobre educação para o século XXI apresentada no relatório da UNESCO pelo presidente da comissão Jacques Delors, que fundamenta a educação para o século XXI em quatro pilares: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser. Para o sistema Sebrae essas dimensões têm os seguintes significados:

- Aprender a Conhecer – refere-se à interpretação e representação da realidade por meio do estudo de conceitos, princípios, fatos, proposição e teorias. A aprendizagem de Aprender a Conhecer manifesta-se mediante o desenvolvimento de esquemas cognitivos: reflexão, análise crítica, comparação, classificação, ordenação, argumentação etc., que proporcionam a construção do conhecimento.
- Aprender a Ser/Conviver – refere-se à percepção da realidade por meio da conscientização da pessoa sobre si mesma e sua interação com seus grupos. Compreende crenças, valores, intuição, inclinações, potenciais criativos, atitudes, sentimentos, imaginação, fantasia, síntese, humor e arte. Esses dois pilares Ser/Conviver foram reunidos porque, desenvolver a consciência individual e social representa uma convergência entre a unidade e a diversidade, na medida em que se trata de fortalecer o auto-conhecimento, o desenvolvimento do potencial e a auto-realização, ao tempo de buscar sentido nas metas grupais e sociais. Nesse sentido, propicia-se a evolução da pessoa, sua maneira de ser, de se auto-conduzir e de atuar no contexto em que está inserido. O ser humano é uno e singular e, ao mesmo tempo, múltiplo e complexo, inserido em grupos e

- organizações sociais e culturais que apresentam multiplicidade de visões, de sonhos, de posicionamentos, de crença e de valores.
- Aprender a Fazer – refere-se à aplicação na realidade, mediante capacidades, habilidades e destrezas. Manifesta-se mediante ação, iniciativa, concretização, transferência, operacionalização e pragmatismo. (WICKERT, 2006, p. 46 e 47)

Em síntese, como analisa o próprio documento,

a concepção educacional integrada Sebrae inspirou-se na abordagem da comissão sobre Educação para o século XXI, apresentada no Relatório da UNESCO, que propõe os pilares-base: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender ser. Para explicar e integrar essas múltiplas dimensões do sujeito buscou-se fundamentos em princípios das teorias de aprendizagem Cognitivista, Humanista e Sociocrítica e em propostas de educadores para o século XXI, contemplando, portanto, visões construtivistas, cognitivistas, humanistas, sociocríticas e também transcendentais, pois o desejo de ir além, isto é, que o ser humano ultrapasse a capacidade de conhecer, transcenda os limites da própria experiência individual e sinta-se parte integrante de um grupo, de uma coletividade, do seu país e do planeta. (WICKERT, 2006, p.45)

Para sistematizar o desenvolvimento das diversas soluções educacionais sintonizadas com os seus Referenciais Educacionais, o Sebrae editou um Guia de Planejamento de Materiais de Estudo para Soluções Educacionais, que estabelece como devem ser estruturadas as ações educativas oferecidas. Todas elas devem seguir os princípios de:

1. Direcionalidade – Ter como foco principal o empreendedor em busca de capacitação, considerando suas características, necessidades, ambiente sociocultural, modos e condições de estudo, níveis de motivação, habilidades e conhecimentos, atitudes e competências já desenvolvidas.
2. Aplicabilidade – Ser aplicável ao dia-a-dia da gestão dos pequenos negócios.
3. Essencialidade – Utilizar temas básicos de gestão de empresas, que sejam referências para consulta permanente do cliente.
4. Coerência – Confluir a visão de futuro desejada pela Instituição com a visão sistêmica de realidade do mercado (ambiente interno e externo).
5. Regionalidade – Considerar as condições culturais locais e comunitárias, o modo de vida, práticas e saberes construídos na dinâmica social.
6. Praticidade – Representar, para o cliente, uma fonte de pesquisa e aprendizado, um guia prático ou manual de orientação.
7. Eficácia – Promover resultados qualitativos e quantitativos que gerem benefícios concretos para o empreendimento e aspirações do empreendedor. (SEBRAE, 2007, p.5)

Desta forma, apoiado nos Referenciais Educacionais e neste Guia de Planejamento de Materiais para Soluções Educacionais, partiu-se para a ampliação da oferta de ações de educação que vieram ao encontro do que estava estabelecido no novo direcionamento estratégico da Instituição.

Um dos valores implícitos nesses Referenciais é a

valorização da democratização do conhecimento, mediante a utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação, que permitem a difusão dos saberes com qualidade, rapidez e equanimidade, disponibilizando conteúdos relevantes, contextualizados e em consonância com a realidade local (WICKERT, 2006, p.29).

Esse valor sinaliza que a atuação a partir de cursos presenciais, por mais amplo que fosse o leque de ofertas, estaria limitado às quatro paredes das salas de aula, com um número determinado de participantes por turma, exigência imposta pelas preocupações didáticas com o aprendizado. Esta era, inclusive, a forma mais freqüente de atuação em quase quarenta anos de funcionamento do Sistema Sebrae no país, mas que precisava ser ampliada.

A partir dessa limitação, apresenta-se ser o Ensino a Distância uma das modalidades que reúne as condições de alcançar os milhões de empreendedores pretendidos, e assim promover a inclusão, pela via do empreendedorismo, universalizando o acesso a essas informações. Auxilia para isso uma das características da Educação a Distância que é “a capacidade de organização do sistema educativo – meios de comunicação, estratégias, tutoria, material para estudo autônomo – de forma a viabilizar ao aprendiz a construção de seus saberes e a autonomia para aprender a conhecer”. (SEBRAE, 2001, p.10). Considere-se ainda o fato da Educação a Distância ser vista como um instrumento de socialização do conhecimento e da integração social.

Parte daí a proposta de uma educação empreendedora para milhões, utilizando-se do Ensino a Distância, a partir de programas atraentes, veiculados em meios de comunicação de grande audiência e de amplo acesso à população.

Embasam a criação dessas ações os conceitos de Moore e Kearsley (2007, p.2). Para eles

Educação a Distância é o aprendizado planejado que ocorre normalmente em um lugar diferente do local de ensino, exigindo técnicas especiais de criação do curso e de instrução, comunicação por meio de várias tecnologias e disposições organizacionais e administrativas especiais.

O uso da expressão ‘Educação a Distância’ pretende cobrir as variadas formas de estudo, nos mais diferentes níveis, nos quais não haja contato direto entre o educando e o educador. Trata-se de educação que é oferecida a alunos que estão fisicamente distantes, separados no espaço e no tempo, de seus orientadores. A utilização desse modelo de educação se dá “como uma

resposta às crescentes necessidades educacionais que não podem ser facilmente atendidas ou que são impossíveis de serem atendidas pelas formas tradicionais de educação”. (LASSER, 1997, p.19). Isso porque “o aprender não se dá mais em momentos definidos e espaços formalmente organizados”. (GUAREZI, 2008, p.15)

“O termo ‘Educação a Distância’ adquiriu aceitação universal em 1982, quando o Conselho Internacional para a Educação por Correspondência (ICCE), uma organização afiliada à UNESCO, mudou o seu nome para Conselho Internacional para a Educação a Distância (ICDE). Antes dessa aceitação universal, inúmeros termos foram usados para descrever esse modo de ensino e aprendizagem”, (LAASSER, 1997, p.20)

sendo algumas delas: Estudos por correspondência, Estudo domiciliar, Escola do ar ou radioteledifusão escolar, Estudos independentes e Ensino a distância ou Aprendizagem a distância.

Os primeiros registros do surgimento da Educação a Distância vêm do século XVIII, nos Estados Unidos, na cidade de Boston. É em 1890, na Alemanha, que surge a primeira escola por correspondência e, a partir daí, o ensino a distância passa a ser adotado por diversos países “ como uma opção a mais para ministrar cursos em nível médio, técnico, universitário e de pós-graduação (IUB, 2008).”

Em 1920, a União Soviética introduziu inovações de longo alcance na Educação a Distância, com o mais inovador e sofisticado modelo de educação nessa modalidade, sendo precursor da Universidade Aberta Britânica, que é tida como marco de vanguarda no ensino superior a distância (IUB, 2008).

No Brasil, um dos pioneiros no ensino a distância foi o Instituto Universal Brasileiro, que funciona desde 1941, tendo atendido mais de quatro milhões de alunos (IUB, 2008).

Hoje, a Universidade Federal da Paraíba já dispõe do seu núcleo de Educação a Distância, a chamada UFPB Virtual, oferecendo vários cursos de licenciatura, nessa modalidade.

4.1. Abordagens Teóricas Para A Educação A Distância

Para Laaser (1997, p.24)

a Educação a Distância ainda não produziu teorias completamente novas que possam ser oficialmente chamadas de teorias da Educação a Distância por si próprias. Em lugar disso, têm sido adotadas as teorias de ensino e aprendizagem já desenvolvidas. Dentro de tais limites, é possível citar algumas teorias que são particularmente relevantes para a educação a distância.

Dentre elas destacam-se o modelo de controle do comportamento de Skynner (a teoria do estímulo e resposta); o modelo de Rothkopf para a instrução por escrito (a existência de perguntas no texto dirigidas à estruturação da aprendizagem); o modelo organizador do desenvolvimento de Ausubel (o dado isolado mais importante que vai influir no aprendizado de uma pessoa é o conhecimento anterior que ela possui); O modelo de comunicação estrutural de Egan (apresentar pequenas doses de informações); O modelo pela descoberta de Bruner (abordagem voltada para a solução de problemas ao ensinar novos conceitos); o modelo de facilitação de Carl Rogers (tornar o conhecimento mais fácil, em vez de ensinar no sentido tradicional); o modelo geral de ensino de Gagné (aprendizagem hierárquica ou escalonamento instrucional); e a teoria da conversação didática de Holmberg (estruturar os materiais de educação a distância de tal modo que lembrem uma conversação dirigida). (LAASER, 1974)

Todos esses referenciais conceituais associados aos teóricos apresentados nos Referenciais Educacionais do SEBRAE, que respaldam a concepção de educação integrada Sebrae, embasam a criação das suas ações de Educação a Distância.

4.2 As Soluções Educacionais Sebrae de Ensino a Distância

A primeira das ofertas de solução educacional na modalidade ensino a distância lançada pelo Sebrae, ocorreu no ano 2000, coincidindo com o início da mudança estratégica proposta em seu redirecionamento, que previa um acréscimo significativo no número de atendimentos aos empreendedores existentes ou potenciais. Trata-se do Desafio Sebrae, um jogo virtual dirigido a estudantes universitários que simula uma competição entre empresas, em um determinado mercado.

Os jogos de empresa são uma modalidade de simulação, que consiste, em termos amplos, de um modelo operacional, dinâmico, de algum aspecto da realidade. (...) Em essência a simulação é uma estratégia de aprender a aprender, pois estimula o aluno a desenvolver determinadas capacidades, capacidades estas que aumentarão sua potencialidade de obter novos conhecimentos e adquirir novas habilidades.” (SANTOS, 2007, p.2)

No caso do Desafio Sebrae tem-se uma competição nacional, de caráter educacional, promovida pelo Sebrae em parceria com a COPPE/UFRJ – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, com o objetivo de :

- Estimular o espírito empreendedor e disseminar a cultura empreendedora em estudantes universitários de todo o país;
- Desenvolver a capacitação gerencial em pequenos e médios negócios;
- Possibilitar aos participantes uma experiência simulada na gerência de uma empresa;
- Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe;
- Difundir conceitos sobre ética, associativismo e competitividade; e
- Desenvolver a capacidade de compreensão sobre o papel da cooperação e da parceria comercial e social entre os países da América Latina (SEBRAE, 2008)

As questões fundamentais que são postas para o empreendedor virtual, são as mesmas com que se defrontam os empreendedores reais em seus negócios:

- Com quem você pode contar ?
- O que você vai produzir ?
- Para quem você vai produzir ?
- Qual será a política de investimento em Pesquisa e Desenvolvimento ?
- Como irá vender seu produto (serviço) ?
- Irá buscar atuar em várias linhas de produto ou se concentrará em apenas um segmento de mercado ?
- Qual sua política de atendimento e serviços ?
- Como irá se comunicar com seus potenciais clientes ?
- Por que escolheu essa forma ?
- Quanto irá custar ?

- Que benefícios esperam obter em relação às demais alternativas que poderia ter
- utilizado ?
- Com que frequência irá fazer ?
- Qual será sua política de pessoal ?
- Que tipo de incentivo/remuneração você irá utilizar para estimular quem vende (representantes, força de vendas, distribuidores) ?
- Como pretende utilizar a internet e o marketing direto ?
- Como pretende fixar seu nome (sua marca) ? (FERREIRA, 2007, p.8)

Segundo pesquisas realizadas a partir de 2003 (SEBRAE, 2007), os homens têm sido maioria na participação no jogo, iniciando com 72% e regredindo um pouco para 65% em 2007. Esse crescimento feminino – embora meio tímido – é provável que seja explicado por uma estratégia deliberada do Sebrae de utilizar como casos de estudos nos últimos anos, empresas mais voltadas para a atenção feminina como uma floricultura, uma fábrica de cosméticos e uma fabricante de calçados femininos.

Pela renda familiar desses alunos observa-se uma variação de 46,89% com renda inferior a 10 salários mínimos mensais em 2004, para 55,56% em 2007 (SEBRAE, 2007)

Os estudantes que participam do Desafio Sebrae também têm experiência com alguma ação educacional na modalidade EAD, oferecida virtualmente pelo Sebrae, o que reforça o aprendizado de empreendedorismo desses jovens universitários. Os cursos Iniciando um Pequeno Grande Negócio – IPGN e Aprender a Empreender, encabeçam a relação dos mais procurados pelos alunos. A junção desses aprendizados só contribui para ampliar o conhecimento de empreendedorismo desses jovens.

Uma premissa desse programa é que “a simples participação do estudante no Desafio Sebrae já o expõe à atividade empresarial e o convida a uma reflexão sobre as possibilidades e oportunidades reservadas aos empresários, já que o Programa consiste na simulação das funções do dia-a-dia empresarial”. (SEBRAE, 2007, p.8)

Desde o seu início em 2000 até hoje, cerca de quinhentos mil estudantes universitários já participaram do Desafio Sebrae, sempre em grupos de no mínimo três e no máximo cinco alunos, regularmente matriculados em Instituição de Ensino Superior reconhecida pelo MEC.

As avaliações perceptivas dos participantes do Desafio Sebrae ao longo dos anos pesquisados (SEBRAE, 2007) variam entre excelente e boa em números próximos de 75%, como é observado nas pesquisas. Tais dados confirmam a relevância do programa na difusão da cultura do empreendedorismo entre estudantes universitários.

Pela potencialidade desta ação, considerando-se o público para o qual é dirigida – estudantes universitários - e o meio como é difundida – a internet – muito se pode alcançar com ela. Isso por que as ações oferecidas pela internet permitem um maior contato com os educandos, uma vez que para o aceite do candidato nos diversos cursos, exige-se uma inscrição com a inserção de seus dados profissionais e pessoais, facilitando o relacionamento.

Segundo pesquisa realizada para estudos do Desafio Sebrae, “os cursos pela internet permitem a realização de pesquisas de impacto desenvolvidas com mínimos custos de adaptação e análise e sem custos adicionais de levantamento e processamento de informações”. (SEBRAE, 2007, p. 28)

O certo é que o alcance desses registros pode ainda ser bastante ampliado, elevando-se o número das participações.

No caso do Desafio Sebrae, por exemplo, a meta anual de inscrição de universitários para participar do jogo de simulação de uma empresa, não chega a 100 mil alunos, para uma população estudantil que rompe a barreira dos milhões. Conta negativamente a dificuldade de acesso a internet em banda larga, importante para uma boa participação no jogo simulativo, além da falta de computador pessoal para a instalação do software que irá permitir a efetiva participação no jogo.

Algumas ações realizadas por prefeituras para ampliar o acesso da população à internet tornando-a disponível gratuitamente, podem servir de exemplo na ampliação desse acesso, facilitando a participação dos alunos.

Já em relação aos equipamentos, mesmo com o seu barateamento e facilidades de pagamentos criados por grandes magazines com atuação no mercado nacional, a possibilidade de aquisição ainda é limitada, uma vez que o volume do investimento para essa compra ainda não é acessível para todos, necessitando, talvez, de algumas políticas específicas de financiamento para esse fim.

Uma intensificação na divulgação do programa entre os universitários, visando um incremento nas participações, também há que ser considerada. Registro importante colhido em pesquisa de impacto do Desafio Sebrae em 2005, que vem sendo observado desde 2003, dá conta de que a informação mais significativa para o aluno tomar conhecimento do jogo e decidir por inscrever-se, é obtida na própria Faculdade (79,52%). Seja por intermédio dos colegas, dos professores, ou da ação de divulgação realizada por técnicos do Sebrae naquelas instituições. Os instrumentos convencionais de marketing como a TV, o rádio, jornais, revistas e até mesmo a internet, respondem por 20,48% dos participantes inscritos. Vê-se, com isso, que uma presença mais forte do Sebrae nas IES, com o uso de cartazes, banners, mídia exterior ou informação de professores e funcionários, e com uma ação mais individualizada com os alunos, rende mais resultados em termos de inscrições do que campanhas televisivas, que em geral consomem muitos recursos financeiros.

4.3. O Programa De Rádio

Viabilizado por intermédio de uma parceria estabelecida em convênio com a ABED – Associação Brasileira de Ensino a Distância, o Sebrae iniciou em 2001 a sua série de programas de rádio intitulado A Gente Sabe, A Gente Faz.

O propósito dessa ação é levar a mensagem do empreendedorismo aos milhões de empreendedores potenciais ou já estabelecidos no país, conforme preconizado no direcionamento estratégico da instituição.

Embora sendo o rádio visto como uma mídia mais tradicional, a opção por seu uso deu-se em razão do largo alcance desse instrumento entre a população de municípios interioranos, especialmente pelas dificuldades que apresentam de acesso a recursos mais atualizados tecnologicamente.

Segundo o Termo de Referência do Sebrae para esta ação,

o rádio é um excelente recurso nessa estratégia de capacitação pela sua abrangência, penetração social e popularidade no segmento de baixa renda. Possui as características desejáveis para o processo educativo, entre elas o potencial interativo de promoção de relacionamento, de forma quase instantânea, que se realiza por outros meios como telefone, fax, celular ou e-mail. Destaque também para o caráter universal de sua linguagem essencialmente coloquial, simples e direta, além da empatia que procura estabelecer com o ouvinte ao oferecer uma programação variada para todos os gostos, estilos de vida e classes sociais. (SEBRAE, 2001, p.3)

Importante ressaltar que mesmo com todo o avanço tecnológico de outras mídias, o rádio continua a desempenhar um papel importante na formação e informação de grande parte da população brasileira, podendo ser utilizado como grande apoio em ações educativas realizadas para jovens e adultos. De acordo com Scocuglia,(2003, p.20) a importância do meio rádio está em que

1. O analfabetismo, em vários bolsões de pobreza do Brasil, nos quais o computador ainda não foi “descoberto”, continua vicejando impunemente;
2. A rigor, ainda se usa muito pouco a informática na educação em geral;
3. O rádio continua sendo o veículo importante em termos de massificação da alfabetização no interior brasileiro.

E, do mesmo modo que continua imperando o analfabetismo que abrange as letras e os números, no gerenciamento dos pequenos negócios a baixa preparação também é observada. Isso pode ser confirmado pelos índices de mortalidade das empresas antes de completarem dois anos de vida que, mesmo apresentando um comportamento declinante nos últimos anos, ainda são elevados. (Ver quadros 7 e 8 na página 118)

Da mesma forma que a existência de conhecimentos gerenciais é um dos itens considerados em pesquisa como fundamentais para o sucesso de um empreendimento, a sua ausência é tida como uma das causas identificadas para o precoce fechamento das empresas (SEBRAE, 2004) Estas informações e números justificam a existência de um programa dessa natureza, voltado para o público empreendedor de jovens e adultos, com essas carências de informações para a abertura ou condução de um negócio. Trata-se, portanto, grosso modo, de um programa com a pretensão de promover, se assim se pode chamar, uma *alfabetização empreendedora*, que consiste em levar informações sobre a abertura, funcionamento e incentivo à criação de novos negócios, além de uma postura empreendedora diante da vida.

Dito de outro modo, o objetivo do programa é o de disseminar a cultura empreendedora entre a população de baixa renda e escolaridade e aqueles que estão em locais de difícil acesso à informação.

Faz-se, assim, com a utilização do programa de rádio para trabalhar conceitos de empreendedorismo, um tipo de Educação Popular, mesmo pisando no “terreno pantanoso” que envolve esse conceito, como diz José Francisco Melo (2001, p.47), uma vez que leva para todos, de forma democrática, rompendo as barreiras da sala de aula, um conteúdo voltado para a condução de um negócio. Trata-se também de um estímulo ao desenvolvimento das características empreendedoras, baseadas em comportamentos e atitudes pessoais, que podem, ou não, estar associadas a um negócio.

O uso do rádio como instrumento educativo tem antecedentes na Paraíba com o Sirepa – Sistema Rádio Educativo da Paraíba – com sua proposta de educação popular estatal, difundida por quase 600 escolas radiofônicas, e que funcionou como uma campanha de alfabetização em massa de adolescentes, jovens e adultos, entre 1963 e 1966.

Apesar das dificuldades encontradas (SCOCUGLIA, 2003)⁷, a experiência de uso do recurso na Educação pode ser usada como uma referência para uso de outras formas de ações educativas, com o mesmo veículo. É o caso, por exemplo, da experiência do Sebrae com a Educação Empreendedora que pretende levar, por esse meio, às mais distantes localidades do país. Facilita essa intenção o fato de terem sido vencidas muitas das precariedades da época. Energia elétrica e estradas asfaltadas, por exemplo, que eram raridade nos municípios, tornaram-se presentes na maior parte do país, o que certamente ajuda no uso desse recurso como auxiliar no ensino. No dizer de Scocuglia, “pode-se perceber a importância das experiências de radioeducação popular, como a do Sirepa, para os programas de Educação a Distância tão desenvolvidos nos nossos dias” (SCOCUGLIA, 2003, p.76). Na linguagem do poeta, “o que foi feito é preciso conhecer, para melhor prosseguir”.⁸

Dado relevante que atesta o acerto no uso desse meio é que, mesmo com a quase universalização do uso da televisão, o consumo da mídia rádio no Brasil ainda é bastante

⁷ Segundo Scocuglia, em livro acima citado, o Sirepa conseguiu, durante quase metade de seus dez anos de existência, apesar de todas as deficiências e dificuldades, alfabetizar milhares de camponeses e moradores suburbanos e manter centenas de escolas noturnas funcionando, o que é uma demonstração da sua efetividade e importância.

⁸ Referência à música O que foi feito deverá, de Milton Nascimento

elevado. A eliminação dos fatores acima citados, que antes dificultavam o acesso ao equipamento, contribui para isso. São quase 90% dos domicílios brasileiros que têm um aparelho de rádio e com uma penetração, em média de 88%, entre as classes C, D e E (SEBRAE, 2005 e 2006).

Uma preocupação básica dos que trabalham educativamente com esse recurso, é produzir os programas de tal forma que “caiam no gosto do povo”, utilizando uma linguagem que lhe seja familiar. A solução adotada no programa produzido pelo Sebrae foi o uso do formato de novela, algo que é muito presente no cotidiano das pessoas.

Convém registrar que os princípios apresentados no guia de planejamento de materiais de estudo para soluções educacionais, em consonância com os Referenciais Educacionais do Sebrae anteriormente citados – direcionalidade, aplicabilidade, essencialidade, coerência, regionalidade, praticidade e eficácia – embasaram a criação dessa série de programas.

4.3.1 A Gente Sabe, A Gente Faz – O Programa de Rádio do Sebrae

A primeira experiência do Sebrae, em caráter experimental, do programa de rádio aconteceu na Região Norte, no período de 18 de dezembro de 2001 a 4 de abril de 2002. Ao todo foram produzidos 24 programas denominados A Gente Sabe, A Gente Faz e veiculados em 36 emissoras de rádios, distribuídas em seis estados do setentrião nacional.

Com uma linguagem muito diferente, que inclui a apresentação de uma rádio novela, o A Gente Sabe, A Gente Faz disseminou noções básicas de empreendedorismo para pessoas de baixa renda que querem iniciar ou melhorar um negócio próprio. Todo o conteúdo necessário para empreender um pequeno negócio dentro de uma perspectiva de auto-sustentação, foi transmitido de maneira leve e divertida, sem, contudo, se tornar superficial. O programa incorporou vários elementos da linguagem radiofônica (novela, entrevista, reportagem, interação com a audiência), adequando-os às características culturais e às potencialidades econômicas e sociais da região. Para tanto, os produtos típicos e a cultura amazônica foram bastante valorizados durante toda a série de programas, utilizando músicas de artistas regionais e citando hábitos da população (SEBRAE, 2003, p.7).

Foi a partir dessa experiência, que alcançou quase 400 mil ouvintes, que se iniciou o processo de nacionalização dessa solução educacional. Considerou-se essencialmente nessa difusão, o princípio da regionalidade – observando as condições culturais locais e comunitárias, o modo

de vida, práticas e saberes construídos na dinâmica social – tendo o programa de cada região um formato específico, a fim de possibilitar uma maior identificação com a audiência.

4.3.2 A Gente Sabe, A Gente Faz – A Nacionalização Do Programa⁹

Em 2003 iniciou-se uma nova fase do programa de rádio, desta vez com abrangência nacional.

Utilizando-se do recurso da radiodramaturgia, o programa A Gente Sabe, A Gente Faz desenvolve em seus capítulos um enredo com o propósito de levar, de maneira natural e descontraída, a cultura empreendedora aos milhões de jovens e adultos que a ela têm dificuldade de acesso por outros meios.

A partir da história de um casal em dificuldades financeiras, apresenta-se a necessidade de criar alternativas econômicas para o sustento e o desenvolvimento pessoais. Na rotina da personagem feminina presente no enredo, surgem lições de atitudes necessárias ao empreendedor de sucesso, como comprometimento, autoconfiança, preocupação com a qualidade dos produtos ou serviços, entre outras.

A introdução da mulher como protagonista da trama novelesca está sintonizada com a ocupação cada vez maior da personagem feminina, do mundo dos negócios. Tal fato é observado em pesquisas recentes que colocam a mulher numa relação de igualdade com os homens, quando se trata de desenvolver uma atividade empreendedora. (PASSOS, 2008)

O estímulo ao associativismo também é enfocado no programa, mostrando exemplos reais de que as atividades de negócios desenvolvidas de forma cooperativa, em geral, promovem a força dos pequenos empreendimentos.

Pesquisa de avaliação para verificar o impacto, a abrangência e a penetração do programa no país, verificou que em sua primeira edição nacional o A Gente Sabe, A Gente Faz alcançou dezenove milhões de ouvintes, das classes C, D e E, sendo a maior parte deles – três quartos – localizados em municípios da área rural (SEBRAE, 2004). Esse último dado reveste-se de

⁹ Em razão da disponibilidade de dados da pesquisa relativos aos estados, analisa-se em alguns momentos os dados nacionais e também os dados da Paraíba referentes ao programa de rádio.

grande importância porque é lá, nessa região, que se encontram grande parte dos desassistidos por ações dessa natureza, portanto, mais carentes dessas informações.

No Estado da Paraíba, a pesquisa atesta que o programa foi ouvido por quase quinhentas mil pessoas (SEBRAE, 2004, p.13). Pouco mais de noventa por cento desse público encontram-se nas cidades do interior, sendo que 87% deles são pertencentes às classes C, D e E. A interação com o programa, por meio de cartas ou de telefone, com um 0800 colocado à disposição dos ouvintes, revelou que, na mesma proporção dos ouvintes, quase 90% das correspondências eram provenientes de cidades do interior, com uma predominância do público masculino (53%) que enviou perguntas, dúvidas ou sugestões. Na análise da pesquisa,

a predominância de cartas oriundas do interior se explica porque há lugares em que praticamente só o rádio chega, sendo o veículo uma mídia tipicamente local e mais capilarizada; nas cidades do interior há menos jornais em circulação e estações de TV concorrendo na informação da população (SEBRAE, 2004, p.7).

A existência de uma promoção denominada “sonho de negócio”, que contemplava os ouvintes com um prêmio no valor de R\$2.000,00 (dois mil reais) para a realização do seu desejo explicitado, é provável que tenha ajudado no crescimento do número de cartas enviadas e de ligações feitas.

Na existência dessa promoção, com a possibilidade desse ganho para dar início ao próprio negócio, deve residir a explicação para o maior número de cartas ter sido enviado pelo público masculino. Isso porque ainda sobram os resquícios, socialmente difundidos, que ao homem cabe, antes da mulher, procurar os meios para o seu provimento. E esta era uma possibilidade.

Na análise dessas mensagens alguns fatos merecem ser destacados. Enquanto algumas delas falavam do desejo de conhecer o apresentador do programa, que foi o Rolando Boldrin, nessa primeira série; outras falavam do favorecimento à inclusão das pessoas de baixa renda na disseminação sobre empreendedorismo, oportunidade de trabalho e geração de renda; outras ainda elogiavam as cenas domésticas da novela e as relações sociais mais imediatas como pano de fundo da abertura de um negócio e funcionamento de uma pequena empresa.

Outro dado revelado pela pesquisa em relação à análise das cartas dos ouvintes, é que

as iniciativas tomadas para o início de um empreendimento guardam relação com o contexto próximo da casa ou da vizinhança. As relações pessoais, no entanto, não têm apenas como efeito criar condições para o funcionamento do negócio ou propiciar pequeno mercado para os produtos e serviços do “nano” empreendedorismo. É preciso considerar que, segundo as cartas dos ouvintes, essas relações permitem a solidariedade e são indispensáveis para a construção de associações e cooperativas. (SEBRAE, 2004, p.7 e 8)

Isso reflete um pouco do que se busca com essas ações de Educação Empreendedora e dos tipos de negócios que se intenta desenvolver. Estímulo à criação de redes associativas, empreendimentos criados com base nos fundamentos da economia solidária, no comércio justo (SEBRAE, 2006, p.13)¹⁰, são propostas que ganham corpo, funcionando como contraponto aos negócios que funcionam segundo, apenas, a lógica tradicional das leis de mercado.

As condições de educação experimentadas pelo Brasil, com a elevação dos níveis de escolaridade da população, favorecem, além de um melhor diálogo entre as pessoas, o desenvolvimento de uma consciência crítica do papel que elas desempenham na sociedade, o que pode levá-las a uma atuação de forma mais cooperativa.

Muitas mudanças de ordem prática também foram observadas e relatadas na pesquisa. Destacam-se entre elas:

- a aplicação no negócio de algumas dicas que ouviu no programa;
- a observação mais atenta de como os negócios funcionam;
- a melhoria no controle de qualidade do empreendimento;
- a mudança de atenção com o cliente e a atendê-lo melhor;
- a desenvolver o projeto;
- a aperfeiçoar o aprendizado na administração do comércio;
- a direcionar os negócios; e
- a investir mais nas próprias qualidades. (SEBRAE, 2004, p.15)

¹⁰ “Comércio justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável, por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente do Sul”- definição IFAT – Federação Internacional de Comércio Alternativo. No Brasil, é muito usada a expressão “comércio ético e solidário”, em sentido mais amplo, abrangendo todas as formas alternativas de comércio, não necessariamente obedecendo aos critérios definidos pela IFAT.

Todos esses aprendizados explicitados pelos ouvintes e listados acima, estão associados aos conhecimentos básicos para quem já está envolvido ou quer iniciar-se em uma atividade empresarial, constituindo, portanto o que aqui está sendo chamado de pilar do *Aprender a Empreender*.

Esse programa, iniciado em 2003, começou com uma abordagem genérica de negócio, sem se ater a um determinado setor, denominada apenas A gente sabe, a gente faz. Em 2004 aconteceu a sua reprise.

4.3.3 A Gente Sabe, A Gente Faz – Vendas

A edição seguinte do programa, veiculada em 2005, considerou um dos principais problemas relativo aos negócios, uma das razões mais freqüentes de seu fechamento: as vendas. Assim foi criada a série A Gente Sabe, A Gente Faz – Vendas, ambientada em uma feira popular, tendo como personagens empreendedores de todas as regiões do país. A escolha do local foi devido ao fato de ser um tipo de comércio que está presente em quase todas as localidades brasileiras, traduzindo bem essa realidade varejista. O programa tem um formato dinâmico, combinando vários recursos de linguagem, como novela, sob a forma de esquete, com começo e fim em cada edição, “entrevistas com empreendedores de sucesso, enquetes, quadros, músicas e jingles em ritmos regionais e vinhetas cantadas”. (SEBRAE, 2005, p.4)

No termo de referência que justifica a criação do programa, extrai-se o seu objetivo que é

desenvolver no micro e pequeno empreendedor do comércio varejista, competências para que sejam capazes de construir estratégias de vendas eficazes, a partir do planejamento e do entendimento dos elementos da venda como escolha do produto e do ponto, definição de preço, conhecimento do cliente, perfil dos concorrentes e mecanismos de comunicação com o mercado. (SEBRAE, 2005, p.1)

Mais adiante o documento deixa claro que esse programa de rádio, no formato em que foi idealizado,

trata-se de uma ação de educação inserida no âmbito das estratégias de disseminação da cultura empreendedora que visa capacitar o empreendedor para gestão de vendas, fornecendo-lhe subsídios e instrumentos para planejar, analisar o mercado e usar ferramentas na conquista e fidelização de clientes. (SEBRAE, 2005, p.1)

Nessa segunda edição nacional do programa, uma novidade foi inserida, com a adoção do conceito de complementariedade. Por ela passa-se a utilizar a

combinação de diferentes mídias para ações de Educação a Distância, o reforço do conteúdo em gestão de vendas e sustentabilidade do negócio será feito também por meio de revistas em histórias em quadrinhos, a partir da trama da novela do programa A Gente Sabe a Gente Faz – Vendas. (SEBRAE, 2005, p.7)

Ilustrado pelo conhecido cartunista Ziraldo, a revista transformou-se num sucesso de vendas, sendo distribuídas nas bancas de jornais de todo o país. O conteúdo dessa nova série foi desenvolvido em 40 programas educativos de capacitação do empreendedor em gestão de vendas, com duração de 10 minutos cada um, sendo veiculado em todo o Brasil, durante 8 semanas. Tem um formato de “revista” e foi apresentado dessa vez pelo ator Roberto Bonfim, com grande empatia com o público, por conta de um personagem bonachão de novela global, por ele vivido, na época de criação do programa.

Observando a forma como se dá a aprendizagem das pessoas, o conteúdo da série estava organizado em forma gradual de complexidade, a partir de 8 eixos:

- a) Motivacional – apresenta as características necessárias para a venda, que são aptidões naturais de muitas pessoas.
- b) Como comprar mercadorias para a venda – Aborda e esclarece as principais dúvidas relacionadas à escolha de mercadorias para a venda e relações com fornecedores.
- c) Como escolher o ponto – Aborda e esclarece as principais dúvidas relacionadas à escolha do ponto. Oferece critérios de análise para que o empreendedor não caia nas armadilhas da escolha instintiva do ponto comercial.
- d) Como definir o preço de meus produtos – apresenta conceitos e técnicas necessárias para a adoção de uma política de preços e descontos apropriada pelos empresários. Oferece critérios de análise para que o ouvinte não caia nas armadilhas do gerenciamento instintivo da política de preços e descontos.
- e) Como atender o cliente – Apresenta conceitos, tendências e técnicas que possibilitem melhorias na atração, fidelização, atendimento e relacionamento com os clientes.
- f) Como formar uma equipe – Fornece orientação, passo-a-passo, para a formação e treinamento de uma equipe de vendas. Sensibiliza para a importância da implantação de um sistema de acompanhamento de resultados, reconhecimento de desempenho e recompensa por metas alcançadas.
- g) Como divulgar o negócio – Fornece orientação, passo-a-passo, para a formação e treinamento de uma equipe de vendas. Sensibiliza para a importância da implantação de um sistema de acompanhamento de resultados, reconhecimento de desempenho e reconhecimento por metas alcançadas.
- h) Como controlar o dinheiro do negócio – Sensibiliza para a importância do controle e da análise sobre a utilização dos recursos financeiros gerados pelo negócio. Oferece critérios de análise para que o ouvinte utilize modelos adequados para o controle financeiro de seu negócio e deixe de utilizar o instinto no uso dos recursos financeiros gerados (SEBRAE, 2005, p.2).

A avaliação dessa série identificou um perfil de ouvintes formado 43,8% por homens e 56,2% de mulheres, o que inverte o resultado da série anterior, que era de maioria masculina. Essa descoberta da pesquisa confirma a tendência identificada na pesquisa GEM, já citada nesse capítulo, do aumento do número de mulheres empreendendo no país.

Outro dado importante é que três quartos das mensagens encaminhadas pelos ouvintes (75,5%) (SEBRAE, 2005, p.2) para a central telefônica do programa (0800) eram de residentes de cidades do interior, locais em que se encontram as pessoas mais carentes dessas informações sobre empreendedorismo, e em que o *Aprender a Empreender* tem uma maior relevância, para si e para a continuidade dos negócios.

As manifestações dos ouvintes atestaram a qualidade, clareza e situações de identificação com o universo retratado no programa. Nesse contato os ouvintes afirmam também que o contexto vivido no programa propiciou que eles “percebessem” situações que precisavam mudar no seu negócio, ou na sua maneira de agir como empreendedores (SEBRAE, 2005, p. 8).

Do mesmo modo que aconteceu com a série anterior, o programa A Gente Sabe, A Gente Faz – Vendas foi reprisado no segundo semestre de 2005.

O número de pessoas alcançadas com a primeira veiculação foi de quase seis milhões em todo o país, tendo sido veiculado por 480 emissoras de radiodifusão (SEBRAE, 2005, p.12).

4.3.4. A Gente Sabe, A Gente Faz – Rural

A edição seguinte do programa, no ano de 2007, contemplou a área rural, tendo como público alvo agricultores familiares. No Brasil esses produtores situam-se em 4,5 milhões de estabelecimentos rurais, respondendo, segundo o MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário, por mais de 60% dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros (SEBRAE, 2006, p.1).

Trata-se, aqui, dos empreendimentos rurais que são administrados pelos familiares dos proprietários.

O formato do programa é semelhante ao do anterior, o de uma revista dinâmica, com um único apresentador, combinando “dramatização (novela), músicas regionais, vinhetas, jingles e casos reais de agricultores familiares que adotaram preceitos da cultura empreendedora e já conseguiram, transformar sua propriedade num agronegócio lucrativo”. (SEBRAE, 2006, p.5).

Em razão de uma maior identificação com o Brasil rural, promoveu-se o retorno de Rolando Boldrin como apresentador, o que já havia acontecido na primeira veiculação do programa A Gente Sabe, A Gente Faz.

O conteúdo dessa série, a exemplo da passada - A Gente Sabe, A Gente Faz – Vendas -, também está organizado em eixos de aprendizagem, apresentado de forma gradual para favorecer o entendimento pelo ouvinte. Desta vez esses eixos são articulados em torno de três metáforas:

- Da porteira pra dentro;
- da porteira pra fora; e
- unindo as cercas.

As metáforas representam o processo de aprendizagem que parte do auto-conhecimento para em seguida estimular o produtor a conhecer o mercado em que está inserido e, finalmente, descobrir as vantagens da cooperação.

- Da porteira pra dentro – integra aspectos motivacionais, vinculados às características do empreendedor. O agricultor será sensibilizado para refletir sobre suas características pessoais diante do negócio. Uma vez feito o diagnóstico pessoal, é hora de entender como anda o seu negócio. Para tanto, o produtor é convidado a fazer uma autocrítica da forma como faz o gerenciamento da sua propriedade, seja do ponto de vista financeiro e também patrimonial.
- Da porteira pra fora – integra aspectos de conhecimento de mercado nos quais está inserida a propriedade familiar. Para tanto se discute o mundo do agronegócio: situação atual, tendências e perspectivas. A intenção é dar elementos para que o agricultor familiar possa avaliar criticamente as potencialidades, pontos fortes e fracos do seu empreendimento no contexto interno e externo de sua região geo-econômica.
- Unindo as cercas – integra aspectos da cultura da cooperação e parcerias no meio rural, apontando vantagens para o fortalecimento da agricultura familiar. Nesse segmento são discutidos aspectos como planejar a produção e comercialização por meio de cooperativa ou central de negócios. Neste bloco abordam-se aspectos que envolvem a melhoria da administração rural tanto no individual como no coletivo, acesso a novas tecnologias e assistência técnica, além de orientar e capacitar o produtor para a busca de financiamento a juros baixos, a exemplo do Pronaf. (SEBRAE, 2006, p.6 e 7)

O uso do recurso radiofônico, como já apresentado anteriormente, espalha a cultura do empreendedorismo pelos mais longínquos rincões do país, propriedade que é inerente ao meio rádio, contribuindo assim com a difusão dessa mensagem para elevar a capacidade empreendedora de jovens e adultos.

Esta série também foi contemplada com revistas em quadrinhos, produzidas a partir do programa de rádio, lançada em 2008, juntamente com a reprise do programa, tendo por título: Vida Rural – A Revista do Agricultor Familiar. Os desenhos, tais como os da primeira série lançada dois anos atrás, continuam sendo do cartunista Ziraldo.

Essa publicação conta com a parceria do Ministério do Desenvolvimento Agrário e é composta por 8 revistas, com o propósito de associar as informações do programa radiofônico, reforçando o conteúdo sobre cultura empreendedora neles abordados.

Trata-se da mesma estratégia de complementariedade e combinação de diferentes mídias para ações de Educação a Distância, já referidas em relação à série anterior.

A pesquisa de avaliação dessa série aponta que o alcance do programa, de acordo com um estudo produzido com base na localização das coordenadas geográficas do sinal das emissoras contratadas, estimada a partir da potência dos seus transmissores, atingiu na Paraíba um número superior a dois milhões e cem mil pessoas, em 220 municípios paraibanos (SEBRAE, 2007, p.2).

No Brasil a população potencialmente atingida, segundo os mesmos critérios explicitados anteriormente, chega a quase 99 milhões de ouvintes (SEBRAE, 2007, p.2). Ao todo foram mais de quinhentas emissoras de rádio, difundindo para quase cinco mil municípios informações ligadas ao agronegócio.

O perfil de ouvintes em termos percentuais continua sendo favorável ao lado feminino (56,2%), contra 43,8% dos homens, confirmando as tendências já identificadas anteriormente nos estudos da Gem que atestam o crescimento do número de mulheres empreendedoras em relação ao sexo oposto (SEBRAE, 2007, p.3).

A análise das mensagens dos ouvintes revela uma forte identificação com o apresentador do programa – Rolando Boldrin – muito associado aos personagens e situações retratadas na série. Isso é constatado nos comentários sobre o seu “jeito de ser”, que o caracteriza como um homem do campo, à sua forma de falar, tudo isso sem deixar de levar em conta a qualidade do seu trabalho artístico. Isso traduz, evidentemente, o acerto da equipe encarregada de conceber o programa, de criar essa condição de empatia com o público potencial a ouvi-lo. As expressões “eu aprendi” ou eu “proveitei”, embora sem os complementos sobre o tipo de aprendizagem e o de aproveitamento adquiridos, são as mais comuns encontradas nas mensagens dos ouvintes, aparecendo, respectivamente, em 39,9% e 10,3% delas (SEBRAE, 2007, p.7).

Esses estudos desenvolvidos após a divulgação dos programas atestam não somente a validade do conteúdo, como sinalizam o acerto no uso desse recurso, em busca de se desenvolver o lado empreendedor de grande parte da população que tem acesso a esse meio de comunicação. Comprova essa afirmativa o fato de que em 51,86% das mensagens os ouvintes qualificam os conteúdos/programas como “úteis”, “necessários”, “instrutivos”, “aproveitáveis”, “proveitosos”, “produtivos”, “esclarecedores”, e “importantes” (SEBRAE, 2007, p.7).

De maneira semelhante à outra série de programas A Gente Sabe, A Gente Faz, direcionada para as vendas, essa também foi reprisada em 2008, potencializando, assim, o investimento feito em sua produção.

Como um registro da qualidade desses programas, convém citar duas premiações que lhes foram concedidas: o Prêmio de Excelência em Educação a Distância da ABED Embratel, em 2002; e o prêmio categoria prata – comunicação comunitária – outorgado pela Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio, em 2008.

Apesar do alcance desses programas que apontam para um número considerável de ouvintes, há que se registrar a fragilidade dos mecanismos utilizados para a medição de audiência. Na quase totalidade dos estados esses levantamentos se dão por estimativa de institutos de pesquisa, que ressaltam muito mais o potencial de alcance das emissoras do que da audiência efetiva. Trata-se de um mecanismo que precisa ser aprimorado, para que se tenha uma idéia

mais precisa dos impactos que essas ações educacionais provocam entre a população de jovens e adultos que a elas tenham acesso.

Em suma sabe-se o potencial do alcance das ações, mas não se tem uma medida exata dos números efetivamente alcançados.

O estímulo ao cadastramento dessas pessoas com o uso de outros meios também pode ajudar a se ter mais informações da efetividade do ensino a distância que é ofertado, deixando de se restringir apenas aos registros feitos por chamadas telefônicas.

No sentido de potencializar o alcance desses programas algumas ações podem ser desenvolvidas. Verifica-se, por exemplo, que é muito significativa no país a existência de rádios comunitárias, bem como de emissoras católicas ou evangélicas que podem se tornar parceiras do Sebrae na divulgação dos programas da série A Gente Sabe, A Gente Faz. A forma hoje adotada de pagar por espaços nas programações das emissoras comerciais para a veiculação dessas informações tem limitado, pela escassez dos recursos, que o alcance desses ensinamentos chegue a um número cada vez maior de pessoas jovens e adultas. Há que se considerar, pelo conteúdo que elas encerram, que se trata de uma ação de interesse público, uma vez que contribuirá para a formação empreendedora de milhões de jovens e adultos, carentes dessas informações, em razão das dificuldades já enumeradas, para o ingresso no mundo do trabalho.

4.4. O Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação a Distância, pelo Sebrae – Televisão

O uso pelo Sebrae de instrumentos tecnológicos associados à informação e comunicação de abrangência nacional é um pouco anterior ao uso do rádio, na difusão da Educação Empreendedora.

A utilização dessas tecnologias associadas à Educação a Distância revelou-se como um caminho natural para se dar um salto significativo na oferta de novas ações de formação empreendedora.

A escolha por esse caminho está referendada em um dos valores explicitados nos Referenciais Educacionais da empresa, que prevê a

valorização da democratização do conhecimento, mediante a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação que permitem a difusão dos saberes com qualidade, rapidez e equanimidade, disponibilizando conteúdos relevantes, contextualizados e em consonância com a realidade local. (WICKERT, 2006, p. 29 e 30)

Antes do uso pelo Sebrae desses novos elementos tecnológicos na disseminação da cultura empreendedora, a atuação da Instituição quase que se restringia à oferta de ações presenciais no desenvolvimento de suas capacitações. A partir dessa visão passou-se a considerar o uso de mídias diversas, até então pouco exploradas pela organização, para a veiculação de soluções educacionais, com uma amplitude maior de alcance, como a televisão e a internet.

A consistência teórica para essa iniciativa é encontrada nos Referenciais Educacionais do Sebrae, conforme já percorrido no início deste capítulo.

Foi a partir dos pilares da educação propostos por Delors, e da síntese das várias teorias educacionais nas dimensões eleitas pelo Sebrae como parâmetros para a sua atuação em educação que veio a inspiração para o desenvolvimento de uma série de soluções educacionais com o título Aprender a Empreender.

A primeira experiência aconteceu em 2001, com a criação de uma série televisiva em dez capítulos, com duração média de dezesseis minutos, cada um deles.

Realizada em parceria com a Fundação Roberto Marinho e veiculada pela Rede Globo de Televisão no horário das seis da manhã – o mesmo do telecurso – foi também retransmitida no Canal Futura, de TV fechada. Ao todo eram 10 programas, utilizando uma linguagem similar à da teledramaturgia, tão comum e presente na vida dos brasileiros.

A série reúne uma família, dona de um mercadinho, e seus amigos, enfrentando os problemas cotidianos da vida de empresários, discutindo as melhores soluções, os erros e acertos. Entremeia a “novela” depoimentos de pequenos empresários bem sucedidos, relatando as suas trajetórias empreendedoras. O sucesso dessa série está exatamente na utilização do vídeo, complementado por material impresso, para aprimorar o conhecimento e as informações sobre

empreendedorismo, finanças e mercado, além de auxiliar no desenvolvimento das características que compõem o perfil empreendedor.

As simulações de situações reais que são apresentadas têm o propósito de mostrar as formas de agir de cada pessoa, e quais as alternativas de solução encontradas em cada circunstância. Por trás dessas situações são apresentados os conteúdos, que variam a cada capítulo.

O primeiro deles fala sobre o que é ser um empreendedor, as suas características, enfatizando os aspectos comportamentais indispensáveis para o sucesso em qualquer negócio.

O capítulo seguinte trabalha as informações sobre Mercado – concorrente, consumidor, fornecedor -, destacando a importância desse conhecimento para a sobrevivência da empresa. Os 4 Ps do marketing são apresentados a seguir, destacando a importância de cada um deles – Produto, Preço, Ponto e Promoção.

Os números da empresa são trabalhados em um programa específico. Nele é feito um estudo sobre custo, despesa e investimento, que conduz a outro programa sobre a determinação do ponto de equilíbrio, levando, como consequência, ao resultado do negócio – lucro ou prejuízo. Não faltam, também, as informações sobre capital de giro e fluxo de caixa, importantes para o gerenciamento de um pequeno empreendimento. Importante destacar que todas essas informações são apresentadas no desenrolar da trama, ambientada no mercadinho da família, que é o centro da história, envolvendo uma série de personagens secundários, que têm ou aspiram ser proprietários de um pequeno negócio.

Esta série, em seu primeiro ano de veiculação, segundo os padrões de audiência no horário, alcançou cerca de um milhão de pessoas em todo o país¹¹, sendo que duzentas mil delas inscreveram-se no Sebrae por uma central telefônica 0800 colocada à disposição, para receber o material impresso gratuito (cartilha) pelo correio.

Na linha do trabalho coletivo, após essa série do Aprender a Empreender, foi lançado o programa Juntos Somos Fortes. Trata-se de um curso para quem quer trabalhar de forma coletiva, montando seu negócio com um grupo de amigos ou pessoas de sua comunidade. É destinado, portanto, às pessoas que tenham ou desejam abrir um negócio coletivo. Foi

¹¹ Dados do SEBRAE Nacional, Unidade de Capacitação Empresarial

desenvolvido em 2003, em parceria com o canal Futura. Ao todo o programa é composto de cinco capítulos, com duração de 18 minutos cada, e apresenta os seguintes temas:

- Importante é cooperar
- Tá na rede é peixe
- Remover as pedras do caminho
- Parceiros pra valer
- Vamos administrar juntos

Uma série de outros títulos, com durações variáveis, foi lançada em seguida, sempre com esse propósito de disseminar a cultura do empreendedorismo. É o caso da série Hora de Mudar, criada em 2004 também em parceria com o Canal Futura, que é composto de 43 interprogramas de um minuto e trinta segundos de duração. São experiências de vários estados do Brasil e cada vídeo mostra a situação em que uma empresa apresentava problemas e como obteve mudanças substanciais após a adoção de práticas corretas de gerenciamento.

Outra série de programas é o Parcerias de Sucesso, também desenvolvido em 2004. Trata-se de vídeos sobre casos de sucesso, voltados para a população de baixa renda, mostrando a necessidade de engajamento da população para a busca de soluções para problemas comuns. Os vídeos mostram depoimentos sobre a percepção do trabalho em equipe, do associativismo e do que isso pode gerar de benefícios para as pessoas e como este processo de transformação e a construção da visão empreendedora estão ocorrendo nestas comunidades. Ao todo são 13 vídeos, com duração de 24 minutos cada.

A mais recente dessas séries é a Negócios & Soluções, desenvolvida numa parceria entre o Sebrae São Paulo e a TV Cultura, com a proposta de ser um programa dinâmico e leve para tratar do mundo dos pequenos negócios. Trata-se de uma revista eletrônica que contempla diversos temas importantes para os que já estão empreendendo e também para aqueles que pensam em iniciar-se na atividade empresarial. Os assuntos abordados em cada programa dizem respeito à gestão do ambiente de negócios da pequena empresa no país, utilizando-se do recurso testemunhal – que alcança o nível afetivo da aprendizagem - em que vários empreendedores mostram seus problemas e conquistas no gerenciamento dos seus negócios.

São exibidas também reportagens especiais e debates com especialistas. Ao todo essa série é composta de 24 programas de 25 minutos de duração cada.

Pelo alcance do meio televisivo, muito popular entre todas as camadas da população, sem distinção de classe, as informações disseminadas por todas essas séries, que são estimuladoras tanto para a abertura como para a manutenção de negócios, fortalecendo o lado empreendedor das pessoas, em muito têm contribuído na construção do aprendizado para empreender entre jovens e adultos.

Vale ressaltar que, além de programa específico que cuida do estímulo ao associativismo, como é o caso do Juntos Somos Fortes, em todas as outras séries apresentadas, associado ao caráter empreendedor das ações desenvolvidas, há um grande estímulo à formação da cultura da cooperação. Esse caminho alternativo possível pode ser trilhado, desde que se estimulem as atividades dentro do conceito da economia solidária, pelas normas do comércio justo, e muitas outras ações aglutinadoras que privilegiam o pequeno, e que fogem aos padrões econômicos aprisionados pelas leis de mercado, conforme já foi evidenciado.

Do mesmo modo que acontece em relação ao programa de rádio, não há para todos os estados da federação índices reais de audiência dos programas televisivos que fazem parte das ações educacionais do Sebrae. Aqui também se sabe muito mais do potencial de alcance das ações do que a medida exata dos números efetivamente alcançados. O estímulo ao cadastramento das pessoas que assistem aos programas permitirá que se tenha informações que ajudem a avaliar a efetividade das ações de ensino a distância que são ofertados por essa mídia.

Toda esta série de programas encontra-se à disposição dos canais de TV Educativa, bem como das emissoras ligadas aos parlamentos, para a exibição, esperando-se assim uma divulgação mais ampla entre a população, potencializando os seus efeitos na disseminação da cultura empreendedora.

Em relação aos programas televisivos que se constituem em fartos conteúdos prontos para serem veiculados, a grande maioria deles tem a vantagem de serem atemporais, não se desatualizando, portanto, em curto espaço de tempo, a informação que é apresentada. Em geral a exibição inicial desses programas se dá na TV Globo e no canal Futura, devido à

parceria na elaboração com a Fundação Roberto Marinho, mas veiculações posteriores são permitidas, sem nenhuma restrição.

Observa-se, no entanto, que os esforços até então desenvolvidos para que canais de TV Educativa ou Universitárias e os ligados aos Poderes Legislativos estaduais e municipais coloquem esses programas em suas grades de programação, não têm sido bem sucedidos. Convém uma ação mais abrangente, inter institucional, e de apelo nacional, para que esse conteúdo, comprovadamente de excelente nível, possa ter ampliado o seu raio de alcance entre a população de jovens e adultos. Isso em muito contribuirá na disseminação da cultura do empreendedorismo.

4.5. O Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação a Distância, pelo Sebrae – Internet

No propósito de difundir a cultura do empreendedorismo, ampliando essa possibilidade do aprendizado do Aprender a Empreender, com o uso dos mais diversos meios, natural que a internet também fosse utilizada como recurso para essa disseminação. *“Os cursos pela internet fazem parte da estratégia de Educação Sebrae, que tem como propósito o desenvolvimento de competências que atendam às necessidades da sociedade e da formação do empreendedor”.*

Assim é que se iniciou uma política de transposição de linguagem para esse meio, de cursos que já eram trabalhados, quase todos eles, na forma presencial. Aqui, o conceito de aprender sozinho, no lugar em que quiser, à hora mais conveniente para si, e no tempo disponível, segundo o ritmo de cada um, é observado a fundo nesse meio utilizado para o aprendizado.

Trata-se, portanto, de “um aprendizado sem fronteiras, no momento de conveniência do aluno e com informações importantes para quem já tem ou pensa em iniciar um negócio” (SEBRAE, 2008, p.15).

Ao todo são encontrados hoje, disponíveis na internet, a custo zero para o participante, cinco cursos a distância: Aprender a Empreender, Iniciando um Pequeno Grande Negócio, Análise e Planejamento Financeiro, Como Vender Mais e Melhor e D-olho na Qualidade : 5 Ss para os

Pequenos Negócios. Cada um deles trata de um tema específico e com a sua importância determinante ao momento em que a pessoa vive, seja como pleiteante a se tornar um empreendedor, seja ao que já está estabelecido como proprietário de um pequeno negócio. Desde 2001, início da oferta dessas ações educacionais a distância, “mais de 850 mil pessoas passaram por esses cinco cursos oferecidos pelo Sebrae via internet”. (SEBRAE, 2008, p.7). A seguir são apresentadas essas diversas ações.

4.5.1. Aprender A Empreender

O primeiro desses produtos foi a Aprender a Empreender, inicialmente apresentado na versão televisiva, que é, simbolicamente, até pela denominação que tem, o que traduz o empenho dessa disseminação da cultura do empreendedorismo, com a forte associação com os pilares do conhecimento difundidos pela UNESCO.

Trata-se de uma solução educacional que oferece a oportunidade para interagir com conceitos básicos de empreendedorismo, mercado e finanças, sendo destinado a três diferentes públicos:

- O que pretende iniciar seu próprio negócio, que busca noções básicas de como gerir um empreendimento;
- quem já tem um pequeno negócio e quer iniciar sua capacitação em empreendedorismo; ou
- quem precisa repensar o seu empreendimento. (SEBRAE, 2008)

O limite para concluir o curso é de 30 dias, sendo que nesse período o participante determina o seu ritmo de estudo. O curso tem uma carga horária equivalente a dezesseis horas presenciais.

4.5.2. Iniciando Um Pequeno Grande Negócio

O título seguinte, Iniciando um Pequeno Grande Negócio, oferece ao participante a oportunidade de aprimorar conhecimentos conceituais, técnicos e instrumentais para o planejamento de um novo negócio. O educando poderá, a partir das informações ali trabalhadas, construir um roteiro com os principais aspectos a serem considerados no

planejamento e abertura de um negócio. Tem equivalência a um curso presencial de 30 horas aula, e o tempo máximo para a sua conclusão é de 60 dias. (SEBRAE, 2008)

4.5.3. Análise e Planejamento Financeiro

O curso Análise e Planejamento Financeiro é voltado para empresários de pequenos negócios que desejam projetar estratégias empresariais a partir da análise financeira do seu empreendimento. O objetivo dessa ação educacional é desenvolver no participante a competência de analisar e projetar estratégias empresariais a partir de informações financeiras. A sua carga horária equivale à de um curso presencial com 15 horas de duração, e o seu período de estudo deve ser completado em 30 dias. (SEBRAE, 2008)

4.5.4. Como Vender Mais E Melhor

Tendo como objetivo desenvolver no participante a competência para construir um modelo de gestão de vendas a partir do planejamento e ação comercial da empresa, o curso Como Vender Mais e Melhor – mais um dos títulos - é destinado a empresários de pequenos negócios que querem aumentar suas vendas. O tempo que se exige para a conclusão dos estudos é de 30 dias e tem, como o anterior, a equivalência com um curso de 15 horas presenciais. (SEBRAE, 2008)

4.5.5. D-Olho Na Qualidade

O mais recente dos títulos transpostos para esse meio, é o D-Olho na Qualidade: 5 Ss para os Pequenos Negócios, um dos mais demandados em cursos presenciais, que faz parte do Programa Sebrae de Qualidade. O seu objetivo é desenvolver condições para que o educando conheça e pratique o método D-Olho (Descarte, Organização, Limpeza, Higiene e Ordem mantida) a fim de implementá-lo em seu negócio, trazendo novos hábitos para o desenvolvimento do trabalho diário das pessoas, melhorando o bem estar físico, mental e social de todos.

São esses os títulos que compõem atualmente o portfólio de cursos a distância pela via internet. Juntos compõem uma série de ações de capacitação empreendedora, e que contribuem para a disseminação, por meios diversos, alcançando o (a) empreendedor(a), ou (o) a pretendente a sê-lo, a partir dos mais diversos canais de comunicação. Seja pela TV, pelo rádio ou via internet, a difusão dessas informações, qual uma grande rede, vai alcançando as pessoas nas mais diversas situações, de modo que um grande número delas possa ser atingida e que tome, então, contato com a cultura do empreendedorismo desenvolvendo, como se espera, o aprendizado para empreender.

Como resultado do alcance dessas soluções educacionais via internet quase dez anos após o lançamento da primeira ação – o Aprender a Empreender – as estatísticas feitas pela Instituição registram que só agora esses números se aproximam do primeiro milhão. Considerando-se que essa modalidade via internet, pelo controle que propicia dos dados de participantes, é a que melhor permite um acompanhamento real das transformações geradas por cada uma dessas ações oferecidas, deve-se investir mais recursos na divulgação delas, para que esse número seja amplificado e assim se possa ter elementos de avaliação mais concretos dessas ações.

Os conteúdos diversos apresentados nas diferentes ações educacionais, em quaisquer dos meios nos quais são veiculados, trazem informações que constroem e fortalecem o aprendizado voltado para o empreendedorismo de jovens e adultos, tanto para aqueles que já são possuidores de um negócio, como para os potenciais empreendedores.

O *Aprender a Empreender*, tido nesse trabalho como um pilar essencial na formação de jovens e adultos, na cultura do empreendedorismo, edifica-se com o aprendizado desses conteúdos. Quaisquer que sejam então os meios, variando do rádio, à TV, material impresso ou internet, isolados ou de maneira combinada, de forma a promover a complementariedade das ações, têm a sua contribuição para o encaminhamento do jovem ou adulto em direção à Educação Empreendedora.

Todas essas ações educacionais a distância, que se juntam aos diversos itens da Matriz de Soluções Educacionais do Sebrae, constituídos em quase sua totalidade de cursos realizados no modelo presencial, compõem a grade de conhecimentos cujo conteúdo básico é o empreendedorismo. É a partir delas que se dá a contribuição do Sebrae para conformar, entre

jovens e adultos, a mentalidade e a capacidade empreendedora. Não apenas entre aqueles que enveredarão pelos caminhos de criarem e administrarem um empreendimento, como também para os que, mesmo empregados, possam adotar uma postura empreendedora diante dos desafios que se apresentam.

4.6. Análise de Resultados

O empenho do Sebrae em difundir a Educação Empreendedora utilizando essas diversas ações educacionais é decorrência da sua missão de *“promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo”*(SEBRAE, 1999). Para que os termos chave aí encontrados, *competitividade, desenvolvimento sustentável e empreendedorismo*, se tornem realidade no universo dos empreendedores atuais e futuros, é imperativa a existência de ensinamentos e aprendizados associados à criação e gerenciamento de negócios. Tais elementos estão presentes na Educação Empreendedora desenvolvida pelo Sebrae a partir da oferta de capacitações diversas, voltadas para esse fim.

O fato é que empresas competitivas e desenvolvendo-se sustentavelmente ampliam consideravelmente os seus índices de sobrevivência. O registro que se tem do ano 2002, em pesquisa realizada pelo Sebrae, é de que ao final do segundo ano de criadas, cerca de cinquenta por cento das empresas constituídas (49,4%) (SEBRAE, 2007), deixam de existir. Além da perda de natureza econômica, ocasionadas pelo desaparecimento de uma unidade produtiva geradora de impostos, associado a essa extinção há também os problemas de ordem social que são criados em função do número de pessoas que são desempregadas. A existência do Sebrae como Instituição de fortalecimento aos pequenos negócios e de apoio aos que estão por surgir, respalda-se no sucesso em sua ação de contribuir para a longevidade desses empreendimentos.

Mesmo atuando em vários campos, o que mais sobressai do trabalho da organização é a Educação Empreendedora, na qual são concentrados esforços com a oferta de ações educacionais diversas, para a formação de pessoas, entre jovens e adultos, aptos a começar e gerir adequadamente os pequenos negócios por eles criados.

A equação proposta pela “*reinvenção do Sebrae*”, associada ao direcionamento estratégico 1999-2000, era como alcançar de maneira eficaz, os milhões de empreendedores, atuais ou futuros, carentes daquelas informações voltadas para a condução de pequenos negócios.

Com o citado direcionamento estratégico “o Sebrae se viu confrontado com o desafio de mexer na sua estratégia de atuação, colocando-se em um novo patamar de realização, compatível com o potencial de contribuição dos pequenos negócios ao desenvolvimento do país e ao bem estar da população”(SEBRAE,1999). O aludido documento preconizava o atendimento aos milhões de empreendedores existentes e potenciais, ampliando significativamente as ações de Educação Empreendedora do Sebrae.

Mesmo já existindo há mais de trinta anos, foi somente no ano 2000 que o Sebrae deu início a ações sistematizadas de Educação Empreendedora dirigidas a um grande contingente de pessoas. Até então as ações disponíveis eram voltadas para um público diminuto, encerradas em salas de aulas, que alcançavam o número máximo de 30 pessoas por turma.

Uma experiência anterior, no final dos anos 80, com um programa de rádio que fazia parte do que se chamava Projeto Mercúrio - Programa de treinamento por rádio para pequenos proprietários de empresas comerciais – não teve grandes repercussões, mas serviu como embrião para as ações futuras de educação massificadas. Tratava-se de um trabalho desenvolvido de maneira incipiente, uma vez que não cobria todo o país, nem havia uma direção única que orientasse a sua divulgação nos diversos estados, como veio ocorrer posteriormente com as diversas ações de educação que passaram a ser ofertadas.

Com o lançamento do Desafio Sebrae, em 2000, as ações massivas de Educação Empreendedora tiveram início. Tal ação é dirigida ao público universitário, que em função das mudanças ocorridas no mundo do trabalho, passa a ser visto como um potencial empreendedor. Ao Desafio Sebrae se seguiram nos anos seguintes diversos programas de televisão, entre os quais o Aprender a Empreender, em parceria com a Fundação Roberto Marinho, o programa de rádio A Gente Sabe, A Gente Faz, em parceria com a ABED – Associação Brasileira de Ensino a Distância, e as ações de capacitação pela internet. A oferta de todos esses produtos deu-se de forma sistematizada, numa ação de sistema, com atuação padronizada, fazendo com que a Educação Empreendedora patrocinada pelo Sebrae, se expandisse, com as diversas mídias, chegando a todo o país.

Agindo dessa forma no oferecimento sistemático de ações de capacitação empreendedora, o Sebrae também cuidou de acompanhar a evolução dos índices de mortalidade/sobrevivência das empresas, a partir do momento em que as ações de capacitação massificadas começaram a ser oferecidas.

Há que se considerar inicialmente – e este é um registro importante – os rumos da economia brasileira a partir da implementação do plano real (1995-1999), que manteve a economia do País estável, com o controle da inflação. Esse é um ambiente que favorece o surgimento e manutenção das empresas, por um lado, mas exigindo delas, em contrapartida, uma maior profissionalização na gestão, para tornarem-se mais competitivas e assim sobreviverem.

Duas pesquisas, a primeira realizada em 2004 e conduzida pela Fundação Universidade de Brasília – FUBRA, e a segunda em 2007, comandada pelo Sebrae e pela Vox Populi, servem de referência para algumas considerações apresentadas a seguir.

A primeira dessas pesquisas é Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil – 2000, 2001 e 2002, e a segunda é Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil – 2003-2005.

O sumário executivo da primeira pesquisa revela que se trata de uma investigação nacional feita

no primeiro trimestre de 2004, para a avaliação das taxas de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras e os fatores causais da mortalidade, consolidadas para o Brasil e as cinco regiões, referentes às empresas constituídas e registradas nos anos de 2000, 2001 e 2002, com base em dados cadastrais das Juntas Comerciais Estaduais. (SEBRAE, 2004, p.11)

Em relação à segunda pesquisa é feito o registro de que

no primeiro semestre de 2007 o Sebrae realizou a pesquisa nacional para a avaliação das taxas de sobrevivência e de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras, bem como apurar quais os seus fatores condicionantes. ... As amostras foram calculadas com base em dados cadastrais da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), do Cadastro Central de Empresas do IBGE (Cempre), do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) da Receita Federal e das Juntas Comerciais Estaduais. (SEBRAE, 2007, p.12)

A diferença nas duas investigações está em que nesta foram analisados também os dados relativos às micro e pequenas empresas por unidades da federação, o que na pesquisa anterior estava restrito às regiões geográficas e ao país.

Quadro 1 – Taxas de sobrevivência

Anos de existência das empresas	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2002-2000)	Taxa de sobrevivência (A)	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2005- 2003)	Taxa de sobrevivência (B)	Varição da taxa de sobrevivência (B-A)
Até 2 anos	2002	50,6%	2005	78,0%	+ 27,4%
Até 3 anos	2001	43,6%	2004	68,7%	+ 25,1%
Até 4 anos	2000	40,1%	2003	64,1%	+ 24,0%

Fonte: Sebrae

Quadro 2 – Taxas de mortalidade

Anos de existência das empresas	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2002-2000)	Taxa de mortalidade (A)	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2005-2003)	Taxa de mortalidade (B)	Varição da taxa de mortalidade (B-A)
Até 2 anos	2002	49,4%	2005	22,0%	- 27,4%
Até 3 anos	2001	56,4%	2004	31,3%	-25,1%
Até 4 anos	2000	59,9%	2003	35,9%	-24,0%

Fonte: Sebrae

Os quadros apresentados acima mostram as taxas de sobrevivência e mortalidade consolidadas para o Brasil, das empresas constituídas no período de 2000 a 2005. Como a pesquisa de 2007 engloba os registros da investigação de 2004, optou-se por apresentar a tabela do documento mais recente, uma vez que ele abarca os resultados da pesquisa anterior.

Pelos dados apresentados vê-se que a taxa de sobrevivência das empresas evoluiu de 50,6% ao final do segundo ano (empresas criadas em 2002) para 78% relativas às empresas criadas em 2005 e investigadas em 2007. Como assinala a pesquisa, “o percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive pelo menos dois anos passou de 50,6% em 2002 para 78% em 2005, ou seja, 27,4% a mais de micro e pequenas empresas permanecem em atividade”. (SEBRAE, 2007, p.14) Optou-se pela análise das empresas após o segundo ano do seu surgimento, pois este é reconhecido como o período crucial para a sobrevivência de empreendimentos.

Por conseqüência, em sentido oposto, como assinala o quadro 2, os números de mortalidade das empresas mostram-se decrescentes, caindo no mesmo período analisado acima, (2002-2005), de 49,4% para 22% ao final do segundo ano.

A análise elaborada a partir desses dados apresentada no documento de 2007, afirma que *“pode-se atribuir esse resultado a dois importantes fatores: a maior qualidade empresarial e a melhoria do ambiente econômico”*. (SEBRAE, 2007, p.14)

Em relação ao ambiente econômico, o estudo adianta que *“a redução e o controle da inflação, a gradativa diminuição das taxas de juros, o aumento do crédito para pessoas físicas e o aumento do consumo, especialmente das classes C, D e E, propiciaram um período favorável ao desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil”*. (SEBRAE, 2007, p.14)

O outro fator considerado importante na elevação do índice de sobrevivência das empresas – a maior qualidade empresarial – pode ser analisado à luz das informações trazidas pelas pesquisas. Tanto a de 2004 como a 2007, analisam os fatores de sucesso bem como as causas do fechamento das empresas.

Segundo o primeiro estudo, *“para o melhor entendimento, os fatores de sucesso apontados pelos empresários foram agrupados segundo três características comuns: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; e 3) logística operacional”*. (SEBRAE, 2004, p.12)

Ainda segundo a pesquisa em análise, *“os dois primeiros fatores apontados integram as chamadas Habilidades Gerenciais, que refletem a preparação do empresário para interagir com o mercado em que atua e a competência para bem conduzir o seu negócio”*. (SEBRAE, 2004, p.12)

Quadro 3 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as Habilidades Gerenciais

Categoria	Fatores de Sucesso	Percentual de Empresários
Habilidades Gerenciais	Bom conhecimento do mercado onde atua	49%
	Boa estratégia de vendas	48%

Obs.: A questão admitia respostas múltiplas.

Fonte : Sebrae

Dentre as habilidades gerenciais destacadas, as duas que mais se sobressaíram nas indicações dos empresários sobre os condicionantes de sucesso nos negócios foram “*bom conhecimento do mercado em que atua*” (49% dos empresários) e “*boa estratégia de vendas*” (48% deles) (Quadro 3). Esses números

indicam que para se obter sucesso nas vendas, o empresário deve ter bom conhecimento do mercado, que pode ser traduzido em alguns aspectos fundamentais da condução dos negócios, como, por exemplo, conhecer a clientela potencial e quais produtos eles procuram, avaliar e procurar as melhores fontes para a aquisição dos bens para a formação do estoque da empresa, entre outros. Ademais, como indica o segundo fator, o empresário deve ter conhecimentos sobre a melhor forma de colocar os produtos à venda, envolvendo diversos quesitos, como a definição de preços de comercialização compatíveis com o perfil do mercado estratégias de promoções das mercadorias e serviços, marketing etc. (SEBRAE, 2004, p.12 e 13)

O segundo conjunto de fatores, a capacidade empreendedora, forma um grupo de atributos que destaca a criatividade, a perseverança e a coragem de assumir riscos no negócio, conforme a Quadro 4.

Os fatores de sucesso nessa categoria refletem a disposição e a capacidade empresarial para comandar o empreendimento, permitindo, por meio de habilidades naturais, descobrir as melhores oportunidades de negócios, assumir os riscos envolvidos no investimento de recursos financeiros e humanos em uma nova empresa e conduzir os negócios em meio a adversidades e dificuldades que surgem no dia a dia empresarial. As habilidades relativas à capacidade empreendedora não podem ser adquiridas, sendo possível, contudo, seu aprimoramento com novos conhecimentos e técnicas de liderança e de gestão. (SEBRAE, 2004, p.13)

Quadro 4 - Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Capacidade Empreendedora

Categoria	Fatores de Sucesso	Percentual de Empresários
Capacidade Empreendedora	Criatividade do empresário	31%
	Aproveitamento das oportunidades de negócios	29%
	Empresário com perseverança	28%
	Capacidade de liderança	25%

Obs. A questão admitia respostas múltiplas.

Fonte: Sebrae

A logística empresarial é o terceiro conjunto de fatores que os empresários apontam como determinantes do sucesso para um empreendimento. É este conjunto que fornece as bases para a criação, sustentação e crescimento da atividade empresarial. (Quadro 5)

Quadro 5 - Fatores condicionantes de sucesso, segundo a logística empresarial

Categoria	Fatores de Sucesso	Percentual de Empresários
Logística Operacional	Escolha de um bom administrador	31%
	Uso de capital próprio	29%
	Reinvestimento dos lucros na empresa	23%
	Acesso a novas tecnologias	17%

Obs.: A questão admitia respostas múltiplas.

Fonte: Sebrae

Os pontos indicados representam a capacidade do empresário de utilizar de forma eficiente alguns dos mais importantes fatores de produção utilizados na atividade empresarial, ou seja, o capital, o trabalho especializado, e recursos tecnológicos disponíveis, reunindo-os na atividade produtiva ou comercial da empresa para a obtenção dos melhores resultados (SEBRAE, 2004, p.14)

Verifica-se, portanto, que as habilidades gerenciais que englobam o “*bom conhecimento do mercado onde atua*” e a “*boa estratégia de vendas*”, sobressaem-se entre os fatores

condicionantes do sucesso empresarial, seguidas pela capacidade empreendedora e pela logística empresarial.

Já em relação às causas do fechamento das empresas,

na opinião dos empresários que encerraram as atividades, conforme se observa no quadro 6, encontram-se em primeiro lugar entre as causas do fracasso questões relacionadas a falhas gerenciais na condução dos negócios, expressas nas razões: falta de capital de giro (indicando descontrole de fluxo de caixa), problemas financeiros (situação de alto endividamento), ponto inadequado (falhas no planejamento inicial) e a falta de conhecimentos gerenciais. (SEBRAE, 2004, p. 14)

Quadro 6 - Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas

Categorias	Ranking	Dificuldades/Razões	Percentual de Empresários que Responderam
Falhas Gerenciais	1º	Falta de capital de giro	42%
	3º	Problemas financeiros	21%
	8º	Ponto / local inadequado	8%
	9º	Falta de conhecimentos gerenciais	7%

Fonte: Sebrae

Os dados da pesquisa permitem concluir que entre as micro e pequenas empresas constituídas entre os anos de 2000 e 2003, as causas da alta mortalidade até então existentes, estão fortemente relacionadas às falhas gerenciais na condução dos negócios. Essas falhas estão relacionadas *“à falta de planejamento na abertura do negócio, levando o empresário a não avaliar de forma correta, previamente, dados importantes para o sucesso do empreendimento, como a existência de concorrência nas proximidades do ponto escolhido, a presença potencial de consumidores, dentre outros fatores”*.(SEBRAE, 2004, p.16)

No segundo estudo analisado, relativo ao período 2003-2005, na apreciação dos fatores de sucesso apontados pelos (as) empresários (as) como responsáveis pela continuidade da empresas, seguiu-se o mesmo padrão da pesquisa anterior, dividindo-as nas categorias: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; e 3) logística empresarial.

A preparação do empresário para interagir com o mercado de sua atuação e a capacidade de bem conduzir o seu negócio estão expressos no grupo das chamadas habilidades gerenciais, explicitadas no quadro 7.

Quadro 7 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial segundo as habilidades gerenciais

Percentual de empresários					
Habilidades gerenciais	Status	2005	2004	2003	2002-2000
Bom conhecimento do mercado onde atua	ativas	53	52	52	49
	extintas	56	39	45	
Boa estratégia de vendas	ativas	53	53	46	48
	extintas	50	55	50	

Obs.: cada entrevistado podia dar várias respostas

Fonte: Sebrae

Observe-se que em comparação como o estudo anterior (2000-2002) houve um acréscimo médio de três pontos percentuais no item “*bom conhecimento do mercado onde atua*”, indicando um maior preparo dos (as) empreendedores (as) nesse aspecto. Já em relação a “*boa estratégia de vendas*”, nos dois últimos anos de abrangência do estudo observa-se nesse item um crescimento percentual de cinco pontos.

Para os empresários das empresas ativas, é necessário ter bom conhecimento do mercado em que atua, o que pode ser traduzido como, por exemplo, conhecer sua clientela potencial, seus hábitos e costumes, a fim de identificar os produtos que ela deseja adquirir, bem como as melhores fontes para aquisição de produtos e/ou insumos para a manutenção de seu estoque, dentre outros. (SEBRAE, 2007, p.33)

A segunda categoria explicativa, na visão dos (as) empresários (as), do sucesso na atividade empresarial - a capacidade empreendedora - envolve criatividade, perseverança e a coragem de assumir riscos no negócio (Quadro 8). Tais habilidades podem ser aprimoradas com novos conhecimentos e técnicas de liderança e de gestão.

Quadro 8 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial segundo a capacidade empreendedora

Capacidade empreendedora	Percentual de empresários				
	Status	2005	2004	2003	2002-2000
Criatividade do empresário	ativas	44	45	42	31
	extintas	40	34	40	
Empresário com persistência/perseverança	ativas	46	44	42	28
	extintas	38	37	42	
Aproveitamento das oportunidades de negócio	ativas	34	37	34	29
	extintas	28	41	34	
Capacidade de liderança do empresário	ativas	23	26	21	25
	extintas	20	22	24	
Capacidade do empresário para assumir riscos	ativas	24	23	22	-
	extintas	23	27	27	

Obs.: cada entrevistado podia dar várias respostas.

Fonte: Sebrae

Observe-se que os fatores mais destacados pelos empresários – persistência e perseverança, criatividade e aproveitamento das oportunidades de negócios – aparecem nessa segunda pesquisa com números muito superiores aos identificados no estudo anterior.

A última categoria que associa os fatores de sucesso apontados pelos empresários é a classificada como logística empresarial (Quadro 9). Esse conjunto

fornece as bases para a criação, a sustentação e o crescimento da atividade empresarial e representa a capacidade do empresário de utilizar de forma eficiente os fatores de produção, tais como: o capital, o trabalho especializado, recursos tecnológicos disponíveis, reunindo-os na atividade produtiva ou comercial da empresa para a obtenção dos melhores resultados. (SEBRAE, 2007, p.34)

A análise das duas pesquisas mostra o crescimento em torno de dez pontos percentuais do período 2000-2002 para os anos 2003, 2004 e 2005, em todos os itens analisados: escolha de um bom administrador, uso de capital próprio, reinvestimento dos lucros na empresa e acesso a novas tecnologias.

Quadro 15 - Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Logística Operacional

Percentual de empresários					
Logística operacional	Status	2005	2004	2003	2002-2000
Escolha de um bom administrador	ativas	46	49	48	31
	extintas	55	50	55	
Uso de capital próprio	ativas	37	37	33	29
	extintas	44	51	47	
Reinvestimento dos lucros na empresa	ativas	33	32	28	23
	extintas	24	23	22	
Acesso a novas tecnologias	ativas	27	29	29	17
	extintas	22	21	19	
Terceirização das atividades por meio das empresas	ativas	5	6	5	
	extintas	4	6	5	

Obs.: cada entrevistado podia dar várias respostas.

Fonte: Sebrae

Em síntese, na visão dos empresários pesquisados,

o alcance de bons resultados está alicerçado em ter bom conhecimento do mercado em que atua; boa estratégia de vendas; persistência, perseverança e criatividade; bom administrador e buscar o uso de capital próprio. É imperioso, para a boa condução do negócio, deter conhecimento das áreas de planejamento, organização empresarial, vendas e recursos humanos. (SEBRAE, 2007, p.35)

De maneira semelhante aos grupos habilidades gerenciais e capacidade empreendedora, houve também em relação à logística empresarial um crescimento percentual nas respostas dos (as) empresários (as), evidenciando a importância atribuída a esse grupo.

Observa-se aqui, pelos resultados das respostas às três categorias de fatores considerados importantes para o sucesso empresarial, que as habilidades gerenciais continuam em destaque e, diferentemente dos números da pesquisa relativa aos anos 2000-2002, passa a haver no estudo mais recente, uma pequena prevalência da logística empresarial sobre a capacidade empreendedora.

A constatação que se faz após a análise das duas pesquisas que cobrem os anos de 2002 a 2005, considerados esses anos como datas de constituição das empresas, é que houve uma melhoria sensível nos índices de sobrevivência dos empreendimentos, que saltou de 50,6 % para 78%, no período de realização dos estudos.

Há um fato importante a se destacar desses números: a coincidência entre o período coberto pelas pesquisas e o início e ampliação da oferta, pelo Sebrae, de diversas ações de ensino a distância disponibilizadas em mídias diversas, como TV, rádio e internet. Embora tais números sugiram apenas um sinal, não sendo possível estabelecer uma correlação entre esses

fatos sem a realização de estudos mais acurados, envolvendo pesquisa de campo, trata-se de um dado que não pode deixar de ser considerado.

Com essas ações sendo oferecidas, e algumas vezes coincidindo o seu período de veiculação, o alcance do público se potencializa, uma vez que cobre, pelo raio de abrangência de cada um delas, uma população crescente de jovens e adultos. A TV, por exemplo, cuja penetração não se dá apenas nas zonas urbanas, uma vez que as antenas parabólicas permitem que ela chegue aos mais distantes rincões do país; o rádio, que pela sua característica de difusão, avança pelas áreas rurais dispensando até mesmo a energia elétrica; e a internet, fenômeno mais recente, com características mais citadinas, mas que com o aumento de consumo proporcionado pelas boas condições da economia, já alcança mais de 40 milhões de pessoas. Apenas na classe C já são 6 milhões os que acessam essa rede internacional de comunicação. (SEBRAE, 2008)

Destaque-se ainda que no período de 2000 a 2003, série histórica em que foi realizada a primeira pesquisa, o Sebrae era demandado em busca de serviços de capacitação, informação ou consultoria, por 4% dos empreendedores do país. No estudo recente, 2003-2005, esse índice quintuplicou, alcançando 20%. (SEBRAE, 2007, p.30)

Observa-se que nesses anos os dados relativos aos fatores condicionantes de sucesso nas micro e pequenas empresas, descritos pelos próprios empresários, revelaram tanto em relação às habilidades gerenciais, capacidade empreendedora como logística empresarial, um aumento que varia entre 20 e 58%.

Considere-se que as ações educacionais oferecidas, tanto as da internet como os programas de rádio ou de TV, além de trazerem em seus conteúdos temas associados ao gerenciamento de um pequeno negócio, apresentam também exemplos de casos bem sucedidos na condução de empreendimentos – que servem como modelos - e na resolução cooperativa de problemas comuns à atividade empresarial.

As informações sobre empreendedorismo, mercado, qualidade, finanças, vendas, compras, entre outras, são assuntos presentes nas diversas soluções educacionais veiculadas nos meios listados acima, como se verificou na apresentação individual delas. Tais conteúdos resultam em conhecimentos que contribuem para o desenvolvimento das habilidades gerenciais, o aumento da capacidade empreendedora e de como lidar com a logística empresarial, aspectos

esses descritos pelos próprios empresários como fatores condicionantes do sucesso das Micro e Pequenas Empresas.

São esses conhecimentos presentes nas ações educacionais do Sebrae, que contribuem para a disseminação da cultura do empreendedorismo, tornando as pessoas mais aptas a conduzirem ou iniciarem os seus próprios negócios. Claro está que não se pode atribuir apenas a essas ações educacionais a observada redução crescente dos índices de mortalidade das empresas, e o conseqüente aumento dos índices de sobrevivência delas, uma vez que carece de pesquisas para confirmar essas informações.

A queda nos números do indicador negativo – mortalidade das empresas – associado ao que consta no Direcionamento Estratégico da Instituição (1999-2000) que estabelece a política de universalização do atendimento, trazendo, por conseqüência, as ações de Educação a Distância, apenas sugerem uma ligação. Esses números que passaram dos quase 50% (Quadro 2) registrados em 2002, para 22% (Quadro 2) em 2007, segundo pesquisa realizada naqueles anos, retratam o acréscimo no tempo de vida das empresas, com todos os benefícios sociais que essa longevidade traz. As próprias condições de estabilidade econômica vividas pelo Brasil no período, a retomada do crescimento do país, o avanço na legislação em favor dos pequenos negócios, sem dúvida que muito auxiliaram também para isso.

Com as ações de Educação Empreendedora oferecidas no período deste estudo, em todas as formas disponibilizadas, em meios e mídias diversos, coincidindo em alguns momentos a veiculação, é de se supor que tenha contribuído, em boa medida, para que esses resultados fossem alcançados. A conformação na população do aprendizado para empreender, é uma contribuição que pode ser creditada à educação não-formal oferecida pelo Sebrae, levadas a efeito por meio de suas ações educacionais com ênfase no empreendedorismo. No entanto, somente outros estudos envolvendo pesquisas diretas poderão, ou não, confirmar essas hipóteses.

5. Sábado Empreendedor – a contribuição do Sebrae para a Educação Empreendedora de Jovens e Adultos, na forma presencial

Os exemplos apresentados no capítulo anterior sobre a contribuição do Sebrae na Educação Empreendedora de Jovens e Adultos mostram as ações de capacitação que são geradas a partir dos programas de rádio, TV e internet. Esse conjunto de ofertas põe a Educação a Distância como principal veículo de difusão da Educação Empreendedora, escolhida pelo Sebrae como a forma de edificar, com a rapidez que ações desse tipo provocam, e a necessidade requer, o pilar do *Aprender a Empreender* entre a população brasileira de jovens e adultos.

Pela natureza dos instrumentos utilizados, diversos públicos são focalizados, de forma que a cobertura dessas ações seja a mais abrangente possível, alcançando o maior número de pessoas, universalizando, portanto, o atendimento ao empreendedor atual ou futuro. Assim, são contemplados homens e mulheres, jovens e adultos, moradores urbanos ou rurais, letrados ou iletrados, versados ou não em meios digitais. Trata-se, portanto, de uma educação para todos, na medida em que se intenta uma inclusão universal, a partir do uso desses diversos instrumentos de Educação a Distância que ampliam o atendimento, permitindo um alcance maior da população que se quer alcançar.

Além dessas ações “virtuais”, sem a presença da figura do facilitador para dirigir a aprendizagem, é desenvolvida uma outra modalidade de intervenção educacional que coloca frente a frente, o orientador da aprendizagem e o educando, com a apresentação de conteúdos relevantes de ações empreendedoras. É importante assinalar que não se trata apenas de uma mera capacitação empresarial, nos moldes como funcionavam os cursos até então ofertados pelo Sebrae em suas ações presenciais.

No ato de por em prática o que se chama internamente no Sebrae de Revolução do Atendimento, foi criada uma ação que envolve, pela sua natureza, o alcance, num mesmo dia, de um número de participantes que é contado às centenas.

Esta iniciativa é denominada Programa Sábado Empreendedor (SEBRAE, 2006), catalogada como uma experiência de educação não-formal, realizada pelo Sebrae Paraíba, desde 2004.

É importante assinalar a sintonia dessa ação com o programa de rádio – A Gente Sabe, A Gente Faz – o de televisão – Aprender a Empreender – e os via internet, funcionando na mesma época, promovendo a complementariedade das ações. Esta vinculação de propagação a partir do uso de meios e mídias diversos, cria um ambiente favorável para a difusão da cultura do empreendedorismo. Em síntese: não se trata de uma ação isolada e sim de uma série de movimentos que “deixam no ar” o clima empreendedor.

O objetivo do Sábado Empreendedor é difundir a cultura empreendedora a partir de eventos de capacitação baseados em informações, orientação empresarial, mobilização comunitária e aprendizagem coletiva, sobre práticas de produção e gestão de empreendimentos, alcançando comunidades de baixa renda. (SEBRAE, 2006)

Trata-se de uma estratégia de desenvolvimento empresarial baseada no conhecimento e no talento local, que leva em conta as características endógenas, econômicas, tecnológicas, sócio-culturais e ambientais (SEBRAE, 2006)¹².

Estrategicamente alinhado com os requisitos do desenvolvimento local, o Sábado Empreendedor abre alternativas para as comunidades, de forma que lhes agreguem valor e propiciem a criação/elevação da renda, a geração de novas possibilidades de trabalho e a dinamização da economia local.

Esse tipo de desenvolvimento, o local integrado e sustentável, é necessário quando se depara com o desafio de superação da pobreza. Trata-se de uma visão do desenvolvimento cada vez mais centrada nas pessoas e na ampliação de suas opções e capacidades (UNESCO, 2000). Para reforçar esse entendimento, convém observar o que diz a declaração da V Confintea em seu primeiro ponto:

Nós, participantes da “V Conferência Internacional sobre Educação de Adultos” reunidos na cidade de Hamburgo, reafirmamos que apenas o desenvolvimento centrado no ser humano e a existência de uma sociedade participativa, baseada no respeito integral aos direitos humanos, levarão a um desenvolvimento justo e sustentável. A efetiva participação de homens e mulheres em cada esfera da vida é

¹² Conforme o termo de referência do Sábado Empreendedor.

requisito fundamental para a humanidade sobreviver e enfrentar os desafios do futuro.

Para Augusto de Franco (2000, p.84), teórico reconhecido nacionalmente por seus estudos na área do DLIS (Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável) ,

a superação da pobreza não poderá se efetivar somente a partir de políticas compensatórias, ou seja, daquelas políticas voltadas para compensar as defasagens de inserção no processo de desenvolvimento produzidas pelo “modelo econômico” ou advindas de desvantagens grupais historicamente herdadas, como a apartação da cidadania dos afro-descendentes e a feminização da pobreza”.

Daí a importância de se trabalhar enfatizando o desenvolvimento local sustentável, que na elaboração de Franco (2000, p.71) significa “melhorar a vida das pessoas (desenvolvimento humano), de todas as pessoas (desenvolvimento social) das que estão vivas hoje e das que viverão amanhã (desenvolvimento sustentável)”.

O Sábado Empreendedor é desenvolvido de forma essencialmente participativa, respeitando a cultura e a realidade da comunidade, como também as experiências e conhecimentos acumulados pelos (as) participantes. Consiste num ciclo composto de palestras, oficinas, mini cursos e clínicas tecnológicas¹³, realizados durante um dia, beneficiando membros da comunidade local.

As atividades oferecidas nas oficinas são conduzidas por profissionais especializados (as) que orientam e capacitam os (as) participantes em torno de práticas e processos produtivos simples, e trabalhados de forma a facilitar a absorção do conhecimento, contando para isso com os conceitos de *andragogia*.¹⁴. Na conceituação de Knowles (1978) a *andragogia*, aqui entendida como Educação de Adultos, leva em conta os seguintes aspectos:

- desejo do jovem e adulto na aprendizagem;
- que eles aprendem somente o que sentem necessidade de aprender;
- que aprendem a fazer fazendo;

¹³ Orientações conduzidas por especialistas, dirigidas para a resolução de pequenos problemas de natureza tecnológico na elaboração de determinados produtos.

¹⁴ “O neologismo *andragogia*, claramente cunhado pelo modelo de *pedagogia* (dos termos gregos *aner*, *andros*, homem e *agoge*, ação de conduzir) foi proposto pela Unesco para designar a formação, ou educação, permanente. De 1972 para cá, circula também, em França, termo paralelo, *antropagogia*, designação do conjunto dos métodos e meios utilizáveis para instrução ou reciclagem de adultos. A introdução do termo é devida ao Conseil National du Patronat Français”(LEON,1977,p.4).

- que o aprendizado deve se centralizar em problemas e que esses devem ser reais;
- que a experiência afeta a sua aprendizagem;
- que eles aprendem melhor em ambiente informal;
- que uma variedade de técnicas de ensino deve ser utilizada para facilitar o aprendizado; e
- que os jovens e adultos buscam orientação e não notas (KNOWLES, 1978).

Tais princípios são observados na condução das atividades do Sábado Empreendedor.

Nas oficinas são oferecidas capacitações em áreas que variam desde a confecção de biscoitos, às estamparias em tecido e em seda, bijuterias, arte em meia de seda, maquiagem e depilação, corte e escova, embalagem para presentes, artes com jornais reciclados, reciclagem de papel, sabonetes artesanais, bijuterias com sementes, frutas ornamentais, pintura, pintura em tela, maquiagem e escovação, decoupage, empreendedorismo, marchetaria (madeira), artefatos em couro, velas ornamentais, arranjos natalinos, customização do vestuário, biscoitos e chocolates finos, decoração de bolos, fabricação de salgados, craquelê, macramê, serigrafia.

Essa grade de ofertas pode ser ampliada, ou mesmo algum evento único pode ser desenvolvido em uma determinada comunidade, desde que essa necessidade se apresente. A experiência de atuação com o programa desde 2004, associada ao impacto gerado nas comunidades em que se dá a sua introdução, é que vai permitindo a ampliação desse leque de ofertas, com a incorporação de novos temas e novos facilitadores às atividades.

Embora conte o Sebrae com essa grande possibilidade de oferta de oficinas, a escolha das que serão efetivamente trabalhadas em uma determinada comunidade/município, é definida em reuniões com a participação de lideranças locais. A ocorrência de determinadas oficinas tomando o lugar de outros títulos possíveis, não se trata, portanto, de uma imposição dos coordenadores da atividade. Leva-se em conta nessa decisão a potencialidade da região, a partir dos recursos existentes na localidade e passíveis de utilização como matéria prima, as carências por algum tipo de produto ou serviço que possa ser preenchida com essa oferta, bem como o interesse manifestado por alguma atividade específica, na fase de entendimentos para se levar o Sábado Empreendedor à região.

São todas realizações de natureza prática, que permitem aos (às) participantes um conhecimento que, associado à sua habilidade, podem ser transformados, pela atitude de cada um, em um pequeno negócio, gerador de renda. Segue a linha proposta por Muhammad Yunus, que reforça o princípio andragógico utilizado em suas ações, quando diz que “em tudo o que faço tento ser prático; acredito no “aprender fazendo” e me certifico sempre de estar avançando em direção a um objetivo social”. (YUNUS, 2000, p.263)

Praticidade da informação, atividades potenciais geradoras de negócios e de renda e integração por princípios andragógicos: estes são pilares de sustentação do Programa Sábado Empreendedor.

5.1 Facilitadores(as) Do Programa Sábado Empreendedor

A escolha dos (das) profissionais que ministram essas oficinas leva em conta inicialmente a sua competência técnica, aferida pela prática em determinada área de atuação. São pessoas, portanto, que têm um nome reconhecido na comunidade pelo trabalho que desenvolvem. Inicialmente é dada a preferência por moradores (as) da própria comunidade, que conheçam as potencialidades e a realidade da região em que vivem. Não sendo possível utilizar profissionais do município recorre-se a pessoas das regiões próximas, que também fazem parte do catálogo de facilitadores do SEBRAE Paraíba nas mais diversas áreas. O domínio de um conhecimento associado à prática de uma atividade é condição básica para atuar na coordenação dessas oficinas.

Além disso a Instituição se encarrega de repassar aos capacitadores informações sobre a sua concepção integrada de Educação, tal como apresentada no capítulo 4; orienta sobre o uso de técnicas de ensino e o manuseio de recursos auxiliares; e apresenta formas de condução de grupos.

Todas essas informações estão baseadas nos Referenciais Educacionais do Sistema Sebrae (WICKERT, 2006). O propósito que se intenta alcançar com a capacitação dos treinadores é que essas pessoas tenham um mínimo de informações que lhes permitam desempenhar bem o breve trabalho docente, nivelando todos com a concepção educacional da entidade.

Merece registro a ênfase que é dada aos conceitos dos 4 Pilares da Educação, que devem servir como guia dos educadores em suas atividades de ensino dos conteúdos das oficinas que ministram. Com essa visão, os temas ministrados nessas práticas devem ser trabalhados valorizando a aquisição dos processos do Aprender a Conhecer (ou Aprender a Aprender), com o propósito de que o aluno adquira autonomia para buscar a continuidade do seu aprendizado, a partir da construção do conhecimento, transferindo-o para a sua vida cotidiana. O Aprender a Fazer aproxima-se da formação profissional, um dos propósitos do Programa Sábado Empreendedor. Por esse pilar a preocupação é em ensinar ao educando a pôr em prática os seus conhecimentos, que no caso específico devem levá-lo a analisar a possibilidade de convertê-los em oportunidade de negócio.

Os princípios do associativismo, da cultura da cooperação, contidos na expressão “cooperar para competir” são trabalhados no pilar Aprender a Viver Juntos, para se contrapor ao ambiente geral de concorrência que caracteriza a atividade econômica, e privilegia o espírito de competição e o sucesso individual. O que se pretende aqui é apresentar uma outra via de fazer negócios, que dê ênfase às ações coletivas.

Por fim enfatiza-se a edificação do pilar Aprender a Ser, “via essencial que integra os três precedentes” (DELORS,1988,p.90) que deve propiciar, principalmente, o sentimento de auto-estima e de realização que estão associados às pessoas que conquistam dignamente as formas de garantir o seu sustento e o de suas famílias, que é o resultado esperado da participação nas oficinas do Sábado Empreendedor.

Assim trabalhados, e alcançando-se esse aprendizado maior – o Aprender a Ser – a partir de informações voltadas para o empreendedorismo, aparece o novo pilar aqui sugerido, essencial para a conformação do comportamento empreendedor: o *Aprender a Empreender*.

5.2 Participantes do Sábado Empreendedor

A análise dos dados de participações no Sábado Empreendedor registrados no período de janeiro de 2005 a setembro de 2007 atesta a presença de 17.943 (dezessete mil, novecentos e quarenta e três) pessoas demandantes do programa. Desse número 15.970 (quinze mil, novecentos e setenta) são de participantes do sexo feminino, enquanto o complemento, 1.973

(mil novecentos e setenta e três) pertencem ao sexo masculino. Em números relativos essas cifras correspondem a 89% de mulheres e 11% de homens (Figura 1).

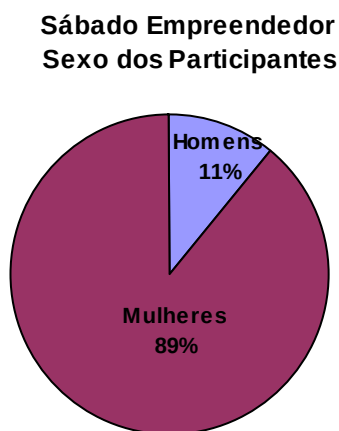


Figura 1

Fonte: Siacweb – Sebrae - PB

Tais números certamente que chamam a atenção pela elevada frequência feminina, conduzindo a uma pergunta inevitável: O que explica a presença maciça de mulheres nesse programa? Trata-se de um fato isolado, associado apenas à singularidade dessa ação, ou faz parte de uma evolução crescente da participação feminina em todas as áreas da sociedade, incluindo-se a dos negócios?

Para entender esse fenômeno faz-se necessário um recuo no tempo, valendo-se de alguns significativos dados históricos, bem como de documentos diversos que analisam a situação da mulher em vários contextos.

5.3 A Trajetória Da Mulher Em Direção Ao Sábado Empreendedor

A história da civilização registra uma série de datas e eventos que, de tão relevantes, costumam ser tomados como referência em várias situações. A Revolução Francesa e a Segunda Guerra Mundial são dois desses exemplos, recorrentemente citados, por tudo que representaram de transformação para a humanidade, com repercussões em áreas diversas. O primeiro, por assinalar o início da Idade Contemporânea, além do marco significativo na educação, do estabelecimento dos princípios democráticos da Escola Pública, laica e gratuita (BOTO, 2003), e de ter estabelecido, com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, um ponto decisivo no que se convencionou chamar questão de gênero; e o segundo, por

assinalar o fim da hegemonia européia e a conseqüente ascensão dos Estados Unidos e União Soviética no cenário mundial, opondo capitalismo e socialismo, com todas as conseqüências que essa dualidade trouxe para o mundo em termos econômicos, políticos, sociais e culturais. Tais referências, entre muitas outras que a história legou, de alguma forma estabelecem uma divisão entre acontecimentos anteriores ou posteriores a esses fatos.

À semelhança dos acontecimentos citados, diversos outros também são encontrados na história, que são utilizados como referência, estabelecendo assim, marcos anteriores ou posteriores à sua ocorrência, nas mais diversas áreas.

Um desses divisores quando se estuda, por exemplo, a Educação de Jovens e Adultos, sem deixar de considerar a importância de outros eventos, é a V Conferência Internacional de EJA, em Hamburgo (1997). O destaque é estabelecido em razão da maneira como ela foi organizada, sendo um dos primeiros encontros dessa natureza a reunir governos, sociedade civil – a partir da participação de diversas organizações não governamentais – instituições acadêmicas e membros da economia privada.

A V Confintea, também chamada Conferência de Hamburgo, procurou levar em conta as mudanças mundiais no âmbito do trabalho, as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a crescente importância do tema da multiculturalidade, bem como a situação da alfabetização e da educação básica no mundo. Tudo isso encaminhou para a elaboração de um novo conceito de Educação de Jovens e Adultos, que passou a ser vista não apenas como um direito das pessoas, mas como a chave para o século XXI, como preconizava Jacques Delors no informe Educação: um tesouro a descobrir (DELORS, 1998).

Esse novo e ampliado entendimento da Educação de Jovens e Adultos é esclarecido no terceiro ponto da Declaração de Hamburgo: (UNESCO, 1997, p.1)

A educação de adultos engloba todo o processo de aprendizagem, formal ou informal, em que pessoas consideradas “adultas” pela sociedade desenvolvem suas habilidades, enriquecem seu conhecimento e aperfeiçoam suas qualificações técnicas e profissionais, direcionando-as para a satisfação de suas necessidades e as de sua sociedade. A educação de adultos inclui a educação formal, a educação não-formal e o espectro da aprendizagem informal e incidental disponível numa sociedade multicultural, em que os estudos baseados na teoria e na prática devem ser reconhecidos.

Além da genérica alusão à Educação de Jovens e Adultos, englobando pessoas de ambos os sexos, fato bastante significativo é reforçado nessa declaração. Trata-se do reconhecimento da contribuição da mulher nos mais diversos aspectos da vida em sociedade. Tal referência está expressa no item 13 do citado documento:

As mulheres têm o direito às mesmas oportunidades que os homens. A sociedade, por sua vez, depende da sua contribuição em todas as áreas de trabalho e em todos os aspectos da vida cotidiana. As políticas de educação voltadas para a alfabetização de jovens e adultos devem estar baseadas na cultura própria de cada sociedade, dando prioridade à expansão das oportunidades educacionais para todas as mulheres, respeitando sua diversidade e eliminando os preconceitos e estereótipos que limitam o seu acesso à educação e que restringem os seus benefícios. Qualquer argumentação em favor de restrições ao direito de alfabetização das mulheres deve ser categoricamente rejeitada. Medidas devem ser tomadas para fazer face a tais argumentações (UNESCO, 1997, p.2).

Convém destacar que esse não é o primeiro documento internacional a destacar a importância feminina. A V Conferência na verdade referenda muitas ações anteriores.

Isso porque a preocupação em pontificar a relevância da contribuição da mulher, já tem o seu registro evidenciado em diversos eventos internacionais, muitos dos quais específicos das discussões de gênero.

Desde a Carta das Nações Unidas, de 1945, passando pela Declaração Universal de Direitos Humanos em 1948, que já se percebe a preocupação com a igualdade de direitos do homem e da mulher. O fato é que, como assinala Bandeira (2004, p.16) “as Mulheres estavam, de certa forma, englobadas nos Direitos do Homem – este tido como o representante legítimo da espécie humana”.

As ações que se seguiram à conferência de Hamburgo utilizaram a estratégia das reuniões de seguimento dos acordos ali firmados, para aprofundamento de temas fundamentais discutidos no evento, e tidos como prioridades. Ao todo foram sete os temas que encabeçaram essas reuniões, conforme já enumerados na página 33, sendo um deles dedicado a Educação e Gênero.

Outra referência importante ao papel da mulher, reforçando o que já vinha se esboçando na Declaração de Hamburgo, anteriormente citada, é identificada na escolha dessa reunião de continuidade à Conferência, da área temática de número seis, relativa à Equidade de Gênero na Educação de Adultos. Com isso não é apenas a mulher que vem para o centro do debate,

como também a análise das relações sociais que contribuem/contribuíram para a construção dos papéis que elas desempenham.

A abrangência e relevância que se pretende dar ao tema gênero, constante nos itens acima propostos, é mais bem entendida a partir do seu significado.

Para o Banco Mundial, em conceito expresso em uma de suas publicações, gênero

é uma categoria de relação que salienta os papéis socialmente construídos e as relações entre homens e mulheres. Tornar-se uma mulher ou um homem é um processo de aprendizado, nascido de padrões sociais estabelecidos. Eles são impostos não só através de normas, mas também através de coerção, e são modificados ao longo do tempo para refletir mudanças no poder e na estrutura normativa do sistema social. (BANCO MUNDIAL, 2003, p.21)

Ressalte-se que o uso do tema gênero para teorizar a questão da diferença sexual, vem desde a década de 1970, como assinala Rachel Soihet (2002). Para ela *“a introdução da questão de gênero visou substituir a concepção naturalizada de sexo e enfatizou a questão dos papéis que homens e mulheres exercem na sociedade, que são papéis sociais”*. E diz mais: *“o termo gênero determina uma rejeição ao biologicismo impregnado no “sexo” e “diferença sexual (SOIHET, 2002)”*.

Para Carvalho (2006, p. 126) *“o conceito de gênero é uma contribuição do movimento e da teoria feminista”,* e é apresentado como *“uma forma de transformar a visão de mundo androcêntrica. Em suma, sexo é algo biológico, natural, enquanto gênero é uma construção social e, como tal, arbitrário e mutável”*. (CARVALHO, 2006, p.129)

O que se pretende com essa abordagem é a correção da discriminação de séculos ao público feminino, que se expressa em atos simples, aos quais pouco se atenta, como por exemplo, o uso da linguagem, sempre excluindo as mulheres. Segundo Bandeira (2004, p.10) *“o uso do universal masculino como referência genérica, acaba associando tudo o que aconteceu e o que acontece com os seres humanos, como sendo realizações masculinas exclusivas”*. A origem dessa *“astúcia”*¹⁵, que no dizer de Rodrigues (2007, p.53) identifica o particular com o geral e

¹⁵*“Astúcia era um termo que Paulo Freire usava para designar os processos e procedimentos dos (as) dominadores (as) sobre os (as) dominados (as), sem o uso da violência física. Em outros termos, astúcia traduzia, para ele, a dominação pela cooptação, pela violência simbólica, pela força do argumento e não pelo argumento da força. Assim, é astúcia dos (as) opressores (as) convencerem seus (as) oprimidos (as) de que as*

o singular com o universal, vem com a Revolução Francesa “quando a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão identificou um gênero homem como a humanidade inteira.” Dois anos depois, em 1791, vem a primeira resposta a essa discriminação por meio de Olympe de Gouges, com a sua Declaração dos Direitos da Mulher e Cidadã. Mesmo sendo uma revolucionária de primeira hora, isso não a livrou, pelas suas críticas ao novo regime que ajudou a construir, da condenação ao cadafalso (SILVA, 2005).

Na visão de Bourdieu (2007), essa dominação masculina trata-se de uma violência simbólica que, utilizando-se de instituições tais como a Igreja, a família, entre outras, desde a formação do ser humano em seus primeiros dias, tem por propósito incorporar, nesses indivíduos, atos, comportamentos, tidos como femininos e masculinos, naquilo que ele denominou de *habitus*.

Passando da abordagem da V Confintea que insere a mulher como protagonista na Educação de Jovens e Adultos e indo em direção à visão que a coloca como parte de uma categoria – gênero – , uma outra referência é identificada. Trata-se da Conferência Mundial de Mulheres, em 1975, no México, - a primeira no gênero a ser realizada - em que foram formuladas propostas e recomendações visando a melhoria da condição de vida das mulheres, pleiteando para elas oportunidades iguais às concedidas aos homens. Trata-se de um dos primeiros momentos a se trabalhar a mulher, ressaltando a categoria gênero.

Outra ocasião importante foi a Convenção sobre a eliminação de todas as formas de discriminação contra a mulher – CEDAW, em 1979, aprovada pela ONU, e encampada pela maioria dos seus Estados-Membros.

Mesmo considerando a relevância dos eventos anteriores, é a IV Conferência Mundial sobre a Mulher, com o tema Igualdade, Desenvolvimento e Paz, realizada em setembro de 1995 (dois anos antes da V Confintea), na cidade de Beijing, na China, que se constitui num dos marcos mais importantes na consolidação de mecanismos favoráveis às mulheres. Trata-se de um evento que, a exemplo dos citados no início desse capítulo, também é visto como uma referência, quando a discussão se volta para o tema igualdade de gênero.

coisas são assim, porque assim sempre o foram; ou que suas idéias, valores e projeções são os mais válidos e mais desejáveis. Tanto em um caso, como no outro, a astúcia está em convencer outrem de que a realidade histórica é natural – Paulo Freire reforçava o perigo mesmo de uma naturalização das relações sociais – e de que uma determinada perspectiva de ver o mundo é a única perspectiva de ver o mundo.(RODRIGUES,2007, p.53)

Foi a partir de Beijing, por exemplo, que o termo transversalidade de gênero¹⁶ nas políticas públicas ganhou destaque, transformando-se numa estratégia mundial para a garantia e promoção da igualdade entre homens e mulheres.

Desta forma, a Conferência de Beijing estabeleceu novos parâmetros de atuação entre a sociedade civil e os governos, visando à promoção da igualdade de gênero.

O evento chinês contribuiu ainda para difundir a necessidade de igualdade entre homens e mulheres, proporcionando o surgimento, em diversos países, de órgãos responsáveis pela concretização desse ideal.

Também de Beijing saiu a Plataforma de Ação, referendada por todos os países presentes ao evento, que manifesta o reconhecimento pela luta das mulheres, além de fortalecer os consensos e conquistas de realizações similares anteriores.

O próprio Banco Mundial, que desde os anos setenta começou a interessar-se pelos assuntos da igualdade entre os sexos, teve a sua ênfase acentuada, consideravelmente, nessa questão, a partir da Conferência da Mulher em Beijing. Para o Banco esta igualdade é um elemento decisivo na estratégia de luta contra a pobreza, uma vez que é entendido pela Instituição que,

a menos que as mulheres e os homens tenham iguais capacidades, oportunidades e participação, será impossível cumprir o ambicioso programa de redução da pobreza contido na Declaração do Milênio e os objetivos específicos vinculados.(WORLD BANK, 2007)

A atuação do Banco nas questões de gênero estende-se, em especial, aos setores de saúde e educação.

Todas essas ações internacionais contribuíram, no dizer de Bandeira (2004, p.17), para “reforçar o imperativo de se garantir os direitos das mulheres no mundo, reconhecendo que as

¹⁶ . “Entende-se por transversalidade de gênero “a incorporação da melhoria do status das mulheres em todas as dimensões da sociedade – econômica, política, cultural e social, com repercussões nas esferas jurídicas e administrativas, incidindo em aspectos como a remuneração, a segurança social, a educação, a partilha de responsabilidades profissionais e familiares e a paridade nos processos de decisão”. (BANDEIRA, 2004 , p.12)

Declarações Humanas com teor geral não atendiam às necessidades e demandas específicas das mulheres”.

Os debates ocorridos em Beijing fizeram eco em Hamburgo, dois anos depois, o que resultou na abertura da área de estudos citada - Educação e Gênero - dando continuidade às ações da V Confintea. Convém salientar que tem sido uma constante em eventos relacionados à educação, tanto os que versam especificamente sobre questões de gênero, como os que tratam de diversos outros temas na área social, a presença em suas agendas de proposições, como tema de política pública, a luta contra as desigualdades entre homens e mulheres.

Mais recentemente, em fevereiro de 2007, houve a Conferência de Berlim, realização conjunta do Ministério Federal de Cooperação e Desenvolvimento Econômico da Alemanha, Banco Mundial, Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e governos da Noruega, Reino Unido e Dinamarca, intitulada “Empoderamiento económico de las mujeres, una estrategia acertada”, que reconheceu que, “a pesar de los considerables progresos alcanzados con respecto a los indicadores sociales, las mujeres y las niñas siguen a la zaga desde el punto de vista económico”.(www.um.dk)

Os pronunciamentos nesse evento foram claros ao afirmar que, sem progresso na igualdade de gênero, não se pode resolver a pobreza extrema que ainda grassa em diversos países.

É o que comprova a declaração de abertura feita pela Ministra da Economia, Cooperação e Desenvolvimento da Alemanha, Heidemarie Eieczorek-Zeul:

*Without progress on gender equality, we will not be able to halve extreme poverty. At this high-ranking conference, we want to discuss practical steps towards the goal of women's equal participation in economic life. At this point, opportunities in life and in the world of work are still extremely unequal for women and men: 70 percent of the approximately one billion people in extreme poverty are women. Such dramatic disadvantages are not only blatant violations of women's rights and, thus, of human rights. The discrimination of women is also short-sighted, foolish economics. World Bank studies have shown that gender equality equals economic growth, and where women's participation is insufficient, growth rates decline. By contrast, a high level of women's participation correlates with higher growth rates.*¹⁷

¹⁷*Sem progresso na igualdade de gênero, nós não podemos eliminar a pobreza extrema. Nesta conferência de alto nível, nós queremos discutir etapas práticas objetivando a participação igualitária das mulheres na vida econômica. Neste momento, as oportunidades na vida e no mundo do trabalho são ainda extremamente desiguais para mulheres e homens: 70 por cento dos aproximadamente um bilhão de pessoas na pobreza extrema são mulheres. Tais desvantagens dramáticas são não somente violações dos direitos das mulheres e, assim, dos direitos humanos. A discriminação das mulheres é também miopia econômica, uma tolice. Os estudos do Banco Mundial mostraram que a equidade de gêneros equipara o crescimento econômico, e onde a*

5.4. A DISCUSSÃO DAS QUESTÕES DE GÊNERO NO BRASIL

As discussões das questões de gênero também têm repercutido no país. Ações iniciadas na Academia nos idos de 1980, contando na Paraíba, por exemplo, com vozes como Lourdes Bandeira, referência citada neste trabalho, aos poucos foram se institucionalizando.

Como exemplos desses avanços têm-se os resultados que passam pelo governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, estendendo-se à gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. No mandato do PSDB, a título de exemplificação, foi criada a Secretaria de Estado dos Direitos da Mulher (2002), transformada na gestão petista em Secretaria Especial de Política para as Mulheres, com status de Ministério. A força do novo órgão pôde sentir-se na elaboração do PPA 2004-2007, quando o princípio da transversalidade de gênero – já evidenciado e recomendado desde Beijing, em 1995 - foi proposto, com a expectativa de possibilitar uma visão mais abrangente na elaboração de políticas públicas, garantindo a inclusão das mulheres nos direitos sociais, políticos e econômicos (BANDEIRA, 2004).

Têm sido visíveis, embora muito esteja por ser feito, os sinais dessa mudança. Em relação à educação, por exemplo, em que havia um descompasso entre as presenças masculina e feminina matriculadas nas escolas, com vantagem para os homens, observa-se que as disparidades entre os gêneros, nas matrículas no ensino primário e secundário, estão sendo eliminadas (UNESCO, 2003, p.2). As razões para a inversão desses números são muitas e sentidas em níveis diversos de ensino. Esta é uma realidade, por exemplo, mais visível no fim do Ensino Médio, quando o jovem adolescente é levado a trabalhar desde cedo e acaba por abandonar o estudo. Associado a isso há também a pouca atratividade que a escola exerce sobre esses jovens. De modo geral, as mulheres são mais persistentes, permanecendo, assim, por mais tempo, nos bancos escolares (MACHADO, 2008).

Esse avanço feminino é também captado pelo Indicador de Alfabetismo Funcional – INAF, idealizado pela Ação Educativa com o Instituto Paulo Montenegro, e desenvolvido de 2001 a 2007. Nos dados levantados pelo INAF, as mulheres, além de terem elevado a participação no número de matrículas, já apresentam, em média, uma escolaridade superior à dos homens.

participação das mulheres é insuficiente, as taxas de crescimento declinam. Ao contrário, uma elevação do nível de participação das mulheres é associada a taxas de crescimento mais elevadas (tradução nossa).

No ano de 2007, enquanto 69% das brasileiras atingiram os níveis básico e pleno de alfabetismo, este mesmo patamar foi alcançado por 66% dos homens na mesma faixa de idade (IPM, 2007). Esta informação serve como uma confirmação da pesquisa do IBGE – PNAD 2004-2005, que revela que na categoria 11 anos e mais de estudo, as mulheres estão mais de três pontos percentuais à frente dos homens (IBGE, 2005).

Apesar desse avanço feminino, evidenciado nos melhores resultados em leitura, por exemplo, entre alguns grupos, a sua inserção no mercado de trabalho é menor e mais precária. Isso tem reflexo na promoção das habilidades de alfabetismo, uma vez que a atividade profissional é tida como uma experiência importante para esse desenvolvimento. Dado que é muito significativo já que, segundo o documento *La Educacion de Personas Jovenes y Adultas en América Latina y El Caribe*, “para as mulheres, a educação se constitui em um dos caminhos que pode fazê-las transitar da marginalidade e subordinação a uma situação de autonomia que amplia suas possibilidades de intervir nos processos de decisão coletiva” (UNESCO, 2000, p.239).

5.5. Mulher, Demografia E Resultado Econômico

Pesquisas demográficas do IBGE apontam um pequeno desequilíbrio numérico na população brasileira, favorável ao lado feminino, que representa quase 51 % dos seus habitantes. Mesmo sendo mais numerosa que os homens, embora pequena essa diferença, o que se tem observado é que a contribuição econômica da população feminina não espelha, na economia nacional, o papel predominante que essa quantidade numérica lhe referenda, apresentando, pelo menos, um resultado equilibrado, como seria de se esperar, pelo que os números evidenciam.

Entre os anos 2001 e 2004, as mulheres têm apresentado na categoria População Economicamente Ativa (PEA), cifras em torno de 42%, o que se repete em relação à quantidade de Pessoas Ocupadas. Levando em conta que esses valores não batiam em 31% em 1973, constata-se o avanço, embora sem deixar de considerar a posição inferior, em alguns indicadores analisados, em relação aos homens.

Os dados levantados pela PNAD 2006 mostram que as mulheres representavam, naquele ano, 52% da população brasileira em idade ativa. Quando se toma por referência a taxa de

desemprego, por exemplo, as trabalhadoras aparecem como as mais prejudicadas, uma vez que esses números são sempre superiores aos dos trabalhadores.

Embora com essas discrepâncias favoráveis aos homens, o fato é que o emprego e o rendimento médio feminino, têm crescido acima do resultado masculino (POCHMANN, 2006).

Uma boa síntese dessa evolução feminina pode ser encontrada na publicação da OIT Brasil, *Gênero, Raça, Pobreza e Emprego: O Programa GRPE no Brasil*, feita pela Ministra Nilcéa Freire, da Secretaria Especial de Política para as Mulheres:

Atualmente as mulheres representam cerca de metade da força de trabalho do país, sem considerarmos o trabalho doméstico não remunerado. Possuímos uma taxa de escolaridade superior à dos homens em todos os níveis de ensino – fundamental, médio e superior – e continuamos com salários menores também em todos os níveis; sendo que, quanto maior a escolaridade, maior é a diferença entre a remuneração recebida por um homem e uma mulher. A concentração mais intensa de trabalhadoras se dá no setor de serviços e em ocupações tida como de menor importância e com menor remuneração. (OIT, 2006, p. 23 e 24)

5.6. Gênero e Empreendedorismo

Quando se parte para a análise da participação feminina no empreendedorismo, aqui considerado como

qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. (GEM, 2005, p.15)

os dados apontam para resultados que sinalizam uma evolução que se mostra favorável para o lado da mulher. É o que vem sendo identificado ao longo dos anos em diversas pesquisas, entre as quais se destaca o relatório GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Elaborado desde 1997, com uma participação crescente de países de diferentes graus de desenvolvimento, alcançando o número de 42, em 2007, tem sido uma referência nos estudos sobre empreendedorismo no mundo. Trata-se de uma pesquisa internacional capitaneada pela London Business School (Inglaterra) e o Babson College (EUA), que tem como propósito avaliar o empreendedorismo mundial, a partir de indicadores comparáveis.

Examinando os números sobre empreendedorismo do citado relatório no período de 2001 a 2007, verifica-se que a razão entre homens e mulheres que empreendem, no Brasil, tem apresentado uma variação decrescente, dando-se essa redução no lado masculino. Tomando-se por referência o primeiro ano da pesquisa, verifica-se que havia naquela data, mais de dois brasileiros empreendendo para cada brasileira que se inseria nessa atividade. Em números relativos, isso representava quase 71% de homens, contra 29% de mulheres. Com o passar dos anos, essa taxa tem apresentado variação decrescente, até chegar em 2007 - pesquisa mais recente - em que esses índices passam a apresentar números favoráveis às mulheres. Os novos valores revelam que há, na população adulta brasileira, 52,4% de empreendedoras iniciais, contra 47,6% de homens, na mesma situação. (Quadro 10)

Quadro 10 – Empreendedores iniciais por gênero no Brasil 2001 a 2007

Proporção (%)

Gênero	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2001-2007
Homem	47,6	56,2	50,0	56,6	53,2	57,4	70,9	56,3
Mulher	52,4	43,8	50,0	43,4	46,8	42,4	29,1	43,7

Fonte: GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007

A importância da participação feminina na economia é reforçada por opiniões como a de Danny M. Leipziger, vice-presidente e chefe da rede sobre Redução da Pobreza e Gestão Econômica do Banco Mundial, que diz:

A importância econômica da mulher não é apenas um problema das mulheres, é um problema do desenvolvimento. Se não se investe o suficiente nas oportunidades econômicas da mulher, se limita o crescimento econômico e se desacelera o avanço na redução da pobreza. (BANCO MUNDIAL, 2006)

De posse dessas informações que comprovam o avanço feminino nos negócios, pode-se inferir que a crescente participação da mulher em atividades empreendedoras deve impulsionar novas demandas para a comunidade, com evidentes implicações nas políticas públicas.

Para uma melhor análise do impacto dessa presença crescente da mulher no universo dos negócios, convém entender o que é ser um empreendedor, ou uma empreendedora, e qual o seu papel no desenvolvimento de um determinado território.

Visto pelo lado da economia, na visão do pensador austríaco Joseph Alois Schumpeter, considerado um dos maiores economistas do século XX, trata-se daquele (a) que introduz uma “inovação tecnológica” no sistema econômico. Para ele existiriam cinco categorias de fatores que definiriam essas inovações:

- a fabricação de um novo bem;
- a introdução de um novo método de produção;
- a abertura de um novo mercado;
- a conquista de uma nova fonte de matérias primas; ou
- a realização de uma nova organização econômica, tal como o estabelecimento de uma situação de monopólio. (SCHUMPETER,1985)

Esses fatores contribuem para o que Schumpeter chama de “ato empreendedor”, realizado pelo “empresário”, que deve estar associado ao aproveitamento de oportunidades de negócios. Em sua obra Schumpeter faz uma clara associação da figura do (a) empreendedor (a) ao desenvolvimento econômico.

Para Louis Jacques Filion, e a sua teoria visionária, “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”(apud DOLABELA, 1999, p. 28). Por esse enfoque, o indivíduo antes de chegar a ter o seu futuro negócio estruturado, que é a sua visão central, passaria por um processo de visões emergentes - uma espécie de verificação se está indo na direção certa - até chegar à forma final daquilo que quer empreender. Ou seja, passaria pelas etapas de imaginar, desenvolver e realizar as suas visões. Algo, portanto, pensado, concebido e implementado. O sonho, portanto, desses empreendedores – masculino ou feminino - levaria, portanto, ao surgimento de novos negócios, com repercussão na economia.

Retornando à análise dos relatórios GEM, verifica-se que ao longo dos anos pesquisados, o Brasil tem variado de posição entre as nações em que mais se criam negócios (índices de empreendedorismo), alcançando, no entanto, uma relativa estabilidade, uma vez que essas taxas são sempre superiores a 10 (Quadro 11). Esse índice representa o número de empreendedores existentes no país, para cada 100 habitantes adultos.

Esses números colocam o país “entre os mais dinâmicos do mundo em termos de atividade empreendedora” situando-o, atualmente, em 2007, na nona posição entre os demais países pesquisados.¹⁸.

Quadro 11 - Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) brasileira em comparação com a média dos países participantes do GEM 2001-2007

Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2001-2007
Países participantes	8,65	6,49	6,98	6,47	6,39	6,07	6,82	6,84
Brasil	14,20	13,53	12,90	13,48	11,32	11,65	12,72	12,83

Fonte: Empreendedorismo no Brasil 2007

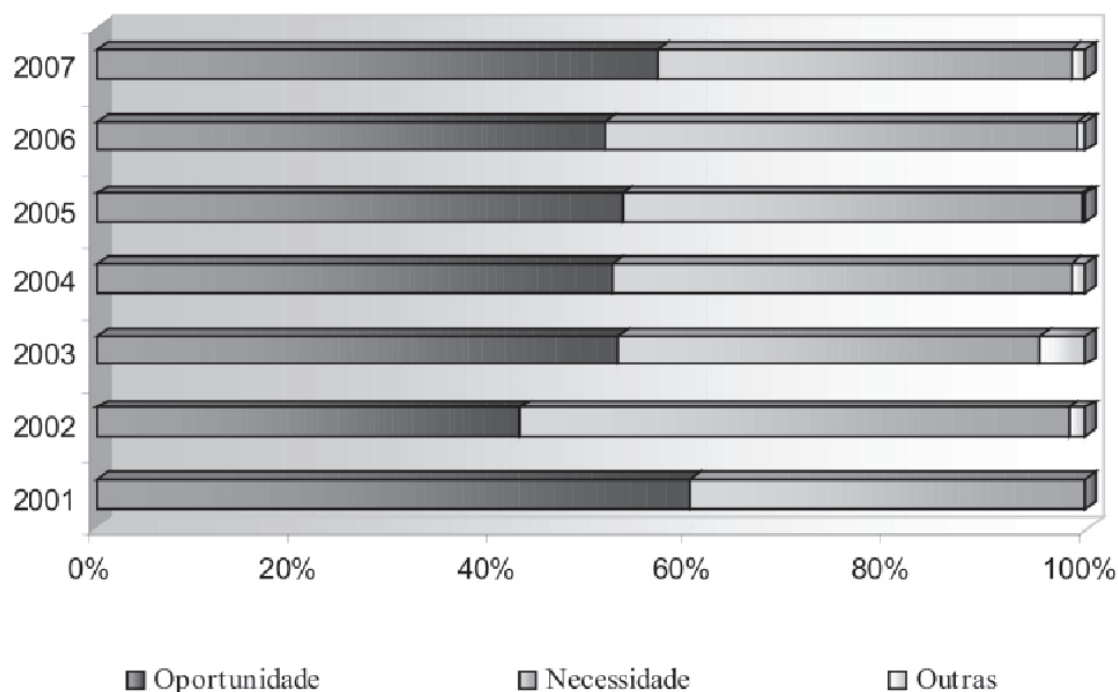
Tais dados são ainda reveladores do esforço empreendedor da população – tanto homens quanto mulheres - já que expressam a proporção de pessoas que estão envolvidas na criação de algum negócio. O que é um dado positivo, ao se analisar essa busca de autonomia, desligada do sistema provedor de emprego, tradicionalmente localizado no setor público ou privado.

Sinalizam ainda esses números, mantidos na média dos sete anos em 12,83%, que a dinâmica brasileira de criação de negócios tem características estruturais, associadas aos aspectos macro da economia, da política e da cultura, o que pode ser observado nas cifras que indicam a proporção de negócios nascentes e a sua motivação de criação: se movidas pela oportunidade ou pela necessidade. O relatório GEM estabelece uma distinção entre esses tipos de empreendedorismo, classificando-os como por oportunidade ou por necessidade. Isto indica a motivação que está por trás das iniciativas empreendedoras, estando estas relacionadas ao aproveitamento de oportunidades de negócios, ou mesmo derivadas da escassez de opções no mercado de trabalho.

No conjunto, homens e mulheres reunidos, constata-se uma maior participação de empreendedores por oportunidade, o que é uma revelação do ambiente econômico favorável.

¹⁸ Segundo os estudos do GEM o Brasil tem variado no período de 2001 a 2007, respectivamente, nas seguintes posições entre os países pesquisados: 5º, 7º, 6º, 7º, 7º, 10º e 9º.

Quadro 12 - Evolução das proporções de empreendedores por motivação – Brasil – 2001 a 2007



Fonte: Pesquisa GEM 2007

Os números em 2007 dos empreendedores por oportunidade, margeiam os 60% da população empreendedora total do país (Quadro 12). Trata-se de um dado bastante significativo, uma vez que a movimentação da engrenagem econômica ocorre – com mais intensidade - a partir da ação desse tipo de empreendedor, motivado pela oportunidade, pela sua característica de buscar, nessa oportunidade identificada, alcançar independência ou aumento de renda pessoal.

Uma análise mais precisa dos números de empreendedores iniciais, no entanto, revela uma outra realidade: as atividades dos negócios gerados, em sua maior parte de pequena monta, voltam-se para a área de serviços e comércio. Ou seja, atividades relacionadas aos serviços prestados aos consumidores, e, em sua maioria, relacionados à comercialização de alimentos e roupas no varejo. Trata-se de atividades de baixo valor agregado e de baixo conteúdo tecnológico, apontando que a busca por essas atividades dá-se muito mais como uma iniciativa de complementação de renda familiar, ou mesmo como estratégia de sobrevivência, em decorrência da baixa absorção do mercado formal de trabalho, do que por uma oportunidade real de negócio identificada. No caso das mulheres, maioria identificada na pesquisa, a sua participação é aumentada devido à necessidade de sobrevivência. (Quadro 13)

Quadro 13 - Empreendedores iniciais por motivação segundo gênero no Brasil 2001-2007 e 2007

Gênero	TEA		Motivação			
			Oportunidade		Necessidade	
	Proporção (%)					
	2001-2007	2007	2001-2007	2007	2001-2007	2007
Homem	56	48	60	54	52	38
Mulher	44	52	40	46	48	63

Fonte: GEM Brasil 2007

A diferença observada entre as razões de homens e mulheres para iniciar um negócio no quesito necessidade, registra um percentual de 38% dos homens agindo segundo essa motivação, enquanto essa proporção aumenta para 63% quando se trata das mulheres.

Analisando esses resultados sob a ótica tanto do conceito de Fillion como de Schumpeter, verifica-se a ausência dos componentes principais por eles introduzidos para caracterizar o empreendedor *stricto sensu*. As etapas de imaginar, desenvolver e realizar as visões que Fillion traz em sua teoria, são atropeladas pela urgência que a *necessidade*, e não a *oportunidade*, coloca. Da mesma forma, a maior parte dos negócios que surgem também não se enquadram na apreciação Schumpeteriana, uma vez que a *inovação*, elemento intrínseco ao seu conceito, não se faz presente na maioria dos negócios nascentes, em razão da motivação - a *necessidade* - que leva aos seus surgimentos e que, no geral, não favorece a levar em conta esse fator.

Para Schlemm, no relatório GEM 2007, reforçando esse argumento com a visão de Schumpeter, *“inovação e empreendedorismo caminham lado a lado, como processos interdependentes e que se auto definem pela capacidade de ruptura e colocação do novo, seja em produtos, processo, matérias primas ou mercados”*.

Caso a visão Schumpeteriana do conceito de empreendedor predominasse, associada à evolução da presença feminina nos negócios identificada nos diversos relatórios GEM pesquisados, essa participação crescente deveria estar conduzindo a um melhor resultado

econômico, refletindo significativamente nos indicadores que sinalizam essa evolução positiva. Mas o fato é que, mesmo considerando a evolução ascendente do número de mulheres na População Economicamente Ativa (PEA) esses dados apenas refletem timidamente esse avanço (Quadro 14). Os números retratam um índice em crescimento, alcançando 43,5% em 2002, mas que ainda permanece colocado treze pontos percentuais atrás, quando se analisa o mesmo indicador para os homens. Já em relação ao número de pessoas empregadas, essa distância revela-se ainda maior, uma vez que alcança quase trinta pontos percentuais favoráveis aos homens.

Quadro 14

Brasil						
Homens e mulheres no mercado de trabalho: Indicadores de participação econômica						
Mulheres						
Anos	PEA			Ocupadas	Empregadas *	Porcentagem de mulheres entre os empregados
	(Milhões)	Taxa de atividade	Porcentagem de mulheres na PEA	(Milhões)	(Milhões)	
1993	28	47	39,6	25,9	11,1	31,8
1995	30	48,1	40,4	27,8	11,6	32,6
1997	30,4	47,2	40,4	27,3	11,9	33,1
1998	31,3	47,5	40,7	27,6	12,5	33,9
2002	36,5	50,3	42,5	32,3	15,2	35,8

Fonte: FIBGE/PNADs-Microdados

Homens						
Anos	PEA			Ocupados	Empregados *	Porcentagem de homens entre os empregados
	(Milhões)	Taxa de atividade	Porcentagem de homens na PEA	(Milhões)	(Milhões)	
1993	42,8	76	60,4	40,5	23,8	68,2
1995	44,2	75,3	59,6	41,9	24	67,4
1997	44,8	73,9	59,6	41,9	24,2	66,8
1998	45,6	73,6	59,3	42,3	24,2	66,1
2002	49,5	73,2	57,6	45,9	27,2	64,2

Fonte: FIBGE/PNADs-Microdados

* exclusive empregados domésticos

É fato notório, observável nos números, o aumento da inserção das mulheres no mundo do trabalho, embora essa presença feminina se dê mais nos espaços dos empregos precários e

informais em que a exploração é mais acentuada, e os seus direitos sociais e trabalhistas são pouco observados (NOGUEIRA, 2004).

Levantamentos da PNAD, por exemplo, mostram que as atividades laborais femininas persistem em se concentrar no setor de serviços, especialmente no emprego doméstico, atuando como vendedoras ambulantes e no setor informal (GEM, 2008). Em relação à remuneração, por exemplo, as mulheres ocupam a maior parte dos postos de trabalho nas faixas de até um salário mínimo ou sem rendimento. Diferentemente dos homens que têm os seus ganhos em evolução positiva, à medida que crescem as classes de rendimentos (IBGE, 2006).

Têm contribuído para inverter essa realidade, alguns fatores como a escolaridade das mulheres, superior aos homens, especialmente nas áreas urbanas; as mudanças na estrutura familiar com a redução no número de filhos; além dos novos valores que tomam conta da sociedade brasileira, que de certa forma passam a ver a mulher e o papel que ela desempenha, com olhos mais favoráveis.

Uma dessas transformações é o aumento no número de mulheres indicadas como pessoa de referência na família, que cresceu quase nove milhões no período de 1996 a 2006. Isso se deve, sem dúvida, à maior participação das mulheres no mercado de trabalho e, em consequência, à sua maior contribuição na composição da renda familiar (GEM, 2008).

Essas conquistas, no entanto, não a têm isentado da responsabilidade maior com a família, do peso mais significativo na realização das atividades domésticas, além da maternidade e a missão de cuidar dos filhos.

Em síntese, os indicadores econômicos ainda não espelham a importância da participação feminina na formação da renda, na geração da riqueza, na redução da pobreza e na melhoria da qualidade de vida das pessoas que têm mulheres à sua volta, contribuindo para que essas conquistas sejam efetivadas na prática.

5.7. Gênero E Empreendedorismo: Uma Experiência Local

Na busca que se realiza nesse estudo do entendimento para a participação maciça da mulher no programa Sábado Empreendedor, são muitos os caminhos que apontam para essas explicações. É notável, por exemplo, a associação feita entre a redução da desigualdade de gênero e a eliminação da pobreza extrema, encontradas tanto em discursos de líderes mundiais, como em publicações internacionais, e assumidas como bandeiras de organismos de fomento ao desenvolvimento mundial. Ou seja, a igualdade nas relações de gênero passa a ser vista como um elemento decisivo na luta contra a miséria.

Estudo recente do Centro Internacional de Pobreza, publicado em janeiro de 2008 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD - em parceria com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) na revista *Poverty in Focus*, sob o título "O Peso das Desigualdades de Gênero para a Sociedade", confirma a importância de se facilitar a participação feminina no mercado de trabalho para ser mais eficaz na queda da pobreza. A eliminação dessas barreiras, segundo o estudo, contribuiria para diminuir o número de pobres, que se reduziria no Brasil, até 25%, com reflexos no crescimento econômico, cuja expansão poderia ser de 6% no país.

Pensar de outra forma é desconsiderar a importância que tem a força de trabalho feminina ao somar-se ao elemento masculino, na geração de renda para um país.

As ações desenvolvidas ao longo da história, iniciadas após a Segunda Grande Guerra, em que se busca dar à mulher a importância e o papel que realmente lhe cabe, passam por alguns momentos importantes. Um deles é voltado para a correção de injustiças passadas, como por exemplo, a garantia do direito básico à educação (GUZMAN, 2000). Outro momento, bastante significativo, é derivado da constatação feita - permitida por indicadores econômicos - de que sem a igualdade de gênero a humanidade não avançará na redução da pobreza extrema em que vivem cerca de um bilhão de pessoas, das quais setenta por cento delas são mulheres.

Os dados apresentados neste trabalho, extraídos de diversas fontes, indicam um avanço feminino na direção da equidade de gênero, no tocante à geração de novos negócios. Embora

os estudos também mostrem que boa parte dos resultados alcançados está focado na criação de empreendimentos cuja sustentabilidade (perenidade, capacidade de gerar bons resultados econômicos, e social e ambientalmente responsáveis), é questionada. Isso em razão da motivação do seu surgimento que não é, na maioria das vezes, fruto de uma oportunidade de negócio divisada e sim de uma necessidade¹⁹. Mas o fato que maior impacto tem na vida das pessoas é que eles têm sido geradores de renda e uma das funções para os quais têm sido criados – fonte de sustentação - tem sido alcançada.

Programas e ações diversos, tanto vindos do governo como de outras instituições, ainda que em princípio não tenham a função revelada, de maneira explícita, de atacar a questão de gênero, muito têm contribuído nessa direção. Mira-se num alvo – a grande massa de jovens e adultos (as) em busca de emprego e renda – e acerta-se em cheio no público feminino que tem absorvido, muito mais que o masculino, a oferta que lhe é dirigida.

Essa grande demanda feminina é possível que esteja associada a uma afirmação do professor Bernard Charlot na Conferência Internacional Educação, Globalização e Cidadania – Novas Perspectivas da Sociologia da Educação realizada em João Pessoa, a Paraíba, em fevereiro de 2008 (CHARLOT, 2008). Para ele a escolarização da família, com a quase universalização da cobertura escolar, especialmente com as crianças tendo a oportunidade de freqüentar a sala de aula na idade adequada, aliada ao maior número de anos de estudos que as mulheres têm experimentado, tem contribuído para que elas busquem oportunidades de geração de renda, além da responsabilidade de cuidar do espaço familiar.

Muitas das opções de ocupação que são encontradas no Sábado Empreendedor, assemelham-se ao que Yunus denomina de trabalho autônomo, que apresenta algumas características que são favoráveis ao trabalho feminino, especialmente daquelas que acumulam a função de “donas-de-casa”. Para Yunus (2000), professor universitário bengalês, vencedor do Prêmio Nobel da Paz em 2006, com a sua experiência em microcrédito do Grameen Bank, cuja população beneficiada é 94% feminina, são essas as vantagens desse tipo de atividade:

1. Os horários são flexíveis e passíveis de se adaptarem à situação familiar. Assim, as pessoas podem optar por trabalhar em período integral ou em tempo parcial, se precisam contornar dificuldades temporárias, ou até mesmo abandonar seu negócio durante algum tempo para assumir um emprego assalariado.

¹⁹ De acordo com o conceito de oportunidade e necessidade do estudo da GEM.

2. O trabalho autônomo convém particularmente a quem conhece a realidade da rua e requer mais conhecimentos práticos do que teóricos e competências técnicas. Isso significa que os analfabetos e os pobres podem explorar seus pontos fortes, em vez de ficarem em desvantagem devido a suas fragilidades.
 3. Ele pode transformar um passatempo em atividade remuneradora.
 4. Dá oportunidade a quem tem dificuldade para se submeter a uma hierarquia rígida.
 5. Oferece a oportunidade de sair da dependência em relação à ajuda social, não para se tornar um escravo assalariado, mas para abrir uma loja ou uma pequena oficina.
 6. Pode ajudar aqueles que encontraram um emprego, mas que ainda estão bastante pobres.
 7. Propiciam aos recém-diplomados o apoio moral necessário para se instalarem por conta própria, em vez de afundarem na depressão ou no isolamento.
 8. O custo médio de criação de um trabalho autônomo é dez, vinte ou cem vezes menor que o de um emprego assalariado.
 9. Ele permite a um pobre isolado retomar progressivamente a autoconfiança.
- (YUNUS, 2000, p.269)

Mesmo com essas condições de favorecimento para a criação de uma atividade autônoma, funcionando em paralelo com muitas outras atribuições, que geralmente cabem à mulher desempenhar, enveredar pelo caminho empreendedor sem as informações pertinentes, pode ser motivo de novas frustrações. O que, em princípio, pode representar um complemento da renda familiar, com os benefícios que isso pode trazer para a saúde e educação dos seus dependentes, e até de certa forma contribuindo um pouco para a “independência” feminina, pode se transformar num transtorno, se não tiver o encaminhamento adequado. Minimizar esses riscos é algo que pode ser conseguido a partir de ações educacionais voltadas para o fortalecimento do empreendedorismo – como é o Sábado Empreendedor – com o propósito de desenvolver o *Aprender a Empreender*.

As informações até aqui trazidas que historiam a evolução das mulheres em sua luta pela conquista dos direitos de igualdade com os homens, explicam, em parte, a participação elevada desse público (89%), no Programa Sábado Empreendedor. Vê-se, com tudo o que foi exposto, que esse não é um fenômeno isolado, relativo apenas a essa ação. Reforçam esse fato estudos apresentados anteriormente, como o que atesta o crescente aumento da escolaridade feminina identificado pela UNESCO, nos níveis primário e secundário; as pesquisas do INAF, que mostram que além de terem elevado a participação no número de matrículas as mulheres já apresentam, em média, uma escolaridade superior à dos homens; os números da PNAD que identificam que na faixa dos possuidores de 11 anos e mais de estudos as mulheres estão mais de 3 pontos percentuais à frente dos homens; bem como os números das pesquisas desenvolvidas desde o ano 2000 pela GEM, que atestam a evolução crescente do número de mulheres que empreendem no país.

Ampliando a análise dos dados de participantes do Sábado Empreendedor, que como se viu anteriormente está dividido entre 89% de mulheres e 11% de homens, outras informações são encontradas que realçam a diferença entre as presenças masculina e feminina nessa atividade.

A primeira dessas apreciações diz respeito ao perfil das oficinas de capacitação empreendedora que são oferecidas no Sábado Empreendedor, que mais se aproximam do interesse feminino. É o caso, por exemplo, das ações orientadas para a elaboração de bijuterias, arranjos natalinos, customização de roupas, entre muitas outras já citadas anteriormente. Embora haja a participação masculina nesses eventos, ela é diminuta, conforme retratam os índices levantados. Tal fato, no entanto, não invalida as observações feitas, e confirmadas por pesquisas, do avanço da mulher na direção do empreendedorismo.

Em relação ao estado civil dos (as) participantes, (Figura 2)

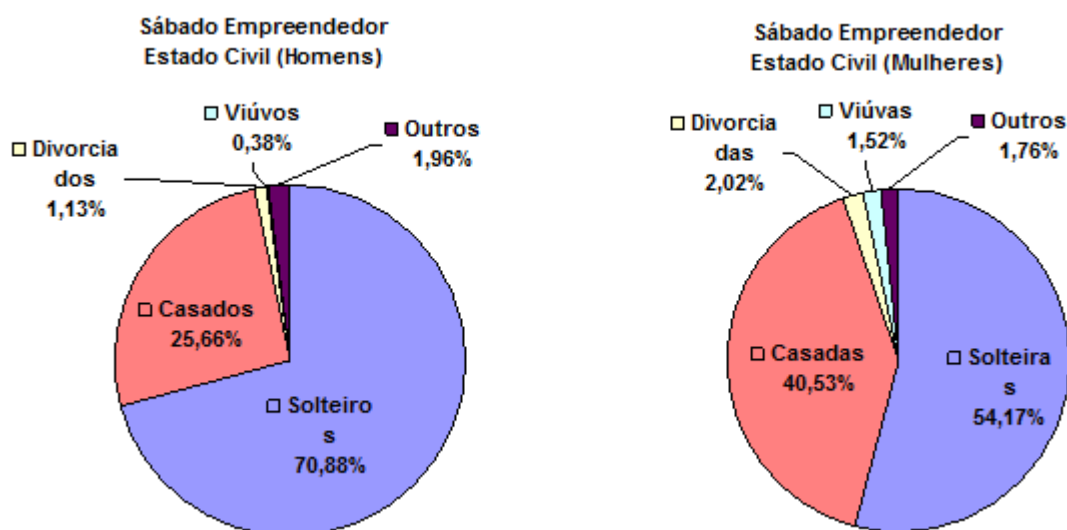


Figura 2

Fonte: SiacWeb-Sebrae-PB

vê-se que, enquanto 25% dos homens são casados, do lado feminino há um índice que supera os 40% de mulheres nessa condição. Ou seja, são as mulheres casadas, em maior proporção que os homens casados, que buscam essa qualificação que, em tese, oferece-lhe a condição de acesso a um trabalho autônomo.

Já em relação ao estado civil solteiro, observa-se uma grande alteração nesses dados em relação aos (às) casados (as). Cerca de 70% dos homens nessa condição buscam no Sábado Empreendedor essa possibilidade de qualificação empreendedora, enquanto do lado feminino essa taxa chega a 54%. São quase 20 pontos percentuais que separam homens e mulheres solteiros (as) nessa motivação.

Considerando essa participação por faixa etária, (Figura 3)

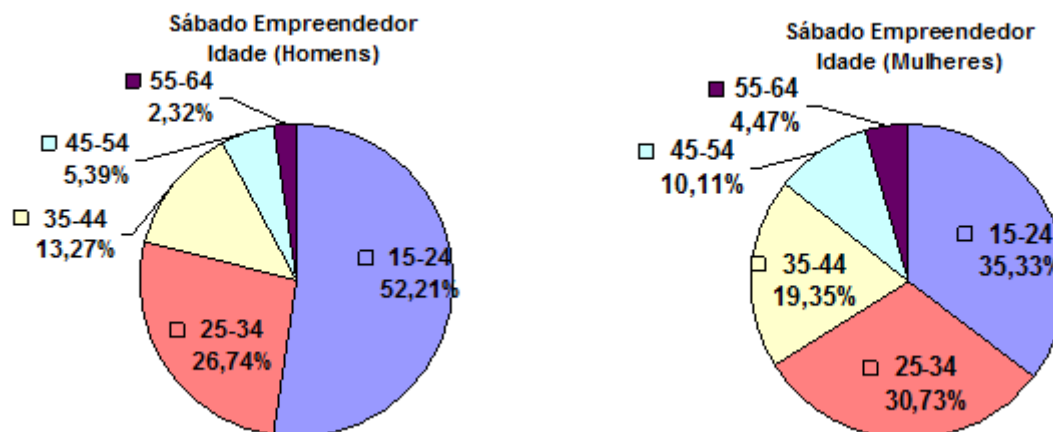
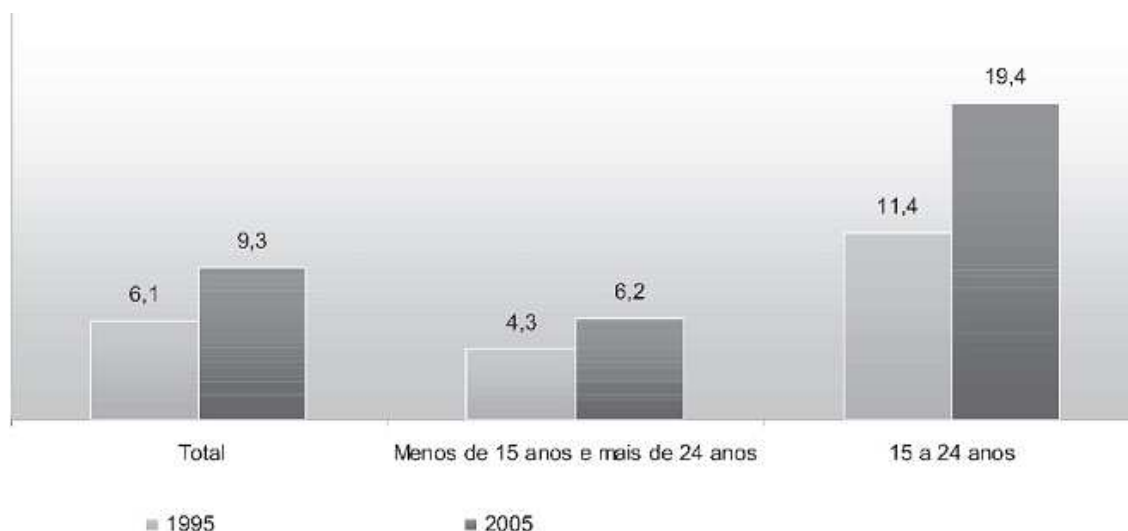


Figura 3

Fonte: SiacWeb-Sebrae-PB

observa-se que o maior percentual de homens que buscam o Sábado Empreendedor situa-se na faixa dos 15 aos 24 anos, atingindo pouco mais de 52 por cento. Entre as mulheres esses números alcançam quase 36 por cento, considerando o mesmo parâmetro. É nesse estrato de idade que estudos da PNAD-IBGE identificam um crescimento de 11,4% em 1995 para 19,4% em 2005, da taxa de desemprego (Quadro 15). Trata-se de um índice que é maior que a taxa média de desempregados das demais faixas de idade.

QUADRO 15 - EVOLUÇÃO DA TAXA DE DESEMPREGO POR SEGMENTOS NO BRASIL



Fonte: IBGE, extraído de Pochmann, M(2007)

Segundo estudo do economista Márcio Pochmann (2007) de cada 100 jovens com idade para entrar no mercado de trabalho, somente 45 encontram algum tipo de ocupação. Analisada essa

mesma situação sob o enfoque de gênero, os números indicam que entre 100 jovens mulheres, somente 40 conseguem algum tipo de inserção ocupacional.

Participar do Sábado Empreendedor, adquirindo numa das oficinas oferecidas o ferramental básico que lhe permita atuar de maneira autônoma, como empreendedor (a), pode ser uma saída para essa dificuldade imposta pelo mercado de trabalho.

A análise dos dados levando em conta a escolaridade de homens e mulheres mostra certa equivalência entre os gêneros em todos os níveis de estudo, chamando mais a atenção no item segundo grau (ensino médio) completo, ambos situados próximos dos quarenta por cento, mas como uma ligeira vantagem para o lado feminino (Figura 4).

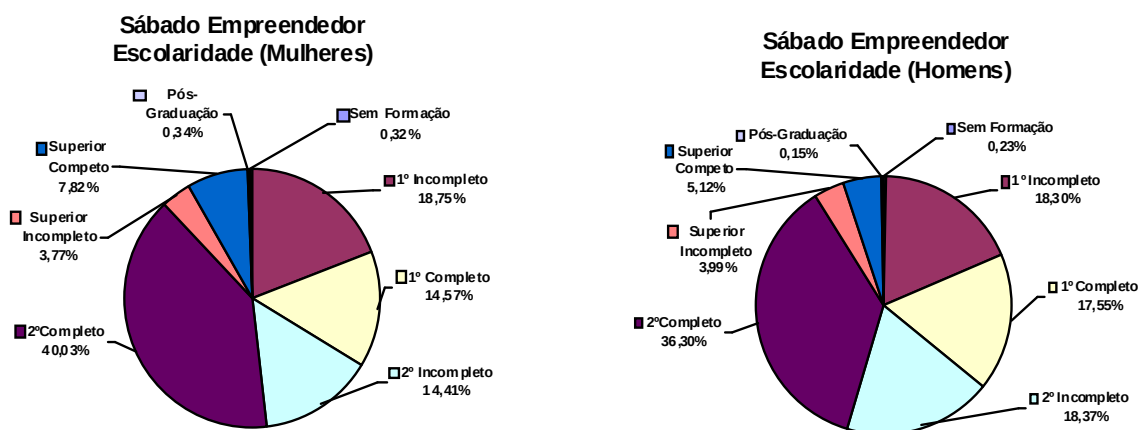


Figura 4
Fonte: SiacWeb-Sebrae-PB

Isso indica, nesse universo pesquisado de participantes do Sábado Empreendedor, a confirmação de dados de outras pesquisas sobre a elevação da escolaridade, especialmente entre as mulheres.

Ressalte-se aqui o nível de qualificação dessa força de trabalho, refletida nos percentuais de portadores de certificados do ensino médio, em torno dos 40%, sejam homens ou mulheres.

De acordo com Segnini (2000, p.170) questionando “o consenso que a relação entre trabalho e educação parece ser portadora”, o que se vê “é um crescente desemprego de trabalhadores escolarizados, (...) o que torna relativa essa perspectiva instrumental da educação que se expressa como se fosse capaz de garantir o emprego ou, até mesmo, o trabalho”. Mais adiante, o que é confirmado aqui pelos dados, (p.172), afirma ainda a mesma autora, que “os jovens no

Brasil, assim como em outros países do mundo, constituem o grupo social mais escolarizado e mais desempregado, ou, mesmo, inserido em trabalhos precários. Por exemplo, para os mais escolarizados, observa-se a proliferação do subemprego com a denominação de estágio”.

Avançando um pouco na análise, verificando o nível escolaridade segundo o estado civil de homens e mulheres observa-se novamente uma certa equivalência entre os gráficos. Chama, no entanto, a atenção o fato de que as mulheres, independente do estado civil, apresentam um maior índice de formação superior em relação aos homens.

Já em relação ao ensino médio completo observa-se que as mulheres solteiras se destacam, tanto entre os homens (solteiros ou casados) como entre as outras mulheres. O que se observa, no entanto, é a tendência já identificada em outros estudos. Adicionando, por exemplo, os índices dos (as) que concluíram o ensino médio, sejam solteiros(as) ou casados (as), vê-se as mulheres com quase 80%, enquanto os homens situam-se em torno dos 75%.

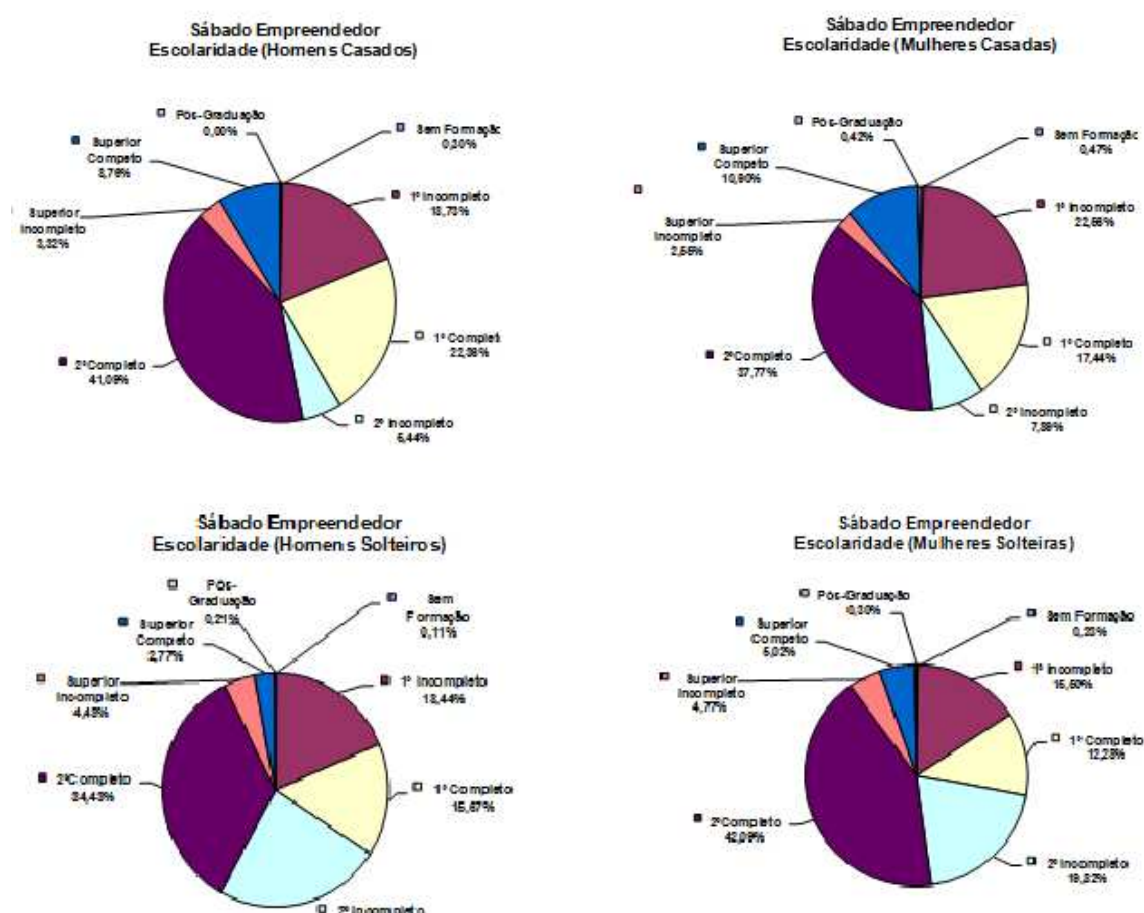


Figura 5

Fonte: SiacWeb-Sebrae-PB

Em relação às profissões, há dois grandes grupos que se destacam igualmente entre homens e mulheres: os (as) que se declaram estudantes e agricultores (as) (Figura 6).

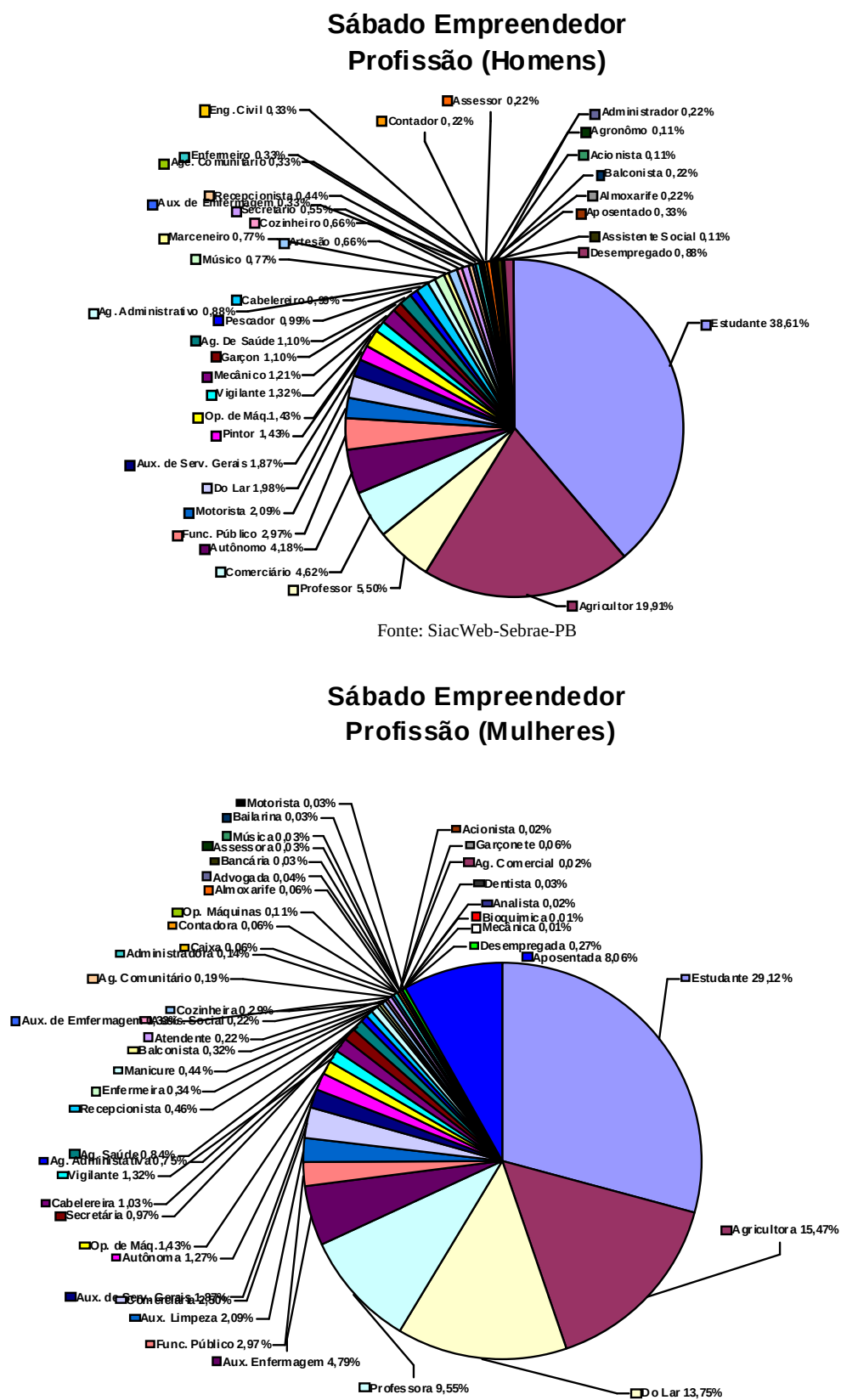


Figura 6

Fonte: SiacWeb-Sebrae-PB

Entre os homens são 38,61% de estudantes que, como se viu no gráfico de escolaridade, em sua maioria têm o ensino médio completo. Analisando os dados das mulheres observa-se uma taxa de 29,04% de estudantes, sendo o percentual daquelas que alcançaram o ensino médio completo um pouco maior que o dos homens (40,03%), como se vê nos gráficos que retratam a escolaridade dos (as) participantes do Sábado Empreendedor.

Os números bem significativos de homens e mulheres que se declaram agricultores (as), 19,91% e 15,43%, respectivamente, devem-se ao fato da maior parte dessas oficinas do Sábado Empreendedor acontecerem em municípios do interior do estado (cerca de 90% delas), com proximidade das áreas rurais.

Com essa análise envolvendo as informações dos (as) participantes do Programa Sábado Empreendedor enfatizando a participação por gênero, estado civil, faixa etária, escolaridade e profissão, algumas conclusões podem ser tiradas, acerca dessa ação educacional do Sebrae. Mesmo se tratando de uma ação presencial, distingue-se das demais que são ofertadas pela instituição, nessa mesma modalidade, pelo grande volume de jovens e adultos que são capacitados a cada uma de suas edições. Esses números nunca são inferiores a quinhentos, ocupando estruturas físicas nos municípios que comportam essa quantidade de educandos em diversas salas.

Como se viu a maior parte desse público é feminina, quase 90 %. Entre esse contingente as mulheres casadas se sobrepõem (40,53%) em relação aos homens (25,66%), perdendo terreno para o sexo masculino quando se refere ao estado civil solteiro. Aqui os homens são maioria (70,88%) cabendo às solteiras o percentual de 54,17%.

Os homens em idade de ingressar no mercado de trabalho também estão em superioridade nessa análise (52,21%), em relação às mulheres (36,33%).

Quando o exame é feito com base na escolaridade, verifica-se uma pequena vantagem favorável às mulheres, tanto em termos de estudo superior completo como de conclusão do ensino médio. Essa diferença varia um pouco quando a análise envolve as variáveis escolaridade e estado civil. Aqui as mulheres solteiras (42,09%) passam os homens (34,43%) nessa mesma condição, mas são superadas pelos homens casados (41,09%), que voltam a ter a maioria sobre elas (37,77%).

Na análise segundo as profissões verifica-se uma predominância entre homens e mulheres, de estudantes (38,81% x 29,12%), sendo a que mais se aproxima desses números a de agricultor (a) e as chamadas “do lar”, entre as mulheres (13,75%).

É real, portanto, pelo que os números e análises evidenciam, a procura por jovens e adultos, mulheres e homens (esses em menor número) de oportunidades de aprendizados que conduzam a uma atividade empreendedora que supra a carência na oferta de empregos e geração de renda. Pelas características dessas oficinas que compõem o Sábado Empreendedor, esse é um caminho que pode ser aperfeiçoado, principalmente atenuando a feminização de suas ações, permitindo que um maior número de homens acesse a esses eventos. Mas sem esquecer que a conquista alcançada pelas mulheres, traduzida pelos números que lhes dão essa supremacia no Sábado Empreendedor, conforme comprovado nesse estudo, foi à custa de muitas lutas e sacrifícios, muitos deles impostos pelo próprio homem.

5.8. Sugestões de melhoria

Como elemento tradutor da eficácia da atuação do Sebrae no estímulo ao desenvolvimento da capacidade empreendedora de jovens e adultos, o Programa Sábado Empreendedor, que pelas suas características mereceu uma análise em capítulo à parte, constitui-se em significativa referência na forma de agir da organização. A sua ação, no entanto, apesar do sucesso já comprovado pelo número de participações, pode ainda ser aprimorada.

A análise dos dados relativos às oficinas realizadas desde 2005, tendo como principal achado o grande número de mulheres que delas participam, leva a que sejam sugeridas algumas ações, para um melhor funcionamento desses eventos. Além de continuar atendendo à grande demanda feminina, é possível que algumas medidas tornem essa participação mais efetiva, além, claro, de também incentivar a presença masculina nessas realizações.

Observa-se pelo perfil dos temas das oficinas que hoje são oferecidas, certa feminização (CALIL, 2007) das ações, o que naturalmente já “seduz” as mulheres à participação. Algumas atividades ofertadas, como por exemplo, decoração de bolos ou arranjos natalinos, trazem um apelo maior ao envolvimento feminino, embora não haja nenhum impedimento à presença masculina nelas. Sugere-se, então, que seja destinado um percentual maior de

oficinas com perfil mais masculino, por exemplo, mecânico de bicicletas, incrementando, com isso, a participação de representantes desse gênero. Isso porque, sendo a ocorrência dessas ações maior em cidades do interior do estado - cerca de 90% delas - abrangendo moradores da zona rural, e por ser mais intensa a pobreza nessas áreas – 58% vivem abaixo da linha de pobreza (FRANCO, 2002, p.52) - deve-se observar que o seu alcance deve ser indistinto para homens ou mulheres. Segundo Franco (2002, p.53), “*o percentual de homens pobres é, em valores de 1997, de 34%, enquanto o de mulheres na mesma condição fica em 33,8%*”.

Desta forma, as oficinas realizadas devem contemplar ambos os sexos, muito embora não devam ser desconsideradas as questões de gênero nessas escolhas, em razão das fortes indicações de que as mulheres continuam discriminadas no mercado de trabalho em relação aos homens. Sendo assim, a “*ocupação feminina*” do espaço do Sábado Empreendedor, trata-se de uma conquista que não pode ser ignorada pelos organizadores dessa atividade.

Uma outra sugestão de melhoria para o Programa está associada ao conceito de transversalidade de gênero, que é a “*incorporação da melhoria do status das mulheres em todas as dimensões da sociedade*”, (...) , “*cujo impacto vinculante deve ser assimilado por todas as políticas públicas, considerando as especificidades das mulheres e dos homens*” (BANDEIRA, 2004, p.12). Pensar transversalmente, portanto, significa identificar as repercussões que uma ação terá em diversas outras áreas e não apenas naquela que está sendo alvo mais diretamente da intervenção.

Examine-se, por exemplo, o universo em que está envolvida a mulher, cliente potencial e em maior número, do Programa Sábado Empreendedor. Como se viu em dados apresentados anteriormente, uma boa parte delas é casada, 40,53%, e em idade fértil (65% entre 15 e 34 anos) o que leva à suposição, que é real, de terem filhos menores, que poderiam ser um entrave à participação de algumas delas no programa. A sugestão é que sejam oferecidas algumas ações complementares dedicadas a esse público infanto-juvenil que acompanha as mães nesses eventos. Cuidados médico-odontológicos, atividades recreativas, jogos cooperativos que trabalhem conceitos de empreendedorismo, trabalhos manuais, estímulo ao associativismo, são alguns exemplos de ações que podem ser desenvolvidas com esse público mirim. É, na verdade, uma forma de já ir iniciando essas pessoas no mundo do empreendedorismo.

Como se trata o Sábado Empreendedor de um evento realizado em parceria com as prefeituras dos municípios, nos acertos iniciais para a definição dos encargos, poderia caber às edificações, por meio das Secretarias de Educação, Saúde, entre outras, a responsabilidade por destinar os profissionais encarregados por tais ações. Procedendo assim, além da iniciação empreendedora para o público infanto-juvenil, estaria sendo criada uma condição mais favorável de participação para as mulheres, o que afetaria qualitativamente o seu envolvimento nesses eventos.

Outra observação importante é que as ações que hoje são desenvolvidas no Sábado Empreendedor encaminham as pessoas para atividades individualizadas, na linha do trabalho autônomo, com as características indicadas por Yunus, já referidas nesse trabalho, que oferecem certa mobilidade e flexibilidade para a participação da mulher. Conveniente seria, então, que o associativismo passasse a fazer parte dos conceitos trabalhados, estimulando os (as) participantes a um trabalho mais cooperativo, na busca de soluções conjuntas para os problemas que são comuns a essas atividades.

Uma outra linha de ofertas que pode ser incrementada é a de trabalho com oficinas à base de produtos orgânicos. Há hoje no mundo uma crescente busca por bens elaborados sem a adição de produtos químicos, de forma a permitir uma melhor qualidade de vida aos seus consumidores. A sua produção varia desde os produtos menos elaborados, como os hortifrutigranjeiros, passando pela produção de leite, café, até os produtos têxteis. São referências nessa área, por exemplo, os tecidos fabricados com algodão naturalmente coloridos, cujas pesquisas mais avançadas são conduzidas no município de Campina Grande, na Paraíba. Segundo dados da Embrapa (2006) a procura mundial por esses produtos orgânicos cresce 40% ao ano, superando em muito a velocidade em que se desenvolve a oferta. Apesar dessa excelente perspectiva de mercado, os números da produção desses bens são ainda inexpressivos no Brasil. Utilizando ainda informações da Embrapa, os números indicam que a produção de orgânicos no país representa apenas 2% do mercado de frutas, legumes e verduras, mesmo considerando um crescimento em média, de 50% ao ano, no mercado produtor. Outra informação importante a ser considerada é que, apesar desse elevado incremento anual, estudos de mercado revelam uma defasagem de 30 a 40% entre a oferta e a demanda. Todos esses dados apontam para uma excelente oportunidade de negócio em se dedicar a esse tipo de atividade, além do apelo de sustentabilidade a ela associada.

Essas são algumas sugestões de melhoria que podem ser incorporadas às oficinas do Sábado Empreendedor. O sucesso desses eventos em relação ao número de pessoas assistidas, bem como aos resultados em termos de geração de renda e melhoria da auto-estima dos (das) participantes, sinalizam ser esta atividade adequada ao que se propõe, contribuindo para o aprendizado do empreendedorismo – o *Aprender a Empreender* - de todos (as) os (as) participantes.

6. Considerações finais

O propósito desta dissertação, expresso em seu objetivo geral, foi o de investigar, em base documental pertinente, a contribuição do Sebrae a partir de suas ações educacionais para o aumento da capacidade de empreender – *o aprender a empreender* – de jovens e adultos, face às mudanças no mundo do trabalho. O conhecimento gerado a partir de base documental interna da instituição permitiu compreender as estratégias estabelecidas pela entidade para levar essas ações aos quatro cantos do País, com a disseminação da cultura do empreendedorismo.

Verificou-se que as atividades educacionais postas à disposição desse público de jovens e adultos pelo Sebrae chegam ao seu destino em larga amplitude, com o uso do ensino a distância. Para isso são utilizadas mídias diversas como rádio, televisão e internet, algumas vezes apresentadas simultaneamente, reforçando o conteúdo, alcançando assim, pelo espectro que abrange, um número potencial de beneficiados que são contados aos milhões.

As diversas ações educacionais veiculadas a distância foram analisadas, verificando-se assim o alcance de cada uma delas, além da potencialidade que o seu uso mais intensivo pode trazer na disseminação da cultura do empreendedorismo.

Presencialmente verificou-se que essas ações acontecem de maneira diferenciada com o Sábado Empreendedor, programa de capacitação massiva que valoriza o aprender fazendo, e que tem a forte característica de abrigar em suas oficinas de trabalho um significativo número de mulheres.

O avanço feminino com a sua participação crescente nas atividades empreendedoras foi aqui captado por meio de diversos estudos de referência internacional, referendado nos aspectos evolutivo históricos das questões de gênero.

Entre os jovens e adultos alcançados com essas ofertas voltadas para a disseminação da cultura do empreendedorismo, encontram-se empreendedores já estabelecidos, com seus negócios em funcionamento, como também os que se constituem em potenciais proprietários

de empreendimentos, aptos e ávidos que se encontram para ingressarem no mundo do trabalho.

Estes últimos – especialmente os mais jovens - enfrentam, em maior grau, as dificuldades geradas pela escassez na oferta de empregos formais, como consequência das mudanças que ao longo dos anos vêm se processando nessa esfera. Entre esses indivíduos encontram-se os que, mesmo não enveredando pelo caminho do empreendedorismo apoiado na criação de um pequeno negócio, terão vantagens se, estando inseridos no mundo do trabalho como empregados tiverem uma postura empreendedora em suas ações.

Alguns sinais importantes foram identificados nesse estudo e que merecem uma investigação mais acurada para serem ou não confirmados como sendo resultados das ações educacionais desenvolvidas pelo Sebrae. O mais significativo deles é extraído dos estudos denominados Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil, realizados em 2004 e 2007, investigando empresas criadas no período de 2000 a 2002 e de 2003 a 2005.

Verificou-se nesses estudos um significativo avanço nos índices de sobrevivência das empresas, após dois anos de criadas. As taxas que beiravam os 50% no início dos anos 2000, evoluíram favoravelmente para 78% em 2007 (SEBRAE, 2007, p.14) o que pode ser visto – consideradas outras variáveis que dependem de estudos para comprovar - como um possível sinalizador da eficácia dessas ações de Educação Empreendedora na conformação entre jovens e adultos do aprendizado para o empreendedorismo. Isso porque a abrangência da pesquisa coincide com o período iniciado pelo planejamento estratégico do SEBRAE de 1999-2000, que redirecionou as suas ações de capacitação visando ampliar substancialmente o atendimento, saindo da ordem dos milhares para o dos milhões. Tal informação, no entanto, trata-se apenas de uma suposição, um possível indicador de eficácia, uma vez que carece de pesquisa de campo, com estudos mais precisos entre esses prováveis beneficiados, para que se possa ratificar ou não essa hipótese.

Ainda que os números alcançados pelas ações educacionais oferecidas sejam significativos, principalmente levando-se em conta os quantitativos gerados com a forma individualizada como se dava o atendimento anterior ao direcionamento estratégico que desencadeou as ações de Educação Empreendedora com o ensino a distância, os resultados estão longe de serem os desejáveis. O avanço está em que a contagem anterior da presença do Sebrae na comunidade,

que era feita em centenas, alcançando poucos milhares, passou a ter uma apuração feita em outra ordem de grandeza. Com a nova abordagem de utilização do ensino a distância, a contabilização passou a ser registrada em milhões de jovens e adultos contemplados com as suas ações.

Mas a atuação isolada da Instituição não é bastante para que esses resultados se ampliem, fazendo crescer o seu alcance. Contribui muito para que se atinja esse propósito, o estabelecimento de parcerias com outras entidades, como a ocorrida recentemente em novembro de 2008, para a realização da Semana Global de Empreendedorismo. Considerada o maior evento mundial nessa área e promovida pela ONG Endeavour, a semana fez parte da campanha nacional Bota pra Fazer, com o objetivo de despertar nas pessoas a atitude empreendedora e incentivar negócios inovadores. A forma utilizada pelo Sebrae para participar desse grande acontecimento, deu-se com a reprise de boa parte do acervo sobre empreendedorismo já produzido pela instituição em parceria com a TV Futura. Durante todo o mês de novembro de 2008, os programas Aprender a Empreender, Comércio Justo e Solidário e Juntos Somos Fortes voltaram à grade de programação daquele canal, difundindo informações sobre empreendedorismo para milhões de telespectadores.

São essas e outras ações dessa natureza que contribuem para que o Sebrae seja reconhecido nacionalmente pelo trabalho que desenvolve em prol da disseminação da cultura empreendedora. Tal fato é atestado em pesquisa recente, realizada com mais de 12 mil entrevistas em todo o país, encomendada pela revista Época Negócios, da Editora Globo, em seu suplemento Época Negócios 100 – As Empresas de Maior Prestígio do Brasil (2008). Em todos os quesitos avaliados pela pesquisa - admiração, confiança e ética, qualidade, responsabilidade social e ambiental, história e evolução e postura inovadora - o Sebrae é colocado à frente de respeitadas instituições nacionais na área educacional. Os programas de rádio, TV e internet, são os que dão maior visibilidade para a comunidade reconhecer na Instituição, a sua importância como propagadora da idéia do empreendedorismo.

Tudo isso só comprova o acerto da política do Sebrae para a Educação Empreendedora, originada em seu planejamento estratégico do início dos anos 2000, que é disseminar entre milhões de pessoas jovens e adultas, a cultura do empreendedorismo. Esta é a marca da Instituição e o que a faz tornar-se conhecida e reconhecida na comunidade pelo trabalho que realiza.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Antonio Carlos. Max Weber e ética protestante. Valor, São Paulo, nº 390, ano 8, 28 a 30 mar.2008.

ANTUNES, Ricardo ; ALVES, Giovani. *As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital*. Educação e Sociedade. Campinas, vol.25, n.87, p.335-351, mai/ago.2004.

ARAUJO, Sebastião Lopes. *A metodologia da Capacitação Massiva como Instrumento de Inclusão social*. 2002. 63 f. Monografia (apresentada ao final do curso de especialização em Políticas Públicas para obtenção do título de especialista) – Universidade de Brasília: Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.unb.br/ceam/np3/monografias/sebastiao_araujo.pdf>. Acesso em 10 mai. 2008.

BANCO MUNDIAL.Desafios e oportunidades para a igualdade entre gêneros na América Latina e Caribe- 2003 Disponível em:<http://www.obancomundial.org/index.php/content/view_folder/101.html> . Acesso 20 jun.2007

BANDEIRA, Lourdes. Avançar na transversalidade da perspectiva de gênero nas políticas públicas. Disponível em http://200.130.7.5/spmu/docs/integra_public_lourdes_bandeira.pdf. Acesso em: 12 jul.2008.

_____. *Brasil: Fortalecimento da secretaria especial de políticas para as mulheres para avançar na transversalização da perspectiva de gênero nas políticas públicas*. CEPAL, 2004. Disponível em :<http://www.eclac.org/mujer/reuniones/quito/Lourdes_Bandeira.pdf> . Acesso 15 jun.2007.

BLECHER, Nelson. Em sintonia com o país – Sebrae utiliza rádio e internet para formar os novos empreendedores brasileiros. Negócios 100, edição 1, ano 1, no 1, p.99, nov. 2008.

BOMENY, Helena. *No fio da navalha*. Disponível em: www.revistadehistoria.com.br. Acesso em 5 abr. 2008.

BOTO, Carlota. *Na Revolução Francesa, os princípios democráticos da escola pública, laica e gratuita: o relatório de Condorcet*. In: Educação e Sociedade, Campinas, vol 24, n.84 p.735-763, setembro 2003.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

CALIL, Léa Elisa Silingowschi. *Dois aspectos da feminização do trabalho*. Disponível em: <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/lea.htm>>. Acesso em 18 mar.2008.

CAPES. Disponível em : <<http://www.capes.gov.br/servicos/bancoteses.html>>. Acesso em: 18 mai. 2008.

_____. Disponível em : <http://servicos.capes.gov.br/capesdw/Teses.do>. Acesso em 5 fev. 2007.

_____. Disponível em:
<<http://servicos.capes.gov.br/capesdw/resumo.html?idtese=20063531011012011P1>>. Acesso em: 18 mai. 2008.

CAPITAL DE RISCO. Disponível em: < http://www.venturecapital.gov.br/vcn/e_CR.asp>. Acesso em: 2 ago.2008.

CARDOSO, José Álvaro de Lima. *Escolaridade e emprego no Brasil*. 2005. Disponível em: <http://www.fetecsp.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=22690&Itemid=0>. Acesso em: 18 jun. 2008.

CARVALHO, Maria Eulina Pessoa de. *Consciência de gênero na escola: problematizando a pedagogia crítica na formação docente*. In: Paulo Freire na História da Educação do Tempo Presente, org. Afonso Celso Scocuglia. Porto, Portugal: Afrontamento, 2006.

CHARLOT, Bernard. Conferência: Será que uma “outra” escola está emergindo?, proferida na Conferência Internacional Educação, Globalização e Cidadania. João Pessoa, fevereiro de 2008.

DIAS, Edison Luiz. *Um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores sobre os valores referentes ao trabalho*. 2001. 187 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – PPGE/LED – UFSC, Florianópolis.

EXPORTARBRASIL.Comércio exterior e negócios internacionais. Disponível em: <<http://www.exportarbrasil.com/barreiras2.htm>>. Acesso em 31 mar.2008.

CRUZ, Marcio José Vargas da et al. *Uma análise do impacto da composição ocupacional sobre o crescimento da economia brasileira*. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/pdf/ANPEC_IPEA.pdf>. Acesso em 26 jun.2008.

CUNHA, Luiz Antonio. *O ensino profissional na irradiação do industrialismo*. 2. ed. São Paulo: UNESP, 2005.

DELORS, Jacques (Coord.). *Educação um tesouro a descobrir- Relatório para a Unesco da comissão internacional para o século XXI*. São Paulo: Cortez, 1988.

DOLABELA, Fernando et al. *A influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora na América Latina: um estudo em 11 países*. Belo Horizonte: FDC, 2008.

_____. Pedagogia empreendedora é instrumento de transformação cultural. A Tarde, Salvador, 20 jan. 2008. Caderno Empreendedorismo Negócios & Desenvolvimento – um guia para economia dos pequenos negócios.

_____. Pedagogia Empreendedora. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

EMBRAPA. Cenários Mundiais, Nacionais e de Mato Grosso. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.seplan.mt.gov.br/arquivos/A_928750db01869ca2b29f668576069757MACROCENARIOS.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2008.

FERREIRA, Armando Leite. *Rota de navegação: Desafio Sebrae*. Rio de Janeiro: Expertbooks, 2007.

FILION, L.J. apud DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

_____. *Do empreendedorismo a empreendedorologia: o surgimento de uma nova disciplina*. Journal of Enterprising Culture, Montreal, v. 6, 1988. Traduzido e adaptado por Jovino Moreira da Silva. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. UESB). Disponível em: <http://www.uesb.br/sheng/4.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2008.

FRANCO, Augusto de. *Além da Renda. A pobreza brasileira como insuficiência de desenvolvimento*. Instituto de Política. Brasília: Millenium, 2002.

_____. *Porque precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável*. Brasília: Agora/Instituto de Política, 2000.

FREITAS, Maria da Conceição da Silva. *Educação Profissional da Juventude na crise do emprego*. Disponível em : <<http://www.scielo.br/pdf/se/v19n2/v19n2a20.pdf>>. Acesso em: 4 jun. 2008.

GEM . *Empreendedorismo no Brasil*. Curitiba: IBQP, 2000 a 2008.

_____. *Empreendedorismo no Brasil:2003*. Curitiba: IBQP, 2003.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2007*. Curitiba: IBQP, 2008.

_____. *Empreendedorismo no Brasil: 2005*. Curitiba: IBQP, 2005.

GOHN, Maria da Glória. *Educação Não-Formal e Cultura Política*. Cortez: São Paulo, 1999.

_____. *Educação não-formal na pedagogia social..* In: I CONGRESSO INTERNACIONAL DE PEDAGOGIA SOCIAL, 1., 2006, . Anais eletrônicos... Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, Disponível em: <http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000092006000100034&lng=pt&nrm=abn>. Acesso em: 30 jan.2008.

GÓIS, Antonio. *Escolaridade x Emprego*. Disponível em: <<http://aprendiz.uol.com.br/homepage.mmp>> Acesso em: 17jun. 2008.

GONÇALVES, Maria Helena Barreto; BOTINI, Joana; PINHEIRO, Beatriz Arruda de Araújo et al. *Referenciais para a educação profissional do SENAC*. Rio de Janeiro: SENAC/DFP/DI, 2004.

GUAREZI, Rita. *Aprender sempre de todas as formas e em qualquer lugar – A informação no processo de construção do conhecimento*. In: Conhecer SEBRAE – Educação a Distância. Brasília: 2008.

GUZMÁN, Virginia e IRIGOIN, Mría E. *La equidad de gênero en la educacion de adultos*. In: UNESCO. Prioridades de acción en el siglo XXI. Santiago do Chile, Mayo 2000.

HUBERMAN, Leo. *História da Riqueza do Homem*. 11.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*, 2006.

_____. Diretoria de pesquisas, coordenação de trabalho e rendimento. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2004-2005

IPM. *Indicador de Alfabetismo Funcional 2007*. São Paulo: Ação Educativa, 2007.

IUB. Disponível em: <<http://www.institutouniversal.com.br/historia.asp>>. Acesso em 12 ago.2008.

KNOWLES, Malcom S. *Educação Permanente e Desenvolvimento de Recursos Humanos* (Seminário de Educação Permanente e Desenvolvimento de Recursos Humanos) . Salvador:UFBA, 1978.

LAASSER, Wolfram (org.) *Manual de criação e elaboração de materiais para Educação a Distância*. Brasília: CEAD;Editora Universidade de Brasília, 1997.

LAJUGIE, J. *As Doutrinas Econômicas*. 4. ed. São Paulo: Difel, 1976.

LEITE. Emanuel. *O fenômeno do empreendedorismo*. Recife: Bagaço, 2000.

LÉON, Antoine. *Psicopedagogia dos Adultos*. São Paulo: Editora Nacional , 1977.

MACHADO, Ana Luiza. A Educação no país evoluiu, mas ainda não é para todos. *Revista Escola*, São Paulo, Ano 23, n. 210, p. 32-36, março, 2008.

MOORE, Michel ; KEARSLEY, Greg. *Educação a Distância – Uma visão integrada*. São Paulo: Thomson Learning, 2007

NOGUEIRA, Mazzei Cláudia. *A feminização no mundo do trabalho: entre a emancipação e a precarização*. Disponível em: < <http://www.galizacig.com/index.html>>. Acesso: 12 fev.2008

OIT.*Gênero, Raça, Pobreza e Emprego: O Programa GRPE no Brasil/Programa de Fortalecimento Institucional para a Igualdade de Gênero e Raça, Erradicação da Pobreza e Geração de Emprego (GRPE)* – Brasília: OIT-Secretaria Internacional do Trabalho, 2006.

OITBRASIL, Disponível em: <<http://www.oitbrasil.org.br/emprego.php>>. Acesso em 17 jun. 2008.

ORLETTI, Elisabeth. *Novos desafios para a qualificação profissional*. In: *Revista Trabalho Necessário*, ano 5, nº 5, 2007.Disponível em: <<http://www.uff.br/trabalhonecessario/index.htm>>. Acesso em 24 jun. 2008.

PASSOS, Carlos Artur Kruger et al. *Empreendedorismo no Brasil, 2007*.Curitiba:IBQP, 2008..

PIRES, Aquiles Augusto Maciel. *Empreendedorismo, protagonismo e pedagogia de projetos: uma simbiose transdisciplinar*. 2006. 206 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) Cefet MG, Belo Horizonte.

POCHMANN, Marcio. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/canal_aberto/clipping/marco2007/clipping070305_cpopular.html#2>. Acesso em: 4 jun. 2008.

_____. *Educação e Trabalho: como desenvolver uma relação virtuosa?* Educação e Sociedade. Campinas, vol.25, n.87, p.383-399, maio/ago.2004.

_____. *Emprego e custo do trabalho feminino no Brasil no final do século XX*. Disponível em: <<http://www.oitbrasil.org.br/info/downloadfile.php?fileId=180>>. Acesso em 28 jun.2007.

_____. *Situação do jovem no mercado de trabalho no Brasil: um balanço dos últimos 10 anos*. São Paulo, 2007.

REIS, Zenaide Radanesa dos. Micro e Pequenas Empresas: a importância de Aprender a Empreender. 1v. 89p. Profissionalizante. Fundação Getúlio Vargas/RJ – Administração. Disponível em: <<http://servicos.capes.gov.br/capesdw/>>. Acesso em: 18 mai. 2008

RODRIGUES, Verone Lane. *Pedagogia da Humanidade: Por uma epistemologia feminina Freireana*. In: Revista Lusófona de Educação, Lisboa: Edições Universitárias, 2007.

ROGAR, Silvia. Com 50 anos e sem patrão. Veja, edição 2068, ano 41, nº 27, p.32, 9 jul.2008.

ROSSITER, Raissa ; MALVESTITI, Mirela. *Gestão de curso sobre empreendedorismo pela Web*. Disponível em: <www.abed.org/congresso2002/trabalhos/texto51.htm>. Acesso em 9 mar. 2008

SANDRONI, Paulo. *Novíssimo Dicionário de Economia*. São Paulo: Best Seller, 1999.

SANTOS, Magda Raquel Guimarães Ferreira dos. Os jogos de empresas como recurso didático na formação de administradores. *Novas Tecnologias na Educação*. Cited-UFRGS. Disponível em: < <http://www.cited.ufrgs.br/ciclo10/artigos/2aMagda.pdf> >. Acesso em 13 out.2008.

SCHUMPETER, Joseph A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985 (Col. Os Economistas)

SCOCUGLIA, Afonso Celso e MELO, José Francisco (Org.). *Educação Popular: outros caminhos*. 2. Ed., João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.

SCOCUGLIA, Afonso Celso. *A Educação de Jovens e Adultos – Histórias e Memórias da Década de 60*. Plano. Brasília: 2003.

SEBRAE. *Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil – 2000-2002*. Brasília: Sebrae, 2004.

_____. *A gente sabe a gente faz – Vendas. Resultados do projeto em 2005 e 2006*. Brasília: Sebrae, 2006.

_____. *Conhecer Sebrae – Educação a Distância*. Ano I, Edição 1, Brasília: Sebrae, 2008.

_____. *Desafio Sebrae 2003-2007 – Pesquisa de Impacto. Relatório de Atividades Fase II*. Brasília: Sebrae, 2003-2007.

_____. *Desafio Sebrae 2005 – Pesquisa de Impacto. Relatório de Atividades Fase II.* Brasília: Sebrae, 2005.

_____. *Desafio Sebrae 2007 – Pesquisa de Impacto. Relatório de Atividades Fase II.* Brasília: Sebrae, 2007.

_____. *Direcionamento Estratégico 1999-2000.* Brasília: Sebrae, 1999.

_____. *Direcionamento Estratégico do Sistema Sebrae 2006 – 2010.* Brasília: Sebrae, 2006.

_____. Disponível em < <http://ipgnweb1.iea.com.br> >. Acesso em: 5 mai. 2008.

_____. *Educação empreendedora para pequenos produtores rurais via rádio.* Brasília: Sebrae, 2006.

_____. *Educação sem fronteiras.* In: Conhecer Sebrae – Educação a Distância. Ano I, Edição 1, Brasília: 2008.

_____. *Expansão do Projeto de Educação Empreendedora Por Meio de Rádio.* UEDCE, Sebrae: 2003.

_____. *Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil:2000-2002.* Brasília: Sebrae, 2004.

_____. *Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil:2003-2005.* Brasília: Sebrae, 2007.

_____. *Guia de Planejamento de Materiais de Estudo para Soluções Educacionais.* SEBRAE, Brasília, 2007.

_____. *Programa de Educação à distância via rádio.* Brasília: 2001.

_____. *Projeto de atendimento e promoção da cultura da inovação por meio de mídias integradas.* Brasília: Sebrae, 2008.

_____. *Projeto de Educação à distância via rádio. A gente sabe a gente faz – vendas.* Brasília:Sebrae, 2004.

_____. *Projeto de Educação à distância via rádio. A gente sabe a gente faz – vendas.* Brasília: Sebrae, 2005.

_____. *Referenciais para uma nova praxis educacional.* Brasília: Sebrae, 2001.

_____. *Regulamento do Desafio Sebrae,* disponível no site <<http://www.desafio.sebrae.com.br/Script/SbrJogoReg.asp>>. Acesso em 5 set. 2008.

_____. *Relatório final A Gente Sabe, A Gente Faz – Rural e Lei Geral 2007.* Pesquisa da Oboré – Projetos Especiais em Comunicações e Artes. Brasília: 2007.

_____. *Sebrae: 30 anos parceiro dos brasileiros.* Brasília: Sebrae, 2002

_____. *Termo de Referência Sábado Empreendedor .* João Pessoa: Sebrae, 2006

_____. *Termo de Referência Sebrae para o comércio Justo*. 2. ed. Brasília: SEBRAE, 2006.

_____. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/historico>>. Acesso em 17 dez. 2008.

SEGNINI, Liliana Rolfsen Petrilli. *Educação e Trabalho – uma relação tão necessária quanto suficiente*. In: São Paulo em perspectiva. Vol 14, no 2. São Paulo. Abril-junho 2000. Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?scrip=sci_arttex. Acesso em 21 nov. 2007.

SESI/UNESCO, Conferência Internacional sobre a educação de adultos: Declaração de Hamburgo: agenda para o futuro. Brasília: Sesi/Unesco, 1999.

SILVA, Alain Tramont e NUNES, Pedro Henrique. *Olympe de Gouges: as mulheres e a revolução*.

SOIHET, Rachel. *História das mulheres e relações de gênero: debatendo algumas questões*. Disponível em: <www.comciencia.br/reportagens/mulheres/16.SHTML>. Acesso em 18 nov. 2007

SOUZA, Adriano Mhon e. *Jovens e Educação Empreendedora: que discurso é esse?* 2006. Dissertação (Mestrado em Educação)-Universidade Católica de Goiás, Goiânia. Disponível em: <<http://servicos.capes.gov.br/capesdw/>>. Acesso em: 18 mai. 2008.

TAVARES, Maria da Conceição. *Da substituição de importações ao capitalismo financeiro – Ensaio sobre a economia brasileira*. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

UFF. Disponível em : <www.historia.uff.br/nec/entrsrcs.htm-36k>. Acesso em 9 jan. 2008.

UFRGS. Disponível em <<http://www.nucleomulher.ufrgs.br/Beijing1.htm>>. Acesso em 11 jun. 2007.

UM.DK. Disponível em: <<http://www.um.dk/da/menu/Udviklingspolitik/PolitikOgStrategier/Ligestilling/Temaer/Wom ensEconomicEmpowermentAsSmartEconomics>> . Acesso em 15 jun. 2007.

UNDP. Disponível em : <<http://www.undp-povertycentre.org/pub/IPCPovertyInFocus13.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2008.

UNESCO. *Classificación Internacional Normalizada de la Educación – CINE 1997*. Mayo 2006 reedición. Disponível em: <http://portal.Unesco.org/education/en/file_download.php/eadd6fcce6a33e0a692003417c7e168ISCED_A+word.doc> . Acesso em 7 jun. 2008.

_____. Disponível em: <<http://www.brasilia.Unesco.org/publicacoes/docinternacionais>>

_____. *Educação de Jovens e Adultos: Uma memória contemporânea* .Brasília: Unesco/Mec, 2004.

_____. Gênero e Educação para todos – O Salto rumo à igualdade (Relatório conciso) . Disponível em:
<http://www.Unesco.org.br/publicacoes/livros/generoeducacao/mostra_documento>. Acesso em: 2 jun. 2007.

_____. *La obra de alfabetización de la Unesco: balance, estrategias y acción futura*. Paris: Unesco, 1987. Disponível em:
<<http://unesdoc.Unesco.org/images/0007/000750/075081so.pdf>>. Acesso em 21 mar. 2008.

_____. *La Educación de Jóvenes y Adultos en América Latina Y El Caribe hacia un estado del arte*. Saantiago de Chile: UNESCO, 2005.

_____. -CEAAL-CREFAL-INEA. *La educación de personas jóvenes y adultas en América Latina y el Caribe*. Prioridades de acción en el siglo XXI. Santiago de Chile, Mayo, 2000.

UNICAMP. Disponível em: <<http://www.fe.unicamp.br/gepesa/arquivos/vconfintea.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2008.

WICKERT, Maria Lucia Scarpini. Referenciais Educacionais do Sebrae: versão 2006. Brasília: Sebrae, 2006.

WORLDBANK. Disponível em:
<<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/NEWSSPANISH/0,,contentMDK:21232697~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1074568,00.html>>. Acesso em 07 jul. 2007.

WORLDBANK. Disponível em:
<<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTGENDER/0,,menuPK:336874~pagePK:149018~piPK:149093~theSitePK:336868,00.html>>. Acesso em 11 jun. 2007.

YUNUS, Muhammad. *O Banqueiro dos Pobres*. Rio de Janeiro: Ática, 2000.