



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.712, DE 2007 **(Do Sr. Emanuel Fernandes)**

A educação empreendedora passa a integrar obrigatoriamente os currículos da educação brasileira, em todos os níveis: Educação Básica, Ensino Fundamental, Ensino Médio e Ensino Universitário.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-7607/2006.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O ensino de empreendedorismo deve integrar os currículos dos cursos da educação formal em todos os seus níveis: Educação Básica, Ensino Fundamental, Médio e Universitário.

Art. 2º A educação empreendedora deverá preparar o aluno para ser capaz de transformar conhecimentos, idéias, conceitos, em bens materiais ou imateriais que possam oferecer valor positivo para a coletividade.

Art.3º O eixo da educação empreendedora deve ser o conceito de coletividade, de crescimento econômico e desenvolvimento social, e, principalmente, de combate à miséria. O empreendedorismo não deve ser visto somente como um processo de enriquecimento pessoal, mas, essencialmente como um instrumento de melhoria das condições de vida da sociedade. O aluno devera entender que a cooperação, comunicação em rede e democracia são indispensável ao sucesso do empreendedor.

Art. 4º A metodologia de ensino empreendedor deve obrigatoriamente adotar uma abordagem ética, que permita ao aluno a ter a capacidade de discernir entre o empreendimento que oferece valor positivo para a sociedade daquele que subtrai valores da mesma. O resultado do trabalho empreendedor, na empresa, no governo e no terceiro setor deve ser a geração de valor para toda a comunidade.

Art. 5º O conceito de empreendedorismo deve abranger qualquer atividade humana e não somente a atividade empresarial. Assim, a capacidade empreendedora deve ser vista como a capacidade do ser humano de inovar e oferecer valor positivo para a coletividade, em qualquer atividade que abraçar, seja na empresa, nas artes, na ciência, na produção, na literatura, na política ou em qualquer manifestação da atividade humana eticamente aceita.

Art. 6º A estratégia pedagógica deve incentivar e cuidar para que a escolha do tipo de empreendimento a ser criado seja sempre do aluno. A

educação empreendedora deve preparar o aluno para ser capaz de criar um empreendimento na atividade empresarial, terceiro setor e governo.

Art. 7º A educação empreendedora deverá ser internalizada no estabelecimento de ensino, ou seja, deve ser um conteúdo dominado pela escola, devendo ser obrigatoriamente oferecida pelo corpo docente, que deverá ser capacitado através de cursos específicos.

Art. 8º A estratégia pedagógica deve envolver a comunidade que deverá participar dos trabalhos didáticos através da presença de empreendedores reais, entidades públicas e privadas ligadas à atividade empresarial.

Art. 9º Para que os alunos sejam preparados para construir uma visão crítica sobre as políticas públicas e contexto sócio econômico que geram impacto na área, o conteúdo do conhecimento empreendedor deve contemplar a realidade da região em que vive e do país, abordando os elementos favoráveis e desfavoráveis à atividade empreendedora sob os vários aspectos: raízes culturais, marcos regulatórios, oferta de crédito, capacitação, tributação, burocratização, logística, custos, etc.

Art. 10º A capacitação dos professores em todos os níveis da educação deve ser feita através de cursos em que a metodologia de ensino seja a eles transferida. Como o empreendedorismo é um tema cultural e não exclusivamente cognitivo, apoiado em valores, crenças, formas de se relacionar com o mundo, todos os professores de uma unidade escolar devem ser capacitados para que contribuam para a criação, no seu estabelecimento de ensino, de uma cultura favorável à atividade empreendedora.

Art. 11º Deverá ser criada A Semana Nacional do Empreendedor em que haverá atividades dedicadas ao empreendedorismo em todos os estabelecimentos de ensino.

Art. 12º Além das macro políticas de incentivo à atividade empreendedora, os governos federal estadual e municipal deverão criar condições

para apoiar diretamente o empreendedor emergente, criando incentivos através de créditos especiais, planejamento empresarial através de Plano de Negócios, orientação e facilitação na abertura de empresas e aconselhamento nos temas relativos a gestão, contabilidade, legislação, tributação e demais aspectos importantes para o sucesso do empreendedor emergente. Além disso deve-se desenvolver gestões com que possam:

- Aumentar a parceria entre governos regionais, escolas de ensino fundamental e PME's.
- Aumentar a parceria entre universidades e PME's
- Proporcionar aos estudantes a possibilidade de obter experiência prática em pequenas empresas durante seu estudo.
- Envolver empreendedores de sucesso no processo de educação.
- Criar condições de estabelecimento de centros de ensino prático nas PME's.
- Colocar a educação mais perto da prática e vida real.

Art. 13º Os governos local e nacional deverão criar incentivos específicos para o florescimento do empreendedorismo nas comunidades carentes.

Art. 14º A implementação da educação empreendedora poderá e deverá ser feita a custos extremamente baixos, através da preparação de servidores públicos para a capacitação dos pares, em elevada escala.

Art. 15º Os estabelecimentos de ensino terão o prazo de X anos para cumprir os dispositivos da presente lei.

Art. 16º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A Justificativa para este Projeto de Lei vem do texto de Fernando Dolabela a seguir:

Vinte princípios para a educação empreendedora.

Mitos e equívocos

Fernando Dolabela

Consultor da CNI-IEL, CNPq, Softex, Fundação Dom Cabral, AED, ANPROTEC, autor do livro " O segredo de Luísa" , do software de Plano de Negócios MakeMoney e de vários livros na área de empreendedorismo.

A revolução silenciosa do empreendedorismo, frase cunhada por Timmons¹ referindo-se aos Estados Unidos, começa a ganhar as suas primeiras batalhas também no Brasil. Lá, o silêncio refere-se a mudanças de valores. A elite americana está mudando². O personagem mais admirado pelos jovens passa a ser empreendedor de sucesso, que substitui, como modelo na escala social, o WASP e a meritocracia do saber. Para se ter uma idéia, somente ex-alunos do MIT criaram empresas cujo faturamento somado seria o 24º PIB do mundo.

No Brasil, a revolução é também silenciosa, mas por motivos diferentes: não repercute na grande imprensa, nos meios políticos, nas conversas das elites, nas grandes conferências, nas universidades. Na nossa terra ninguém gosta da micro e pequena empresa, justamente o resultado mais direto do trabalho do empreendedor. Será exagero dizer isto? Então vejamos. Quem gosta da MPE? O banco gosta de emprestar para uma micro empresa, com a sua reconhecida instabilidade financeira e precariedade de garantias? Por que a universidade toma a grande empresa como referência para o ensino de administração e, na esmagadora maioria dos currículos, desconhece a MPE? Os poderes instituídos, executivo e legislativo, ao tratarem ou maltratarem a PME com sistemas legais e regulatórios inadequados, ao não se

¹ J. Timmons, New venture Creation, Irwin, 1994

² Nicholas Lemann, Time, 21/02/00

preocuparem com oferta suficiente de seed money, capital de risco e financiamentos, demonstram o seu desinteresse pela micro e pequena empresa. Os jovens, ávidos pela antiga estabilidade hoje existente somente na memória dos pais, mantém o anacrônico fascínio por um emprego nas grandes empresas e no governo. A mãe, ao ver o filho recém formado entrar para uma incubadora, deixa sorrateiramente junto ao seu travesseiro a página de anúncio de empregos da edição dominical do maior jornal. E qual a reação da futura sogra, ao receber o candidato a genro, proprietário de uma pequena empresa, ou seja, alguém sem eira, nem beira ?

Também nós, cidadãos de todas as classes, não votamos em candidatos que defendam a pequena empresa. Também pudera, nunca vi um deles. A pequena empresa não dá voto.

Esta generalizada aversão sócio-cultural à MPE existe apesar dela sustentar mais de 60 milhões de brasileiros. É um paradoxo? Mais um capricho brasileiro? Nem mesmo o próprio empreendedor gosta de ser micro ou pequeno. O mito (importado) é ser grande. Só um sonhador pode sentir-se bem em um país em que a MPE é a vilã da economia e o herói da capa de revista é o empreendedor que fatura milhões. Mesmo que a sua empresa em vez de oferecer, subtraia valor da sociedade.

Exagero? Evidentemente há exceções. Com uma lupa de alto poder pode-se encontrar micro empreendedores felizes porque ousaram sonhar. Eles geralmente estão em incubadoras, ou saíram de alguma sala de aula de alguns professores universitários que teimam em desafiar o sistema.

Este é o quadro geral do empreendedorismo. Ninguém deseja a pequena empresa, mas não há como negar a sua importância. Os motivos são radicais: ela gera nova tecnologia, distribui renda, conhecimento. Cria novos empregos, enquanto as grandes demitem em todo o mundo. É a micro e pequena empresa, no contínuo nascer e desaparecer que dá dinamismo à economia. Ela é a solução para o país que quer se desenvolver e para o jovem que quer trabalho. A grande empresa

(apesar de sua relevância para a economia) e o estado perderam a sua capacidade de ser a principal fonte de empregos. Pelo contrário, demitem. Nos nossos tempos o novo caminho, a via natural, é a pequena empresa. As futuras sogras devem começar a tirar o mofo da prataria para receber o candidato a genro proprietário de um pequeno negócio. Mães devem esconder o jornal com o anúncio de emprego na grande empresa: ela não é um bom ambiente para os seu filhos queridos.

Além disto, aumentando o interesse na área, o conceito de empreendedorismo extrapolou a empresa. Ele está hoje em todas as áreas: no governo, no terceiro setor. As empresas estão buscando o empregado empreendedor, alguém capaz de inovar, de criar novos produtos ou serviços de sucesso.

Mas nada do que foi dito empresta tanta imponência ao empreendedorismo como a percepção dominante nos meios científicos de que ele, o empreendedor, agora e desde sempre, ou seja, a partir do momento em que o ser humano usou a criatividade para melhorar as suas condições de vida, a sua relação com a natureza e com os semelhantes, é o elemento central no processo de desenvolvimento humano, social e econômico. A percepção da importância do empreendedor é recente; o fenômeno em si tem a idade da civilização. Se é modismo, falamos de uma moda que já dura cerca de 10 mil anos.

Há outro motivo pelo qual a revolução do empreendedorismo no Brasil é silenciosa. Ela está usando como principal arma o ensino, outro setor no Brasil que não faz barulho. Pelo contrário, é envolto no silêncio dos temas desimportantes, nos segredos urdidos pela ausência da democracia, na surdina das culpas inconfessas geradas pela vontade das classes dominantes de que tudo permaneça como está. O conhecimento, a educação, único caminho para a libertação e o desenvolvimento, ainda é coisa distante das nossas maiorias discriminadas.

Mas a verdade é que o ensino de empreendedorismo no Brasil está se propagando em progressão geométrica. Graças a instituições como o CNPq, Softex, CNI, IEL, Sebrae Nacional, ANPROTEC e várias universidades. Estamos diante da explosão de um movimento que começou há pouco mais que uma década no Brasil. Não será

demais afirmar que em poucos anos todas as universidades e instituições de segundo grau terão o ensino de empreendedorismo em seu currículo.

Diante deste quadro, é conveniente que o debate sobre a educação empreendedora seja ampliado e se insira nos ambientes preocupados com o desenvolvimento humano, social e econômico do País, porque este deve ser o tema central do ensino do empreendedorismo.

A seguir, ao descrever o que chamo de 20 princípios da educação empreendedora, tento destruir mitos que encontrei ao atingir 10 anos e 1.000.000 de quilômetros dedicados à educação empreendedora, dando várias voltas completas neste país, aprendendo sobre seus rostos, suas cores, seus sonhos, sua miséria.

Concebi metodologias de ensino, descritas em 5 livros e dezenas de artigos publicados em congressos nacionais, internacionais, jornais e revistas especializadas, para todos os níveis escolares: pré-escola, fundamental, segundo grau, universitário. E também para funcionários do governo e pessoas do terceiro setor.

As idéias descritas abaixo foram apresentadas, discutidas e aprimoradas por cerca de 2000 professores que participaram dos meus seminários e implementaram a metodologia em mais de 200 instituições de ensino em todo o país.

Vamos então aos 20 princípios. Eles se referem às preocupações básicas que devem ser enfrentadas por uma proposta de educação empreendedora no Brasil.

Princípio 1 – Explicitar objetivamente uma intencionalidade.

A quem serve, no Brasil, a educação empreendedora? Qual o tema central do empreendedorismo na nossa sociedade? O empreendedorismo deve ter como objetivo a construção do desenvolvimento humano e social. Deve ser um instrumento de geração e de distribuição de riqueza, conhecimento, poder e renda. Em outras palavras: o empreendedorismo não é uma preocupação individual, mas da comunidade, da região, do país. Crescer economicamente concentrando renda,

riqueza e poder, e gerando graves desigualdades sociais, é algo que já sabemos fazer. Há séculos.

Princípio 2 – Adotar uma postura ética

Toda proposta pedagógica é também uma proposta ética. A bandeira do ensino de empreendedorismo deve ter como prioridade a eliminação da pobreza e da exclusão social. O resultado do trabalho empreendedor, na empresa, no governo e no terceiro setor deve ser a geração de valor para toda a comunidade. Um índice ético de avaliação dos resultados das empresas deveria ser o grau de utilidade que ela oferece para a comunidade. Temos o hábito de dar importância exclusiva ao faturamento/lucro, estando a empresa somando ou subtraindo valor para a sociedade. Uma empresa que produz poluentes mas tem alto faturamento é mais bem vista do que uma empresa nacional de baixo faturamento mas que produz remédios a custo bem menor do que os importados.

Princípio 3 – Estar afinada com a agenda nacional de desenvolvimento.

Uma estratégia pedagógica deve inspirar-se na realidade humana e social de uma comunidade e na sua proposta de desenvolvimento. As agendas de países como o Brasil e Estados Unidos ou Bélgica, por exemplo, diferem profundamente quanto a prioridades, estratégias, processos, metas, estilo e, principalmente, necessidades e disponibilidade de recursos e composição de custos. Por conseguinte, estratégias, metodologias, conteúdos e modelos que funcionam lá, podem não dar resultados aqui. Em alguns casos, podem representar um desperdício e um desvio na construção do nosso próprio conhecimento.

Princípio 4 – Qualquer metodologia de ensino de empreendedorismo deve apoiar-se nas raízes culturais da comunidade, do município, da região, do estado, do país.

O empreendedorismo é um fenômeno cultural, diz respeito ao sistema de valores de uma comunidade, à sua visão de mundo. Não é um conhecimento transportável universalmente, como álgebra, por exemplo. É uma forma de ser, e portanto

impregnada de emoções, valores, necessidades, hábitos, humores, sonhos coletivos do ambiente social em que está o empreendedor.

Princípio 5 – Ser formadora de capital social

Há o claro entendimento hoje que sem um razoável estoque de capital social dificilmente uma sociedade irá desenvolver-se. O elemento que gera o capital social é o empreendedor comunitário, cuja tarefa principal é promover a conectividade entre os vários setores da comunidade e gerar a cooperação necessária ao empreendedorismo e ao desenvolvimento.

Princípio 6 - Ser agente de mudança cultural

O processo empreendedor jamais é puramente individual. Ao contrário do que julga o senso comum, (e aqui a controvérsia é infundável) o empreendedor surge em ambientes propícios. Há famílias, grupos étnicos, regiões, cidades, países mais empreendedores que outros. A cultura é definidora. A educação empreendedora tem como alvo não só o aluno mas principalmente a comunidade. Ou seja, participam do processo educacional, aprendendo e ensinando, o aluno, o professor e a comunidade. A tarefa da educação empreendedora é principalmente o fortalecimento dos valores empreendedores na sociedade. É dar uma sinalização positiva para a capacidade individual de gerar valores para toda a comunidade, a capacidade de inovar, de ser autônomo, de buscar a sustentabilidade, de ser protagonista. Ela deve dar novas opções aos antigos conceitos de estabilidade, segurança, dependência que, impregnados na nossa cultura, referem-se a contextos hoje inexistentes. A estabilidade não é mais adquirida pelo vínculo a algo estável, como um emprego no governo ou na grande empresa, mas sim na capacidade da pessoa em se adaptar e antecipar às mudanças, mudando a si mesmo permanentemente.

Princípio 7 – Considerar a comunidade como o verdadeiro espaço de aprendizado.

A educação empreendedora não pode ser confinada por muros.

A educação empreendedora deve fundamentar-se na intensa conexão e cooperação com as forças vivas da sociedade. A comunidade passa a ser fonte de aquisição de

conhecimentos. A presença da comunidade na sala de aula é essencial a qualquer estratégia pedagógica na área do empreendedorismo. O laboratório de aprendizado do empreendedor é a comunidade, o mercado, as relações sociais. Os livros e a educação formal são uma das fontes de aprendizado. Não a única. Na educação empreendedora, a escola não pode ter muros. Pelo contrário, ela deve inserir-se no seio da comunidade.

Princípio 8 – Entender que empreender é gerar conhecimento.

Não faz sentido o processo convencional de transferência de conhecimentos do professor para o aluno. Diferentemente de outras áreas, no empreendedorismo quem gera o conhecimento é o aluno. Ele utiliza os conhecimentos adquiridos para gerar novo conhecimento. Qual o conhecimento que o aluno gera? A concepção de uma idéia, a identificação de uma oportunidade, a verificação da validade da idéia e o planejamento para a transformação da idéia em uma realidade de sucesso. Essas fases representam conhecimento novo, único, porque impregnado da individualidade do empreendedor. Nenhuma dessas fases prescinde das outras e não se pode ensinar nenhuma delas.

Confunde-se educação empreendedora com o ensino de ferramentas e instrumentos. Saber o que é fluxo de caixa é importante para o empreendedor. Mas ensinar como fazer fluxo de caixa não constitui educação empreendedora.

Princípio 9 – A metodologia deve possuir o seu próprio material de aprendizado.

Qualquer estratégia pedagógica na área de empreendedorismo deve entender que instrumentos e ferramentas são subalternos. Muito tempo é desperdiçado pelo ensino de técnicas, ferramentas e instrumentos que os alunos podem aprender sozinhos. Aqui temos um problema de linguagem. Muitas vezes o papel do professor tradicional é "traduzir" conteúdos teóricos explicitados de forma não acessível aos alunos. Ora, é preciso entender, em processos educacionais, que a capacidade de comunicação, de massificação de conteúdos é tão ou mais importante do que o próprio conteúdo. Os educadores na área de empreendedorismo devem produzir

material em linguagem adequada ao público alvo, de tal forma que lhe seja permitido aprender sozinho. É assim que o empreendedor faz durante toda a sua vida.

Princípio 10 – A educação empreendedora não se propõe (porque não pode) dar respostas

A relação professor-aluno, na educação empreendedora é vista de outra forma.

Se no ensino convencional o vínculo mestre-aprendiz tem sido profícuo para produzir o aprendizado de formas de fazer, em que o mestre pode assumir uma posição de tutela, porque sabe onde quer chegar e conhece o caminho para isto, no empreendedorismo, que trata de formas de ser, a tutela e a resposta são altamente inviáveis e prejudiciais. Por que? Porque não são conhecimento dominado, contido em livros. O que fazer, onde chegar, como chegar, são justamente a essência da atividade empreendedora que geralmente se processa em contextos de indefinição, incerteza, ambigüidade. As opções feitas pelo empreendedor no desenvolvimento do seu empreendimento definirão situações de bons e maus resultados, de acertos e erros. E são esses últimos, os erros, a principal fonte de aprendizado do empreendedor. A resposta não está no "professor" (porque ele não sabe) mas no próprio empreendedor, na sua capacidade de formular sonhos, identificar oportunidades, tecer rede de relações, conhecer o ambiente onde irá atuar, saber auscultar, analisar, sentir, antecipar o mercado, ter energia e capacidade de planejamento e de realização para transformar uma idéia em algo concreto, ter liderança para atrair e convencer pessoas a lhe ajudar a realizar o próprio sonho.

Tanto a tutela, como a resposta, na educação empreendedora, são contraproducentes e devem ser banidas.

Princípio 11 – Deve privilegiar o auto-aprendizado.

A tarefa da pedagogia empreendedora não é ensinar. É criar um ambiente "cultural" em que o aluno, de forma auto-suficiente, percebe como positivos e desenvolve valores empreendedores e aprende sobre si mesmo e sobre o outro, e aprende a utilizar ferramentas e instrumentos.

Princípio 12 – O professor deve assumir o papel de "organizador" de um ambiente ou "cultura" favorável ao aprendizado.

Não se deve adotar o modelo do professor convencional na educação empreendedora onde, mais importante do que ensinar é criar situações de aprendizado. O professor deve ter a capacidade de estabelecer uma rede de relações na comunidade e convoca-la para a sala de aula, para participar do processo educacional. Também ela, a comunidade, é alvo do processo pedagógico, como não poderia deixar de ser. A opção de ter ou não uma cultura empreendedora é uma decisão da comunidade e não somente da escola que, isolada, não produzirá mudanças. Neste sentido, a comunidade terá o empreendedor que desejar ou merecer.

Princípio 13 – A metodologia não pode ser rígida, "manualizada".

O professor, ou "organizador" participa intensamente no processo de recriação da estratégia pedagógica. O papel do professor tem implicações mais abrangentes e ricas na educação empreendedora, que respeita profundamente a sua função e o convida a recriar, na medida que a aplica, a estratégia pedagógica. O empreendedor irá diferenciar-se em função da cultura a que pertence. Cursos de empreendedorismo em Blumenau, SC, e Petrolina, PE, devem ser diferentes porque lidam com pessoas de diferentes culturas. São diferentes os alunos, o professor, a escola, a comunidade, o contexto econômico, o sonho coletivo, as competências. Por outro lado, o professor ou "organizador", além de contribuir para o processo de geração do conhecimento é também um aprendiz. Aprender a ser empreendedor é aprender a gerar conhecimento. Não existem manuais, receitas de bolo ou "repasses" metodológicos.

Princípio 14 – Deve compatibilizar baixíssimo custo com alta eficácia.

Deve apoiar-se em uma segunda metodologia: a de disseminação. É evidente que custos, em economias pobres, é uma variável fundamental. Um projeto de ensino de empreendedorismo pode ser inviável, no Brasil, por suas dimensões geográficas, diversidades e carências, em função da estratégia a ser adotada.

Ao mesmo tempo que deve ser barata, tem que ser altamente eficaz. Este é o grande desafio de quem se envolve em processos educacionais no Brasil.

A eficácia neste caso está relacionada com o controle e gerenciamento das seguintes variáveis:

- a - Não duplicação de meios e recursos. A rede de ensino, pública e privada, deve ser utilizada para a introdução da educação empreendedora, utilizando-se de investimentos já feitos
- b – Velocidade e autosuficiência. Utilizar meios de multiplicação simples, que permitam rápida disseminação, através de técnicas de formação de formadores.
- c – Descentralização. Trabalhar com o conceito de rede de geração de conhecimento e aprendizado. Os professores, ligados em rede, são a fonte de atualização, renovação e recriação da metodologia.
- d - Não dependência de especialistas: o conhecimento empreendedor está na comunidade, contidos nas experiências de terceiros em todo o mundo, na criatividade contida em todo ser humano. Toda a sociedade deve ser empreendedora. O conceito de incubadora social é polinizante e deve ser adotado.

Princípio 15 – Deve atingir (principalmente) as populações carentes

A educação empreendedora não pode repetir modelos e processos concentradores de conhecimento. Pelo contrário, se ela tem por objetivo gerar e distribuir conhecimento, renda e poder, ela deve ser disseminada nas camadas pobres da população, que têm demonstrado alta capacidade empreendedora.

Princípio 16 - Não pretender “ajustar” pessoas a um modelo ou conjunto de características.

Uma proposta de educação empreendedora deve reconhecer que todo ser humano possui características empreendedoras. Este entendimento certamente é chocante e polêmico, porque estamos dominados pelo mito de que o empreendedor tem o dom

ou uma formação genética favorável. Esta mesma dúvida afligia o administrador, há 50 anos. Hoje ninguém duvida da eficácia de um MBA. No entanto, ser empreendedor, de acordo com qualquer das centenas de definições existentes é algo simples e acessível a qualquer ser humano. Ou seja o empreendedor é definido como alguém capaz de gerar o auto-emprego ou uma empresa. Isto, qualquer um pode ser.

O mito entre nós (como foi dito, importado) é que só é empreendedor aquele que ficou rico. Este aparece na capa da revista, é o herói da capa. Mas na nossa realidade, o herói da capa deveria ser o brasileiro que, apesar de tudo, conseguiu gerar o seu próprio emprego. Ninguém precisa mudar sua forma de ser para se tornar um empreendedor. Muitas estratégias pedagógicas tentam fazer com que as pessoas adquiram certas características pesquisadas entre os empreendedores de sucesso. E acreditam que as pessoas, ao adquirirem tais características se qualificam para a atividade empreendedora. Mas não é bem assim. Ninguém descobriu até hoje como ensinar a perseverança, talvez a característica mais constante nas pesquisas. Isto porque a perseverança, como a criatividade, o protagonismo, a capacidade de identificar oportunidades e outras características do empreendedor são situacionais. Ou seja, o empreendedor persevera porque está apaixonado pelo seu sonho, pela sua idéia de empreendimento. O caminho inverso não funciona. Ninguém pode garantir que, ao aprender a perseverar (se isto fosse possível) a pessoa se transforma em empreendedora. As características empreendedoras apontadas pela na literatura são incontestáveis. Mas elas fluem espontaneamente em quem está em busca do próprio sonho, justamente porque o processo de busca libera uma a maior energia que conhecemos, constituída pela a emoção de quem busca realizar o seu sonho. Esta é a minha definição de empreendedor: alguém que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade.

Princípio 17 - Utilizar de um conceito amplo de empreendedorismo.

O conceito de empreendedorismo extrapolou o âmbito empresarial e entranhou-se em todas as atividades humanas. Podemos falar do empreendedor funcionário

público, do empreendedor político, no terceiro setor, o empreendedor empregado, o empreendedor pesquisador.

Esta abordagem é necessária porque a educação empreendedora para crianças e adolescentes não pode fazer escolhas em nome do aluno. O propósito é que ele seja empreendedor em qualquer atividade que escolher.

Princípio 18 – A educação empreendedora deve eliminar a distancia entre sonho, emoção e trabalho.

A separação entre o sonho (vontade, desejo, projeto de vida, objetivo existencial, busca de auto-realização) e a sua realização, pode estar na base da fragmentação, feita no passado, em algum momento de nossa história cultural -- cujos efeitos têm sido danosos tanto à felicidade como à capacidade de fazer dos indivíduos e, portanto, da coletividade -- de entidades indissociáveis, como trabalho e prazer, esforço pessoal e desejo, aprendizado e significado, auto-realização e felicidade. Mas a ruptura mais importante se deu na dissociação entre emoção e trabalho. A emoção é que dispara o racional, ou seja, realizar ações desvinculadas da emoção definidora da criatividade, da integração indivíduo-mundo, é algo que certamente violenta a natureza humana.

A educação empreendedora deve promover o reencontro entre emoção e trabalho.

Princípio 19 - Apoiar-se em fundamentos de cooperação, rede e democracia.

Alguns ambientes são desfavoráveis ao empreendedorismo. Por exemplo, a concentração de poder inibe a capacidade de se propor inovações, de se desenvolver protagonismo. A ausência de liberdade constrange a expansão do ego, limita a criatividade porque pune o erro e cerceia o espírito empreendedor. A cooperação deve ser vista como algo essencial à construção do capital social que é base do desenvolvimento econômico. A participação da comunidade na definição do seu futuro, a existência de mecanismos de resolução de conflitos despojados de desequilíbrios de forças e preconceitos e baseados na legitimidade do outro, qualquer que seja o outro, são elementos constituidores do ambiente empreendedor.

Sem eles, empresas, comunidades, regiões terão dificuldades de criar o terreno fértil que irá gerar, acolher e permitir o sucesso empreendedor.

Princípio 20 – Urgência

Se tudo o que foi dito faz sentido, como tem feito para os países que buscam o desenvolvimento, independentemente da cor política ou preferência ideológica, a educação empreendedora deve ser propagada com intensidade e máxima urgência. Como se concluiu em pesquisa do GEM³, "promover o empreendedorismo e aumentar a dinâmica empreendedora de um país deveria ser um elemento fundamental de qualquer governo para impulsionar o bem estar econômico."

Sala das Sessões, em 20 de dezembro de 2007.

Deputado **EMANUEL FERNANDES**

FIM DO DOCUMENTO

³ GEM, Global Entrepreneurship Monitor. <http://www.entreworld.org/>