



estamos
online



▶ número 64
▶ Jul. Ago. Set. 2008
▶ Trimestral
▶ 2.50 euros

revista dos formadores
Formar



**Empreendedorismo
inclusivo**

visite-nos em:
www.iefp.pt

paolo buchinho © 2007



editorial

A primeira questão que me suscitou a abordagem deste tema foi: o que é, afinal, ser empreendedor? Na mente surgiu-me o velho conceito de Schumpeter a função determinante do conceito de *entreprenneur* na criação de riqueza das sociedades.

Nós podemos, de uma forma rápida, encontrar várias respostas para esta questão. Por exemplo, que é aquele capaz de transformar as ideias em riqueza, para si e para a sociedade, propenso ao risco, incluindo sociais, financeiros e psicológicos, com uma elevada percepção para as oportunidades de negócios, capaz de visualizar novos produtos e serviços para satisfazer necessidades existentes ou a criar.

Também é muito comum ouvirmos que é alguém que tem «muito jeito para o negócio», que tem muita intuição, que nasceu para «ser patrão», que é algo que não se aprende — as pessoas ou nascem com essa aptidão ou não...

Algumas destas afirmações têm algo de verdade. Contudo, cada vez estou mais convicto

que também se aprende a ser empreendedor, que um meio envolvente propício e demonstrador favorece a manifestação das competências empreendedoras, que é algo que se pode treinar e que se pode aprender, evidentemente com mais ou menos apetência! Ser empreendedor é uma atitude perante a vida, é uma forma de agir no nosso dia-a-dia, com força de vontade, com determinação, com bom-senso e muito trabalho! Nesta edição da revista centrámo-nos mais na vertente inclusiva do empreendedorismo. Esta pode constituir uma alternativa para pessoas em que as condições de partida dificultam a sua reinserção profissional mas que, pelas suas aptidões e características ou por via do estímulo da sua participação em programas de apoio podem criar o seu próprio emprego através do seu empreendedorismo. É sobre isto que nos fala o autor do texto «Empreendedorismo Inclusivo», tema de abertura da revista.

O empreendedorismo é, também, uma atitude comportamental que pode contribuir

para a redução das desigualdades e combater a pobreza, como é referido pelo autor de um outro artigo: «Empreendedorismo Criativo e Solidário».

Procuramos ainda informar os nossos leitores do que ao nível da União Europeia se está a desenvolver nesta área, bem como reflectir sobre as alterações que ao nível dos métodos pedagógicos nas escolas e nas acções de formação são necessárias para o desenvolvimento de competências para a promoção do empreendedorismo no seu sentido mais lato.

Francisco Caneira Madelino

Francisco Caneira Madelino
Director da Revista,
Presidente do Conselho Directivo do IEFP, IP



sumário

Editorial

Dossier

Empreendedorismo inclusivo > **04**

Carlos Ribeiro

Um percurso para o
empreendedorismo inclusivo > **10**

Louis Vervloet

Educação para o
empreendedorismo > **12**

Carlos Ribeiro

Análise Crítica

Formação para
o empreendedorismo > **17**

Ana Teresa Penim

Microcrédito e empreendedorismo
inclusivo > **20**

José Centeio

Empreendedorismo criativo
e solidário > **25**

Carlos Barbosa de Oliveira

Actuais

Formação aplicada à gestão
pela competência > **28**

Paulo Pereira de Almeida

Apoio à criação
de emprego e promoção
do empreendedorismo > **33**

Rui Antunes

Aprender a empreender
no feminino > **35**

Manuela Marinho

Instrumentos de Formação
A avaliação da formação > **37**

Ana Simões

Conhecer Europa
Espanha > **42**

Ana Rita Lopes

Um Olhar Sobre...

Moda: de jóia da coroa a elixir
da juventude > **48**

Carlos Barbosa de Oliveira



Esp@ço Internet

www.anop.com.pt > **54**

Debaixo d'Olho

Livros > **55**

Divulgação

Exposição figuras & figurado

Rostos, almas e máscaras

no figurado tradicional

e contemporâneo português > **57**

revista **Formar** n.º 64 terceiro trimestre de 2008

Propriedade > Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP

Director > Francisco Caneira Madelino

Coordenadora do Núcleo das Revistas Dirigir e Formar > Maria Fernanda Gonçalves

Conselho editorial > Acácio Ferreira Duarte, Ana Cláudia Valente, António Oliveira das Neves, Cristina Paulo, Fernando Moreira da Silva, Francisco Caneira Madelino, José Alberto Leitão, José Manuel Henriques, Luís Imaginário, Maria de Fátima Cerqueira, Maria Fernanda Gonçalves

Colaboraram neste número > Ana Penim, Ana Rita Lopes, Ana Simões, Carlos Barbosa de Oliveira, Carlos Ribeiro, José Centeio, Louis Vervloet, Manuela Marinho, Maria Fernanda Gonçalves, Paulo Almeida, Rui Antunes

Apoio administrativo > Ana Maria Varela

Concepção gráfica > Dupladesign

Capa > Paulo Buchinho

Ilustração > Paulo Buchinho, Paulo Cintra

Revisão > Laurinda Brandão

Montagem e impressão > SOCTIP – Sociedade Tipográfica, S. A.

Redacção > Departamento de Formação Profissional, Núcleo das Revistas Dirigir e Formar
Rua de Xabregas, 52 – 1949-003 LISBOA
Tel.: > 218 614 100 Fax: > 218 614 621

Registo > Instituto de Comunicação Social

Data de publicação > Setembro de 2008

Periodicidade > 4 números por ano

Tiragem > 11 000 exemplares

Depósito legal > 636959190

ISSN > 0872-4989

A FORMAR agradece a prestável colaboração de Carlos Ribeiro na elaboração deste número.

Errata: Na revista n.º 63, o autor do artigo « Qualificação *versus* formação » é José Coelho Martins e não José Carlos Coelho. Pelo lapso pedimos desculpa ao autor.

Os artigos assinados são da exclusiva responsabilidade dos autores, não coincidindo necessariamente com as opiniões do Conselho Directivo do IEFP. É permitida a reprodução dos artigos publicados, para fins não comerciais, desde que indicada a fonte e informada a Revista.

Condições de assinatura > Enviar carta ou *e-mail* com nome, morada e função desempenhada. Toda a correspondência deverá ser endereçada para: Revista Formar, Rua de Xabregas, 52 – 1949-003 LISBOA
formar@iefp.pt

Empreendedorismo inclusivo



Um percurso de inovação para a microiniciativa

As acções relacionadas com o empreendedorismo inclusivo que servem para apoiar os sectores mais desfavorecidos da população na retoma de uma actividade profissional encontram-se numa espécie de zona não demarcada na fronteira entre o emprego-trabalho assalariado e a acção empreendedora de base empresarial.

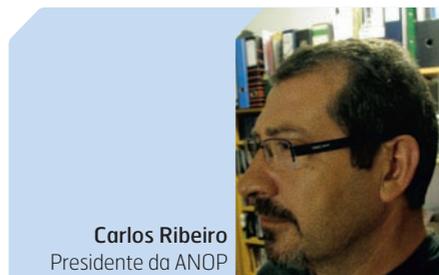
Porque o trabalho por conta de outrem nem sempre é a solução mais compatível com as condições de partida do adulto em processo de reinserção profissional (competências-chave deficitárias, qualificações insuficientes, mercado local de emprego sem dinamismo, histórico profissional limitado, barreiras interculturais e outras discriminações com expressão relevante nas empresas) e também porque a aventura empresarial está longe das suas competências específicas, das motivações e dos recursos disponíveis no momento, para que a alternativa não seja o eterno «desemprego de longa duração» resta a participação numa plataforma intermédia de acções e programas de apoio que surgem como «pontes e suportes facilitadores» entre o emprego e o empreendedorismo. A referida plataforma pode integrar várias modalidades de acompanhamento reves-

Porque o trabalho por conta de outrem nem sempre é a solução mais compatível com as condições de partida do adulto em processo de reinserção profissional e também porque a aventura empresarial está longe das suas competências específicas, das motivações e dos recursos disponíveis no momento, para que a alternativa não seja o eterno «desemprego de longa duração» resta a participação numa plataforma intermédia de acções e programas de apoio que surgem como «pontes e suportes facilitadores» entre o emprego e o empreendedorismo

tindo formas tão diversificadas como: oficinas de projectos; incubadoras de ideias e negócios; agências de serviços de proximidade, associações de voluntários; cooperativas de actividades, ou seja, abordagens ao projecto pessoal e profissional que não impliquem, no plano empresarial, uma opção unilateral, irreversível e de aplicação imediata.

A fórmula mais flexível e mais aberta, de entre os diversos dispositivos de apoio aos

desempregados na sua reinserção profissional, numa óptica empreendedora, acaba



Carlos Ribeiro
Presidente da ANOP



por ser a oficina de projectos que não estabelece, à partida, quaisquer via única para a reinserção profissional, antes permite que sejam pesquisadas pelos membros da oficina quer actividades futuras de trabalho por conta de outrem, quer ainda, quando tal se justifica, o desenvolvimento de micronegócios individuais ou colectivos.

Algumas soluções estão mais próximas da acção empresarial e das ideias de negócios (incubadoras de negócios, centros de teste de projectos experimentais); outras, por sua vez, como é o caso das associações de voluntários, estão mais orientadas para experiências não remuneradas que abrem caminhos para futuras actividades profissionais potencialmente realizáveis por conta de outrem.

A experiência das oficinas de projectos

As oficinas de projectos representam uma das experiências mais significativas realizadas em Portugal com financiamento de fundos públicos, de apoio à acção empreendedora e de estímulo a projectos individuais e locais – trata-se da experiência mais concentrada em termos de apoio simultâneo, com um elevado número de participantes (na ordem dos milhares) e portanto com um carácter de verdadeiro movimento. Basta recordar que no primeiro ano do seu lançamento, em 1997, ainda no âmbito do Formação PME, foram dinamizadas por associações de natureza diversa (empresariais, de desenvolvimento local, de municípios, de solidariedade social) **65 oficinas de projectos** que envolveram cerca de 975 desempregados. Destes, cerca de 50% (meio milhar) trabalharam projectos visando a criação futura de microempresas individuais ou familiares.

Nos anos seguintes, na segunda edição do FPME, em programas como o PREAMP, as

sucessivas edições das Casas da Iniciativa Local, as experiências no âmbito do Projecto NÓS apoiado pela Iniciativa Comunitária Equal e o programa Aldeias Vivas do Douro Vinhateiro e da Terra Quente Transmontana, participaram mais cerca de 1800 desempregados que optaram por desenvolver os respectivos projectos a partir de uma metodologia que associa e integra a avaliação de competências, o desenvolvimento de competências-chave em modalidades de formação-acção e a realização de pequenos projectos profissionais e/ou empresariais com suporte na economia local e nas redes sociais locais.



«A Oficina de Projectos Microiniciativas é uma Incubadora de ideias e projectos empresariais que responde a questões de processo e de organização.

A entidade promotora disponibiliza as condições logísticas necessárias: o espaço, as secretárias, computador com ligação à Net, impressora, fotocopiadora, fax e um telefone móvel. O Espaço Estaleiro agrupa empreendedores e promove mecanismos de *empowerment* nos seus membros, criando condições para testar as actividades que querem desenvolver.»

O Sr. Manuel Almeida, ex-recluso que participou na Oficina de Microiniciativas de Paços de Ferreira que foi desenvolvida no âmbito do Projecto NÓS financiado pela IC EQUAL pela parceria AEPF/ANOP, concretizou um projecto de barbearia com horários flexíveis e recorreu ao microcrédito (Associação Nacional de Direito ao Crédito – ANDC) para financiar o arranque da sua actividade.

Os empréstimos de microcrédito, em média, têm uma duração de 36 meses, embora no caso de Manuel Almeida os pagamentos se vão prolongar até aos 48 meses.

«Normalmente o nosso trabalho termina quando termina o empréstimo, mas nós temos a preocupação de acompanhar a evolução dos negócios, fazemos um pouco um acompanhamento à medida, ou seja, há pessoas com muita capacidade de gestão do seu próprio negócio, muito desenrascadas e que não necessitam de um acompanhamento tão próximo, e outras que apesar de terem capacidade de desenvolver uma actividade têm menos facilidade de gerir o negócio independentemente de ser a actividade x ou y e nestes casos normalmente temos de estar mais presentes», afirma Marta Mucha, gente de Microcrédito (ANDC).

www.autonomus.eu

www.microcredito.com.pt

As marcas do percurso do desempregado que participa nas actividades da oficina de projectos são principalmente as seguintes:

- a integração num colectivo simultaneamente de entreajuda e de cooperação na acção (por vezes de cumplicidade e de envolvimento directo na construção das soluções);
- uma avaliação das competências para o projecto pessoal e profissional baseada em experiências relevantes do passado, mas sobretudo orientada para a acção futura e a identificação dos factores decisivos para o êxito no projecto a desenvolver (acentua-se o reconhecimento e a validação social das competências em detrimento da sua validação exclusivamente formal);
- a exploração de vários caminhos e alternativas sem imposições, à partida, de nenhum deles, deixando campo para teste de várias alternativas em simultâneo (reinserção profissional através de trabalho por conta de outrem, micronegocio, cooperativa social, voluntariado, soluções mistas);
- a negociação aberta do ritmo de desenvolvimento do projecto individual conciliando oportunidade com maturidade;

- as actividades de apoio ao desenvolvimento de novas competências associadas ao projecto de cada um e numa lógica de formação-acção;
- a relação com a comunidade local e a valorização das interações comunitárias e dos processos de cidadania activa. Não se trata portanto de um projecto isolado e exclusivamente valorizado pelo próprio.

Outras experiências facilitadoras do projecto individual

Para além deste conceito de **projecto em construção** que as oficinas promovem ao longo do seu funcionamento (seis meses aproximadamente), outras modalidades fornecem no campo do empreendedorismo inclusivo quadros de flexibilidade que são indispensáveis para os públicos particularmente desfavorecidos.



Flexibilidade nos mecanismos de exploração, validação e teste de ideias de negócios

Para facilitar uma opção bem amadurecida por parte do desempregado e prevenir situações de fracasso futuro em relação a projectos de microempresas, existem modalidades de teste da ideia que ajudam a definir rumos mais seguros para os projectos garantindo, ao mesmo tempo, uma primeira fase protegida da actividade no mercado.

O caso mais bem sucedido desta modalidade de apoio é o das *Couveuses* em França – *Union des Couveuses* – que apoiam projectos, com destaque para as zonas urbanas de maior vulnerabilidade social, e criam condições para «experimentar com segurança», «empreender à experiência» e «aprender a empreender» testando a ideia base de negócio.

Numa *Couveuse* o apoio é assegurado através de mecanismos de natureza muito di-



Isabel Larregeste da *Couveuse* GEAI de PARIS, participou num *workshop* temático no passado dia 24 de Junho em Santa Maria da Feira.

Em 2005 a média de estadia na *Couveuse* foi de 10 meses. Nesse período o acompanhamento totalizou 60 horas nas quais de incluem entrevistas individuais, formação, trabalho com os dossiês, actividades de apoio contabilístico e administrativo.

www.geai-bgp.org/

versa: **legal e formal** (é a entidade *Couveuse* ou a associação que lhe dá suporte que factura e realiza as operações administrativo-comerciais com os clientes – **alojamento jurídico**); **formativa** (um acompanhamento individualizado é assegurado por parte de um conselheiro-tutor, mas é o empreendedor que realiza a prospecção de mercado, vende os seus produtos e serviços e cria a sua rede de clientes e de parceiros – **tutoria**); **operacional** (o empreendedor experimenta um novo papel e uma nova função: ser dirigente de empresa, criar e desenvolver ferramentas de gestão transferíveis para a sua futura empresa – **autonomização**).

Além do acompanhamento individualizado, nas *Couveuses* existem actividades colectivas, sessões para troca de experiências entre «empresários à experiência».

Nesta linha de actuação – apoio a potenciais empreendedores no teste da sua ideia de negócio – já foram realizadas algumas experiências e estão a ser promovidas iniciativas em várias instituições com esta finalidade. Desses casos destacamos os seguintes:

- > o Programa CRER da Associação de Desenvolvimento Rural integrado das serras de Montemuro, Arada e Gralheira – ADRI-MAG, projecto financiado pela Iniciativa Comunitária EQUAL que transferiu de forma directa a experiência de uma *Couveuse* francesa e que procura através de protocolos com municípios, principalmente do Dão Lafões e do Entre Douro e Vouga, dar continuidade à iniciativa;
- > o Programa Gerir para Inovar nos Estabelecimentos Prisionais que desenvolveu, também com o apoio da IC EQUAL, uma solução para incentivar os reclusos a criarem a sua própria actividade «Empreendedor por um dia» criando condições para a realização de um teste de pequeno negócio ainda durante a fase de reclusão;

> as Oficinas de Microiniciativas, um projecto inserido no Programa NÓS que juntou a Associação Empresarial de Paços de Ferreira – AEPF e a Associação Nacional de Oficinas de projectos – ANOP numa iniciativa experimental de incubadora de micronegócios para públicos particularmente desfavorecidos.

Prevenção e acompanhamento dos factores externos de pressão negativa sobre o empreendedor

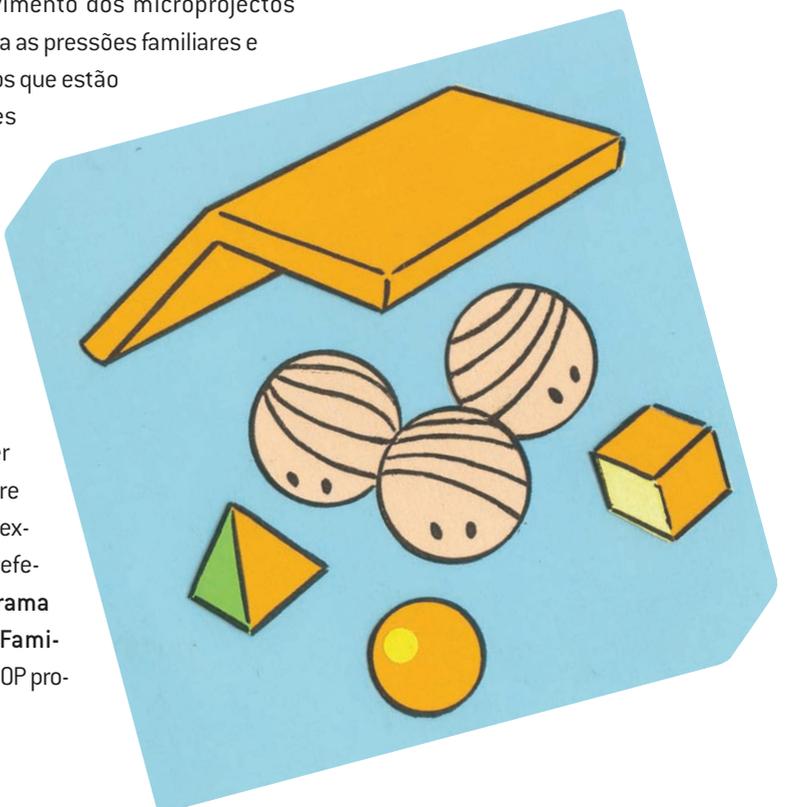
Existem diversos contextos de dificuldade, de constrangimento, em suma, de «pressão negativa» sobre a progressão dos projectos de micronegócios que se situam no campo das variáveis ditas controláveis, que não têm relação directa com o mercado e com as dinâmicas competitivas dos negócios e que podem ser atenuados ou até controlados desde que exista uma estratégia de prevenção e se verifique um efectivo acompanhamento. Por exemplo, no domínio do empreendedorismo feminino colocam-se vários desafios às mulheres empreendedoras no desenvolvimento dos microprojectos tendo em conta as pressões familiares e os preconceitos que estão bem presentes

ao longo das diversas fases do processo. Neste campo específico, dos apoios preventivos, pode ser destacada, entre outras, como experiência de referência o **Programa Incubadoras Familiares** que a ANOP pro-

moveu em 2004 em Santa Maria da Feira, no âmbito da pequena subvenção às ONG para promoção do empreendedorismo feminino. A iniciativa experimental, acompanhada pela actual Comissão para a Igualdade de Género – CIG, incorporou duas inovações complementares ao quadro base de apoio à criação do próprio negócio por parte das mulheres participantes:

- > a **APOTEIFA** – Análise do Potencial de Base Familiar;
- > o **Espaço Social da Incubadora**, aberto aos membros das famílias das mulheres empreendedoras.

Com a primeira – a APOTEIFA, uma intervenção organizada junto dos membros da família – enquadrou-se o projecto da empreendedora no histórico e no potencial de iniciativa dos seus familiares e conquistaram-se, através da metodologia de participação activa aplicada, aliados para apoio indirecto ao projecto.





Manuel Almeida: dar a volta por cima com apoios locais

Ainda na prisão começou a planear e a concretizar o seu projecto.

Carlos Ribeiro > Até que ponto é importante (para a confiança) ser uma estrutura do tecido associativo local a apoiar a pesquisa inicial e a definição do projecto?

Manuel Almeida > Se não tivesse sido a intervenção de duas boas pessoas em todo

o meu processo, não teria avançado. Devo tudo a quem me ajudou, da associação aos guardas do estabelecimento prisional.

C. R. > Para começar a sua actividade foi mais importante o apoio financeiro ou o apoio técnico (acompanhamento por parte da Oficina de Microiniciativas)?

M. A. > As duas. Sem o dinheiro não teria conseguido comprar todo o equipamento necessário nem fazer as obras que o espaço precisava mas, por outro lado, sem o apoio das pessoas não teria chegado ao dinheiro.

C. R. > Para consolidar o negócio qual é o factor determinante para que as coisas não descarrilem e progressivamente ganhem alguma estabilidade?

M. A. > Muito trabalho. Perceber os clientes e servi-los quando mais precisam. Não posso ter horários fixos. Se os clientes me procuram à hora do jantar ou ao sábado, então tenho de abrir as portas e trabalhar.

Com a segunda – o Espaço Social – criou-se um ambiente favorável à troca de experiências e ao convívio (relações de vizinhança, interacções informais) que favoreceu o envolvimento dos familiares renitentes e assegurou a neutralização dos mecanismos de oposição que surgem de forma muitas vezes camuflada.

Soluções de cooperação entre empreendedores e entidades locais

Uma via para promover o espírito de entreajuda entre promotores de micronegócios consiste na constituição e dinamização de agrupamentos em forma de cooperativa de actividades, de associações de produtores ou de agências de serviços.

Dois casos ilustram este tipo de actuação cuja finalidade é otimizar os micronegócios que dificilmente progridem de forma isolada:

> os agrupamentos de agricultores com processo de comercialização conjunta dinamizado no Projecto PROVE que organizam a oferta de produtos agrícolas de qualidade em CABAZES. Neste projecto, apoiado pela IC EQUAL e promovido por uma parceria alagada liderada pela INDE – Intercoperação e Desenvolvimento, ataca-se um dos problemas mais marcantes dos micronegócios de auto-emprego que é a dificuldade no marketing e comercialização;

> a Agência de Serviços de Vila d´Este, uma experiência realizada pela Associação Nacional de Oficinas de Projecto – ANOP, na conhecida Urbanização de Vila Nova Gaia, na qual residem 15 000 habitantes, consistiu na organização de serviços de proximidade através de desempregados de longa duração enquadrados numa estrutura de agência que foi ancorada numa das associações locais que dispunha de recursos para o efeito.

Desta experiência resultou, além da cooperação entre os desempregados promotores de novas actividades nos serviços de proximidade, a necessidade imperiosa de serem ajustados os mecanismos legais que facilitem a passagem das actividades da economia informal para a formal, sendo certo que as imposições relacionadas com esta última se constituem como barreiras dissuasoras dos processos de formalização. Esta via colectiva, no caso presente o formato de Agência de Serviços, resolve apenas o aspecto da organização das actividades, mantendo-se aberta toda a questão da relação formal de cada um dos prestadores com a própria agência, sabendo-se que são desempregados por vezes em situação de beneficiários de prestações sociais.

Soluções de cooperação institucional para a promoção do empreendedorismo inclusivo

No âmbito da Acção 3 da IC EQUAL está a ser desenvolvido um programa de disseminação de uma ferramenta europeia facilitadora das políticas nacionais, regionais e locais em favor do empreendedorismo inclusivo. Uma parceria constituída pelo Centro Regional para a Inovação do Algarve – CRIA, da Universidade do Algarve, pelo Centro de Estudos Territoriais – CET do ISCTE, pela ANDC e pela ANOP, sendo esta última a entidade coordena-

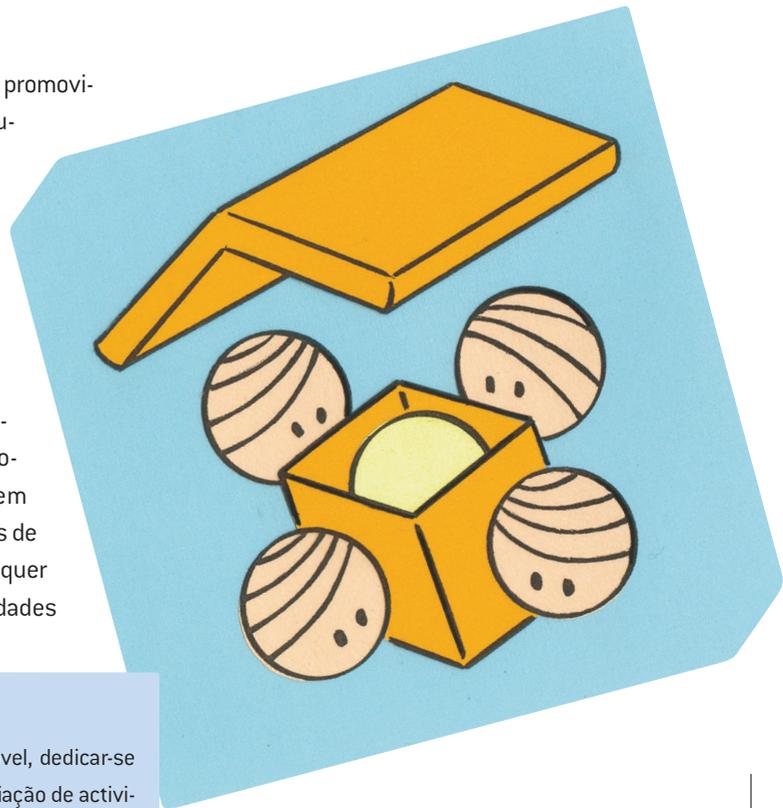
nadora, está a aplicar a ferramenta em diversos contextos para a testar numa escala alargada e para agrupar em torno desta plataforma experimental novas entidades que desejam assumir um papel activo na promoção do empreendedorismo inclusivo em todo o território nacional.

Os resultados esperados deste processo, que está em curso desde Maio passado, são os seguintes:

- complementar nas estruturas de apoio à criação de actividades que funcionam como INCUBADORAS uma linha de actuação permanente orientada para o apoio à

incubação de actividades promovidas por sectores particularmente desfavorecidos da sociedade;

- consolidar nos territórios particularmente fragilizados, e de forma especial nos bairros críticos das áreas urbanas densas, modalidades adequadas de empreendedorismo inclusivo tendo em conta quer as dificuldades de partida dos promotores quer ainda as próprias fragilidades



Tal como já referimos, a Associação Empresarial de Paços de Ferreira – AEPF e a Associação Nacional de Oficinas de Projectos – ANOP, têm colaborado numa iniciativa experimental de incubadora de micronegócios para públicos particularmente desfavorecidos.

Fomos recolher um pequeno testemunho do Dr. José Ribeiro, da AEPF, relativo ao empenho de algumas instituições na promoção do empreendedorismo inclusivo.

Carlos Ribeiro > O que justifica a AEPF, uma associação empresarial com uma missão de apoio aos negócios dos empresários da região, e em

particular aos do sector do móvel, dedicar-se ao apoio à microiniciativa e à criação de actividades por parte dos sectores sociais mais vulneráveis da sociedade?

José Ribeiro > A Associação Empresarial de Paços de Ferreira preocupa-se, como não podia deixar de ser, com o desenvolvimento socioeconómico harmonioso de toda a região onde opera. Da microiniciativa ao grande empreendimento multinacional, de tudo a economia local é composta, logo a AEPF não pode negligenciar qualquer programa que auxilie a população e a região. Através deste projecto foi possível recuperar um cidadão que, apesar dos erros cometidos no passado, optou por seguir outros caminhos, ao mesmo tempo que a economia, ainda que a uma escala muito pequena, se dinamiza, porque ele teve de comprar o equipamento a uma empresa e contraiu um empréstimo numa instituição bancária. Mais pequenas ajudas como esta e a economia poderia melhorar significativamente. E não podemos esquecer que ao resolvermos os problemas da camada social mais vulnerável estamos a conquistar novos consumidores e a diminuir as ajudas sociais que desviam investimentos em outras áreas.

do território, cujo mercado local é também incipiente.

O conjunto de experiências acima mencionadas revela-nos uma prática, um sentido de actuação orientado para a procura de novas soluções para problemas cada vez mais exigentes e complexos e uma procura sistemática de respostas inovadoras e adequadas aos públicos com maior vulnerabilidade social.

Importa no entanto referir que os esforços desenvolvidos por um número apesar de tudo significativo de entidades da sociedade civil não têm contado com políticas públicas coerentes neste domínio, registando-se ainda uma visão desgarrada e fragmentada nos organismos públicos que poderiam ser mais consistentes na definição e na promoção de políticas sociais muito mais centradas no empreendedorismo social em complemento das estratégias associadas à protecção social.

► dossier

Um percurso para o empreendedorismo inclusivo



Juntamente com a Alemanha, a Flandres tem tido a oportunidade de liderar a Comunidade Europeia de Práticas para o Empreendedorismo Inclusivo – CoPIE. Vários Estados-membros, como Portugal, Espanha, República Checa, Polónia, Grécia, País de Gales e Inglaterra cooperaram nesta CoPIE. A comunidade está em crescimento e actualmente a Irlanda e a Roménia, assim como diversas regiões autónomas de Espanha, estão interessadas numa futura colaboração. No âmbito da Comissão Europeia foi possível desenvolver uma colaboração próxima com a Direcção-Geral do Emprego e com a Direcção-Geral Empresarial.

A cooperação entre as autoridades dirigentes, estruturas de suporte, especialistas e promotores de projecto de toda a Europa demonstrou-se produtiva pelo trabalho realizado em conjunto partindo das experiências reunidas sob a alçada do Programa Equal. Foram simultaneamente usadas experiências de outros programas.

O que é o CoPIE

CoPIE é a *Comunidade de Práticas para o Empreendedorismo Inclusivo* (*Community of*

CoPIE é a *Comunidade de Práticas para o Empreendedorismo Inclusivo* (*Community of Practice on Inclusive Entrepreneurship*) – uma rede criada para os Estados-membros, regiões e outros actores que acreditam que é simultaneamente possível e necessário facilitar a vida às populações, de todas as classes sociais, para enveredarem em actividades independentes, geradoras de remunerações de diferentes tipos e que pretendem trocar informações, experiências e melhores práticas para a concretização destes objectivos

Practice on Inclusive Entrepreneurship] – uma rede criada para os Estados-membros, regiões e outros actores que acreditam que é simultaneamente possível e necessário facilitar a vida às populações, de todas as classes sociais, para enveredarem em actividades independentes, geradoras de remunerações de diferentes tipos e que pretendem trocar infor-



Louis Vervloet
 Director – Programme
 Manager
 ESF – Agency Flanders



mações, experiências e melhores práticas para a concretização destes objectivos.

Porquê empreendedorismo inclusivo?

Os especialistas económicos e empresariais do desenvolvimento trabalham normalmente a partir da assumpção de que o empreendedorismo está basicamente reservado aos membros mais qualificados e tecnologicamente avançados da sociedade. A política empresarial tendeu assim para apoiar centros tecnológicos, «clusters», incubadoras e «spin-outs» baseada nos pilares europeus do conhecimento económico.

Concomitantemente, aqueles que se preocupam com a inclusão social e as políticas de emprego tendem a acreditar que a estratégia para combater a exclusão é precisamente através da criação de emprego. As medidas têm normalmente como alvo a empregabilidade, a formação profissional, aconselhamento, etc. Desta forma, a política europeia de emprego tem-se centrado progressivamente em criar soluções laterais auxiliares no sentido de ajudar a população trabalhadora a adaptar-se às rápidas mudanças do mercado de trabalho. No entanto, membros da rede CoPIE são consensuais ao entenderem que **o empreendedorismo não deve ser entendido enquanto uma prerrogativa de uma minoria privilegiada**. Pelo contrário, **o empreendedorismo contém o potencial para a libertação da criatividade de muitos mais milhões**.

A perspectiva da rede é a de que muitas das populações de grupos desfavorecidos podem ajudar a criar o seu próprio futuro, mais do que esperarem que empregos favoráveis «caiam do céu» graças às novas tecnologias, aos altos sectores de desenvolvimento. Expandir a participação no desenvolvimento empresarial permitirá a um maior número de pessoas beneficiarem da cultura empresarial europeia.

Desenvolvendo uma ferramenta europeia para abordar o empreendedorismo inclusivo

A primeira grande tarefa da CoPIE foi desenvolver uma ferramenta de abordagem às políticas de empreendedorismo inclusivo das diferentes regiões. A metodologia utilizou um diagrama radar único para apresentar os resultados de um inventário baseados num cartão pontuado com indicadores dentro de seis domínios diferentes.

A ferramenta conduz os investidores sistematicamente num processo o qual inclui a análise e síntese do apoio empresarial na sua região, sub-região ou cidade. Esta ferramenta tem como suporte políticas empresariais específicas para grupos como os desempregados, mulheres carentiadas, migrantes, minorias étnicas, seniores, jovens com menos de 30 anos, deficientes e empreendedores sociais. Esta ferramenta assenta nos seguintes instrumentos:

- A matriz de análise, a qual identifica as principais falhas ou desafios para suportar o sistema de empreendedorismo nos temas cruciais da estratégia, cultura e condições, suporte inicial e formação profissional, suporte para a consolidação e desenvolvimento e acesso financeiro.
- Uma base de dados de boas práticas baseada em produtos, processos e sistemas nos quais se identificaram as boas práticas de projectos anteriores, especialmente aqueles a decorrer no âmbito do Programa EQUAL ESF.
- Um plano de acção que possibilite aos criadores e potenciadores de medidas juntarem ambos os elementos da ferramenta para desenharem um plano de acção ou estratégia para o empreendedorismo inclusivo.

Desenvolvendo a presença na Internet

Como base de apoio à ferramenta, a CoPIE trabalhou no sentido de desenvolver a sua presença na Internet.

As tentativas iniciais de usar uma matriz baseada nos quatro domínios da ferramenta e nos seus oito grupos-alvo demonstraram-se demasiado limitadas. Revelou-se necessária uma estrutura digital para a troca de informação e comunicação entre membros e participantes do CoPIE. E assim chegou a CoPIE à tecnologia wiki. O wiki – conhecido como «wikiempreendedor» (*wikipreneurship*) – foi desenvolvido como um meio de trabalhar um vasto número de estudos de caso e produtos de uma forma flexível, reconhecendo a complexidade e multidimensionalidade de muitos dos projectos do empreendedorismo inclusivo. Assim, foi possível promover um formato bastante prático de recolher e apresentar informação relacionada com políticas e práticas em torno do empreendedorismo de uma forma relativamente fácil de orientar e administrar. A utilização de um programa com este alojamento aberto permitiu uma consulta *on-line* da ferramenta CoPIE e também a partilha facilitada de ficheiros e de envio de correio electrónico entre as pessoas que trabalham em conjunto na preparação e planeamento do CoPIE '2'.

Para consulta do espaço cibernético da CoP de Empreendedorismo Inclusivo, visite o *site* <http://wikipreneurship.eu>

Links úteis

Os relatórios completos da região podem ser consultados em www.copie.esflive.eu [.../documents], bem como o novo manual sobre a ferramenta COPIE [.../tools].

Perfil de membros, fóruns, quadros de mensagens e fotos – www.inclusiveentrepreneurship.ning.com
Fóruns CoPIE com apontamentos e fotografias dos encontros – <http://inclusiveentrepreneurship.ning.com/>

► dossier

Educação para o empreendedorismo



Valnalón, uma experiência centrada na comunidade educativa

Carlos Ribeiro > Como se constroem as relações entre ValnalónEduca e a comunidade educativa e também com outras instituições locais nas actividades de educação para o empreendedorismo?

Péricles > Nos últimos anos, em todo o Mundo produziram-se transformações económicas, tecnológicas e sociais que exigem a implementação de novas estratégias por parte do sistema educativo para abordar com maior eficácia os processos de transição dos jovens para a vida activa e profissional. A sistemática inovação tecnológica, as novas formas de organização do trabalho, a dimensão europeia do trabalho e das profissões, os perfis profissionais emergentes, os novos nichos de emprego e as modalidades de acesso ao mercado de trabalho em permanente mutação são alguns dos aspectos que estão na base do surgimento de uma nova cultura de empresa e de uma nova contextualização sociolaboral. Todos os projectos desenvolvidos pela Valnalón dirigem-se ao triângulo que estrutura a comunidade educativa, ou seja, os alunos, os professores e as famílias. Trata-se de sensi-

A actual Cidade Tecnológica Valnalón, La Felguera – Astúrias, que alberga dois Centros de Empresas, um Parque Industrial, um Centro de Formação em Novas Tecnologias, uma Escola de Hotelaria, um Telecentro e um Centro de Demonstrações de Serviços Avançados de Telecomunicações (SAT), está instalada nos terrenos que serviram de base a uma das fábricas siderúrgicas mais famosas das Astúrias – Duro Felguera – que fechou as suas portas em 1984. Trata-se de um processo de reconversão e de regeneração industrial de grande impacto regional.

O empreendedorismo e a promoção da cultura empreendedora encontram-se no centro da estratégia de desenvolvimento da Valnalón. Péricles, presidente do grupo, respondeu a várias perguntas especificamente orientadas para a Educação para o Empreendedorismo apresentando experiências e programas e apontando caminhos para o futuro de uma Europa mais empreendedora

bilizar para a importância do fomento da cultura empreendedora no desenvolvimento pessoal e profissional do indivíduo. A participação dos alunos nos nossos projectos educativos baseia-se no conceito da aprendizagem activa. Desta forma, propomos-lhes que aceitem o desafio de tomar as rédeas da sua própria aprendizagem. Quere-



Carlos Ribeiro
Presidente da ANOP



mos que descubram por si próprios que quem transforma as ideias em acções são pessoas com uma atitude positiva e activa perante a vida. É essa atitude que está na base da sua cidadania activa e que faz com que participem no desenvolvimento da comunidade em que se inserem. Ao longo de todo o curso complementamos as aulas e a actividade diária dos docentes com oficinas temáticas e seminários.

Os professores são tradicionalmente os responsáveis pela educação. Era-lhes pedido que se ocupassem de todos os aspectos formativos cingindo-se unicamente à transmissão de conhecimentos. Com o tempo veio a comprovar-se que os conhecimentos ajudam mas, na sociedade actual, é necessário algo mais. O mercado de trabalho exige dos trabalhadores capacidades e aptidões que sejam adequadas ao seu desempenho profissional. Nestes termos, a actividade docente deve ser ampliada com novas funções de consultoria e tutoria, o que em termos desportivos seria o papel de treinador. Nesta base os professores assumem a condição de agentes de desenvolvimento que se preo-

cupam com a inserção profissional dos seus alunos e essa inserção, ao ser assegurada, fará com que o próprio território seja sustentável.

Para facultar o «título» de treinador realizamos acções de capacitação através da rede de centros de formação de professores. Ao longo do período escolar realizamos acções de tutoria, quer numa base presencial quer a distância, com recurso à Internet. Mas o nosso trabalho não se limita às acções de formação. Todos os programas educativos são acompanhados pelo fornecimento de materiais didácticos elaborados por grupos mistos nos quais participam peritos no apoio à criação de empresas e profissionais do mundo da educação.

Com as famílias são realizadas jornadas de motivação e sensibilização. Para nós, os pais e as mães são os primeiros orientadores que os alunos conhecem nas suas vidas. Têm que assumir um papel activo na educação dos seus filhos, que passam dois terços do seu tempo diário fora da sala de aulas. Se as suas orientações e as do sistema educativo não convergirem na mesma direcção



estaremos a esquecer-nos que a educação de um jovem é uma tarefa da responsabilidade de toda a comunidade educativa. Por isso desenvolvemos um programa em parceria com as associações de mães e pais que se chama «Empreender com os filhos» no qual os dinamizamos para que participem activamente no modelo de educação empreendedora.

Todas estas actividades não seriam possíveis sem uma aposta do governo regional. No caso presente do principado de Astúrias, desde 2005 existe um programa de Fomento da Cultura Empreendedora que integra os diversos níveis de desenvolvimento, desde a formação elementar até à consolidação de uma empresa. O programa que foi aprovado com o consenso dos organismos públicos, dos empresários e dos sindicatos inclui acções no sistema educativo mas também de apoio à criação e consolidação de empresas.

C. R. > Quais são os principais programas que desenvolvem para os alunos, os professores e os pais?

P. > O Programa «Empreender na minha Escola» dirige-se às alunas e aos alunos dos jardins-de-infância e do ensino básico e pretende colocar as crianças em contacto com uma área de aprendizagem que remete para





um conjunto de conhecimentos necessários para elas, ao mesmo tempo que as desperta e estimula para o desenvolvimento de novas capacidades pessoais e profissionais, promove hábitos de comportamento empreendedor e fornece alguns conhecimentos básicos sobre a empresa.

O Programa «Empresa Jovem Europeia», dirigido a alunos do ensino secundário, regular e profissional, visa o reforço dos conteúdos programáticos e das aprendizagens concretizadas no projecto desenvolvido na fase anterior – Infantil e Ensino Básico – ou, se tal for o caso, pôr os jovens em contacto com o que é e o que significa ser empreendedora ou empreendedor, fazendo-o tanto através de conteúdos teóricos como práticos. Este programa deve assegurar a continuidade da formação para o empreendedorismo em todas as etapas do processo educativo formal. Por essa via são introduzidos conteúdos mais alargados e incorporados novos conceitos como imagem corporativa, estudo de mercado e internacionalização que é tratada num quadro de colaboração entre os alunos de escolas e centros de formação de outros países.

O Programa «OFICINAS DE EMPRESÁRIOS», dirigido a alunos do ano terminal do nível secundário – em todos os percursos do ensino regular e profissional e da formação profissional –, pretende melhorar a cultura empreendedora e empresarial dos alunos aproveitando a sua presença em fase terminal nas escolas e centros de formação. A finalidade deste programa consiste em assegurar que nenhum aluno deste nível escolar e formativo saia da escola ou centro de formação sem ter assistido a uma palestra na qual se fale de forma muito objectiva da cultura empreendedora em geral e da empresa em particular.

Além dos programas mencionados estamos a desenvolver novas experiências neste domínio da promoção da cultura empreendedora. PETIT é uma delas, na qual se procura aprofundar a relação entre inovação e empreendedorismo, aproveitando os temas tecnológicos que são tratados no Terceiro Curso da Educação Secundária Obrigatória.

C. R. > Que tipo de materiais didácticos são utilizados nos programas de formação e

como são utilizados pelos formadores nas acções de formação?

P. > Cada programa, desde a educação primária à universidade, é acompanhado por materiais didácticos específicos. Não são propostas generalistas, antes pelo contrário: são ferramentas desenhadas especificamente para cada programa. Os materiais que acabam por ser editados têm origem nas aulas e nas escolas que decidem incorporar as nossas propostas como projectos-piloto. Nós acrescentamos a nossa experiência no apoio à criação de empresas e é essa fusão entre o mundo da educação e da empresa que acaba por dar forma aos materiais. Nesta medida, os nossos livros surgem de um cruzamento de caminhos entre esses dois mundos que tradicionalmente vivem de costas voltadas.

Mas não nos limitamos à sua mera edição, vamos mais longe. Pensamos que os materiais didácticos são como um livro de instruções de um equipamento electrónico. A melhor forma de os utilizar é colocá-los em situações de aplicação prática. Nestes termos é usual serem apresentados desde a fase inicial das acções de formação, que têm lugar no início do ano lectivo. Nessa ocasião explicamos que se trata de uma ferramenta que poderá ser utilizada ao longo de todo o curso – porque os livros são um guia ao qual se pode recorrer sem a obrigação de o ler página a página.

Outra modalidade de recursos didácticos é o portal educativo Valnaleduca.com que é uma porta aberta quer à informação relacionada com os programas quer à troca de experiências e opiniões entre professores que, estando registados, podem descarregar documentação útil.

C. R. > Tendo em conta a vossa experiência, quais são as principais dificuldades que os



dinamizadores da educação para o empreendedorismo enfrentam nas suas acções?

P. > Para que as acções de educação para o empreendedorismo obtenham resultados torna-se imperioso que o mundo do ensino, das empresas e dos serviços públicos funcionem juntos e em comunicação permanente. O que acontece é que existem barreiras que impedem que se trabalhe conjuntamente. A administração educativa promove alguns valores laborais mas os relativos à empresa são escassos e não têm um carácter integral e estrutural. Apesar de algumas tentativas anteriores, está demonstrado que as reformas parciais não servem para nada e que é difícil introduzir novos valores porque os esforços vão sobretudo no sentido de ser atingida uma certa uniformidade no seio dos grupos e valoriza-se principalmente a capacidade de memorização. A isto deve ser acrescentado o facto de se verificar, de entre os que realizam orientação profissional, um défice de professores especializados com experiência do mundo do trabalho e das empresas.

Mas as dificuldades não se encontram só do lado da educação. Em muitas circunstâncias o mundo empresarial está dissociado do ensino e não percebe que os centros de aprendizagem são uma parte importante do ecossistema social. Isto verifica-se, por exemplo, em algumas propostas de trabalho a serem concretizadas nas aulas nas quais se insiste num determinado modelo de empreendedor exclusivamente relacionado com o sucesso económico e com a promoção pessoal.

C. R. > E que soluções preconizam para que sejam ultrapassadas as principais dificuldades e os programas tenham o êxito desejado?

P. > As estruturas que gerem o sistema educativo e formativo devem reconhecer a importância do espírito empreendedor, incluindo nos respectivos planos de actividade a educação empreendedora. Para tal é necessário estabelecer planos de formação dos professores e formadores e utilizar metodologias adequadas. Por seu lado, o mundo da empresa deve aproximar-se dos centros de aprendizagem e das escolas e colaborar com os professores e formadores. Deve ainda facilitar a realização de estágios em contexto de trabalho.

Para que todas estas propostas avancem importa ainda que se estabeleça uma cumplicidade com os meios de comunicação social, que devem colaborar com campanhas de sensibilização que transmitam uma imagem mais positiva e mais realista, apresentando os diferentes modelos de empresas e de empresários.

C. R. > O Programa «Jovens Empreendedores Sociais» abre portas ao mundo aos jovens que nele participam. Que importância tem esta dimensão internacional nas actividades de educação para o empreendedorismo?

P. > No próprio processo educativo devem ser colocados à disposição os meios necessários para ajudar os alunos a fazerem face à transição para a vida activa em condições de conhecimento, motivação e responsabilidade, para que o processo de cada um seja realizado com êxito. Para essa transição surgem como particularmente importantes as competências básicas, como as competências sociais e de cidadania. Estas preparam os alunos a participarem de forma construtiva nas actividades económicas e sociais da comunidade, ajudando a compreender o papel e as responsabilidades das instituições locais, nacionais e europeias.

A participação em experiências cooperativas cria autênticas oportunidades de expressão de opiniões próprias, de valorizar as opiniões dos outros e de articular ambas, ao ponto de se desenvolver uma verdadeira responsabilização na concretização dos objectivos e na obtenção de resultados.

Os projectos empreendedores também contribuem para o desenvolvimento de competências linguísticas ao fomentarem o uso funcional de línguas estrangeiras em situações de comunicação relacionadas com os



contextos reais. A relação comercial com parceiros de outros países fomenta o uso e prática de uma outra língua e, além disso, aumenta os conhecimentos e o interesse por outras culturas, o que contribui para desenvolver a dimensão europeia e internacional da educação

C. R. > Como imaginam o futuro de Valnalón Educa e que visão têm para o futuro da educação para o empreendedorismo na Europa nos próximos anos?

P. > No nosso caso as acções de fomento da cultura empreendedora no sistema educativo já integram um programa do governo, o que faz que estejam consolidadas graças à coordenação entre diversos departamentos e agentes sociais. Foram criadas condições para que no ensino de nível secundário tenham sido integradas, em 2003, matérias



sobre a criação de empresas, o que fez das Astúrias a primeira região espanhola a apostar no fomento da cultura empreendedora nas aulas.

Parece-nos muito importante a aposta da União Europeia que incentiva os Estados-membros a integrarem as acções empreendedoras nas aulas insistindo no conceito de mini-empresas educativas. São muito interessantes os Relatórios BEST publicados pela DG Empresa nos quais é realizada uma radiografia da realidade educativa na Europa e se apresenta um leque de boas práticas entre as quais se encontram as do governo do principado das Astúrias. A Espanha está a adaptar-se a esta nova realidade e já a partir do próximo ano lectivo os alunos dos cursos profissionais terão que estudar um módulo denominado «Empresa e Iniciativa Empreendedora». Estes são os passos que farão da Europa um território mais empreendedor no qual dois em cada dez habitantes pensem que o auto-emprego constitui uma boa opção profissional. Farão ainda que os oito restantes incorporem no trabalho por conta de outrem as competências empreendedoras necessárias para desenvolverem o seu trabalho. Esta será a maneira para construir uma Europa mais comprometida e mais desenvolvida.

ENE – empreender na escola

Um projecto apoiado pela Iniciativa Comunitária EQUAL que transpôs para o território nacional o modelo da Valnalón e desenvolveu um conjunto de produtos em português que podem ser utilizados em programas nas escolas e centros de formação.

Liderado pelo BIC – Business Innovation Center do Algarve-Huelva, Projecto ENE – Empreender na Escola consiste fundamentalmente na aplicação de um conjunto de actividades integradas que visa promover e desenvolver competências empreendedoras em alunos/as do ensino secundário. O objectivo geral baseia-se em facultar aos alunos um programa inovador e motivador que lhes proporciona um novo desafio: «ser empreendedor!»

O Projecto ENE foi elaborado e pensado com a intenção de proporcionar uma resposta complementar aos programas curriculares existentes no ensino secundário português, que privilegiasse sobretudo a participação activa dos alunos procurando a responsabilização dos mes-

mos na concepção dos seus próprios percursos (*empowerment*); a aproximação da escola à empresa e ao meio, proporcionando o aumento da empregabilidade dos jovens e o apoio à sua transição para a vida activa.

O ENE ajuda os alunos a:

- > Elaborarem um plano de negócios e a criarem uma empresa.
- > Conhecerem o meio onde vivem (empresas e serviços).
- > Detectarem oportunidades de trabalho e negócios para o futuro.
- > Trabalharem em equipa
- > Divertirem-se!

Contactos

Av. Dr. Bernardino da Silva
n.º 65 – 2.º Dto. 8700-301 Olhão
Tel.: 289 707 920
Email: ecristo@bic-ah.com
www.projecto-ene.com
www.equal.pt

Guia para elaboração
manu



Formação para o empreendedorismo

Quais são então as competências necessárias para o empreendedorismo?

Desde logo, porque tanto a formação como o empreendedorismo são, cada vez mais, necessários para que sejamos capazes de enfrentar:

- ▶ os tempos conturbados e em mudança permanente e acelerada que vivemos;
- ▶ as dinâmicas sociais, económicas e ambientais aparentemente imprevisíveis e assustadoras nas consequências que parecem poder acarretar;
- ▶ os recursos cada vez mais escassos, a par de um consumo cada vez mais intenso e exacerbado aos mais vários níveis.

Toda esta realidade exige pessoas cada vez menos conformistas, mais visionárias, inovadoras e flexíveis. Pessoas com capacidade de tomarem decisões e de assumirem riscos, com capacidade de gerarem riqueza e de transformarem conhecimentos e bens em novos produtos.

Falar de competências será insuficiente para podermos responder às exigências do empreendedorismo. Antes de mais, é fundamental percebermos do que estamos a falar quando falamos de empreendedorismo.

Vivemos num tempo cheio de chavões lindos, politicamente correctos e até já de certa forma estafados e, por isso, pouco apelativos. «Formação» e «empreendedorismo» são dois deles. Não há hoje quem tenha coragem de dizer que a formação ou o empreendedorismo não são indispensáveis! Universidades, empresas de formação, associações, políticos e governos assumem publicamente as suas sérias preocupações e enormes investimentos na promoção das competências capazes de promover a orientação dos cidadãos, alunos ou formandos para o empreendedorismo. E muito bem!

Fomos procurar em vários dicionários e concluímos que: Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente aquele indivíduo que detém uma forma especial e inovadora de se dedicar às actividades de organização, administração ou execução, gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com a sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. O termo também é utilizado, no contexto económico, para designar o fundador

de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo com o seu esforço e dedicação, criando o que antes não existia. Con-





1.º – O sucesso do empreendedorismo depende de uma atitude social colectiva.

Todos sabemos que os comportamentos são suportados por atitudes. Assim sendo, primeiro que tudo há que trabalhar a atitude das famílias, das escolas e da sociedade em geral. Posso dizer-vos, por exemplo, que vi muitos pais a motivarem os seus filhos a abandonarem verdadeiras vocações comerciais incentivando-os

para quem arrisca e tem sucesso! É importante divulgar em grande escala o sucesso para se generalizar uma atitude social positiva face ao empreendedorismo.

2.º – Os currículos têm que estar adaptados às novas exigências

Escolas e empresas de formação têm que estar em estreito contacto e diálogo com a sociedade, com as empresas e o mundo em geral. Há que assegurar o domínio de competências básicas transversais adequadas aos novos desafios, as quais incluem, naturalmente, a comunicação e o raciocínio lógico. Nunca a comunicação foi tão importante como hoje e, apesar disso, a grande maioria das pessoas tem grande dificuldade em comunicar, verbalmente e por escrito. Comunica-se muito mas mal, tanto em língua portuguesa como em línguas estrangeiras. É chocante como ainda há tantos jovens licenciados que dominam mal o inglês ou o castelhano.

cluímos também que há unanimidade no entendimento de que o empreendedor traz tatuadas em si características como a criatividade, a capacidade de inovar com sucesso e de gerar valor, a par da capacidade de assumir riscos psicológicos, sociais e financeiros, recebendo as consequentes recompensas de natureza económica e pessoal.

A reflexão e investigação que tenho realizado ao longo de vários anos em contextos empresariais, educativos e formativos que tenho conduzido, como por exemplo no INV – Instituto de Negociação e Vendas, ou no Conselho Nacional de Educação em representação das entidades patronais, mostraram-me que hoje o maior desafio já não está tanto na definição das atitudes, capacidades ou competências requeridas para o empreendedorismo mas, sobretudo, nas práticas e no modo de as promover com eficácia.

Deixo-vos então aqui algumas reflexões para a formação e promoção das competências para o empreendedorismo.

para irem para a função pública só porque achavam que essa era uma opção mais «segura». Várias vezes lhes referi que não entendia como é que uma profissão, para a qual não se tem vocação e que ainda por cima muitas vezes é mal paga, pode ser segura... Mas enfim, outras crenças e valores existiam na cabeça dessas pessoas. Felizmente, hoje esse entendimento sobre a função pública está a mudar, a bem da função pública, das vocações e do empreendedorismo!

Para que o empreendedorismo seja uma realidade há que sonhar! Há que cultivar a confiança em nós próprios, nas nossas vocações e nas nossas capacidades. Há que abandonar os paternalismos, a subsídio-dependência e a mania de nos focarmos em quem fracassa em vez de nos mobilizarmos activamente para ajudar-



Duas línguas cada vez mais importantes para uma dinâmica de empreendedorismo. Somos um povo com natural facilidade para as línguas, pelo que se trata mesmo de uma questão de prioridades e de exigência. É impressionante a dificuldade da grande maioria dos jovens, e mesmo dos activos, na construção ou redacção de um simples relatório. Escrever ideias articuladas, claras, concretas e concisas é cada vez mais raro. É por isso fundamental investir no desenvolvimento destas competências já que em termos de empreendedorismo elas são, no mínimo, fundamentais para a apresentação de uma ideia ou de um projecto! Elas são também um suporte natural numa dinâmica de liderança, e o empreendedor não trabalha normalmente sozinho...

3.º – Os métodos pedagógicos das escolas e das acções de formação têm que evoluir

Num contexto global e imprevisível, os métodos e técnicas tradicionais, em que a simples memorização e reprodução de conteúdos ocupam lugar de destaque, não são suficientes para assegurar o desenvolvimento das competências necessárias ao empreendedorismo. Quando se empreende lida-se com o futuro, não apenas com a experiência do passado. A experiência, a aprendizagem e a cultura são, sem dúvida, valores essenciais. No entanto, elas também podem ser um obstáculo à antecipação do futuro. A dialéctica e a negociação são também dinâmicas essenciais ao empreendedorismo. Estas competências não se adquirem através da simples reprodução de conteúdos, mas sim pelo enfrentar de situações novas e de contraditórios. O trabalho de projecto, o qual obriga à negociação de objectivos e de formas de avaliação de resultados, ao planeamento, à investigação bibliográfica e no terreno, ao trabalho

em equipa, à sistematização, redacção e apresentação pública de resultados, constitui uma ferramenta pedagógica valiosa. Além disso, as práticas pedagógicas *on-job* são cada vez mais relevantes e com resultados mobilizadores e duradouros.

Concluindo, podemos considerar que existem três grandes áreas de conhecimentos, capacidades e competências para um empreendedor:

1. Conhecimentos:

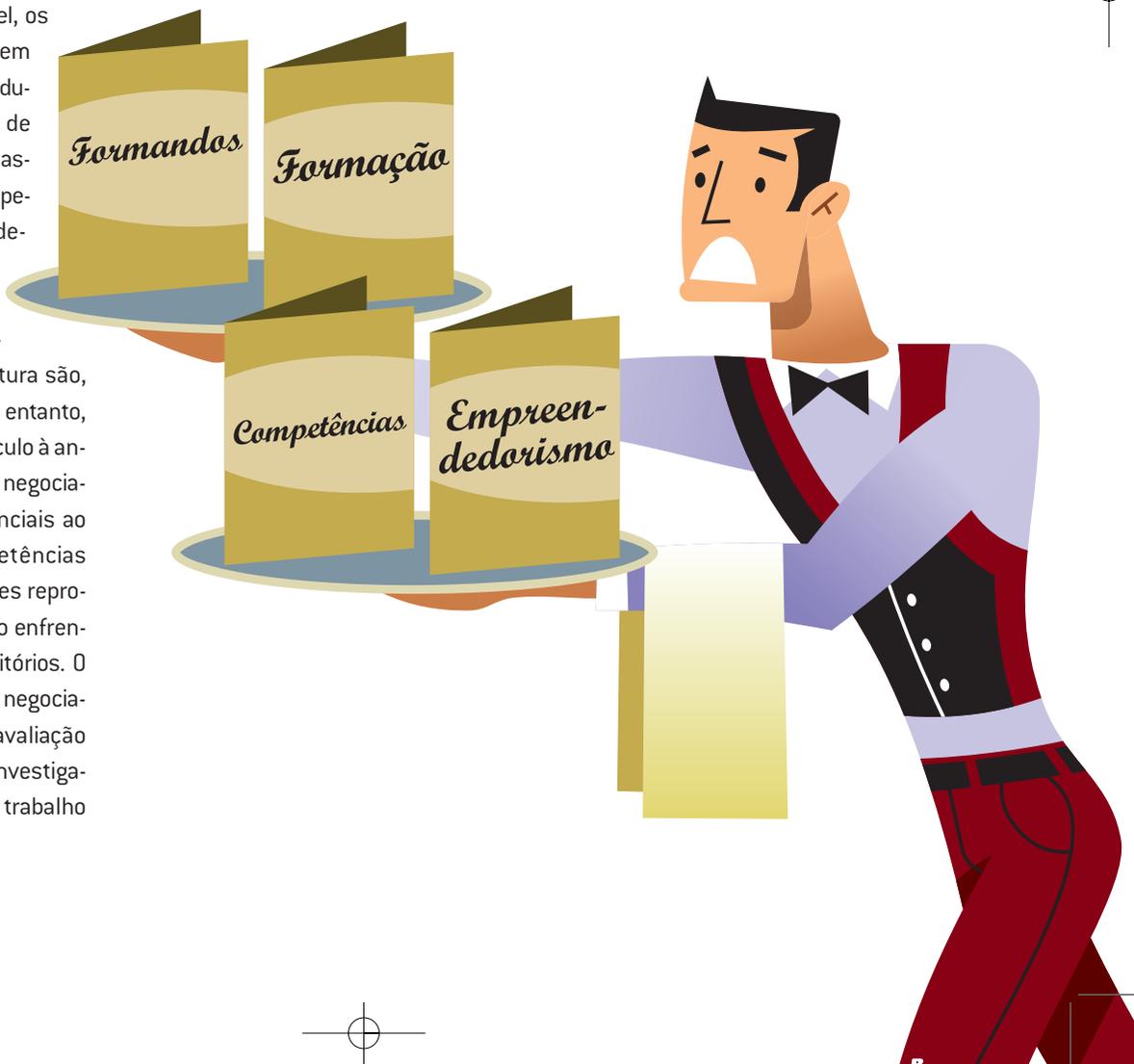
Relativos às áreas envolvidas na criação e gestão da empresa (marketing, negociação e vendas, administração, finanças, operacional, produção, planeamento e controlo).

2. Competências:

Saber comunicar (ouvir as pessoas e captar informações, escrever e falar), organização, trabalho em equipa e liderança.

3. Características pessoais:

Ser autoconfiante, disciplinado e resiliente (capacidade de resistir às adversidades e de persistir), gostar de assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, ser visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e principalmente ter paixão pelo que se faz. Um empreendedor terá vantagens se possuir algumas características diferenciadoras como a originalidade, a flexibilidade e o optimismo.



► análise crítica

Microcrédito e empreendedorismo inclusivo



Falar de empreendedorismo inclusivo é também falar de microcrédito, instrumento que conjuga perfeitamente ambos os conceitos: empreendedorismo e inclusão. Não é certamente o único, mas é talvez aquele que, quer pela sua natureza, quer pela sua metodologia, melhor cumpre o objectivo a que se propõe: a inclusão através da via económica, potenciando a capacidade empreendedora das pessoas e acreditando que vão ser capazes de promover o projecto a que se propõem, permitindo-lhes o acesso a um pequeno crédito financeiro para a criação do seu próprio negócio e, através dele, se sentirem cidadãos de pleno direito e actores na criação de riqueza da sociedade à qual pertencem. Por isso, quando se fala em microcrédito não se

Quando se fala em microcrédito não se trata apenas de criação de postos de trabalho, mas também, e sobretudo, de inclusão

trata apenas de criação de postos de trabalho mas também, e sobretudo, de inclusão. Ou seja, potenciar em públicos que vivem no mundo da pobreza ou da exclusão a sua capacidade empreendedora, abrindo-lhes a possibilidade de implementarem um pequeno projecto de negócio que se desenvolva em bases sustentáveis.

Esta é uma tarefa árdua que requer uma conjugação de esforços e vontades – aos mais diferentes níveis – e uma multidisciplinaridade que nem sempre é fácil de arquitectar e, ainda menos, de implementar ou concretizar. Mas que tem valido a pena! Vejamos alguns dos testemunhos de pes-

soas que implementaram o seu negócio com a ajuda da Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC).

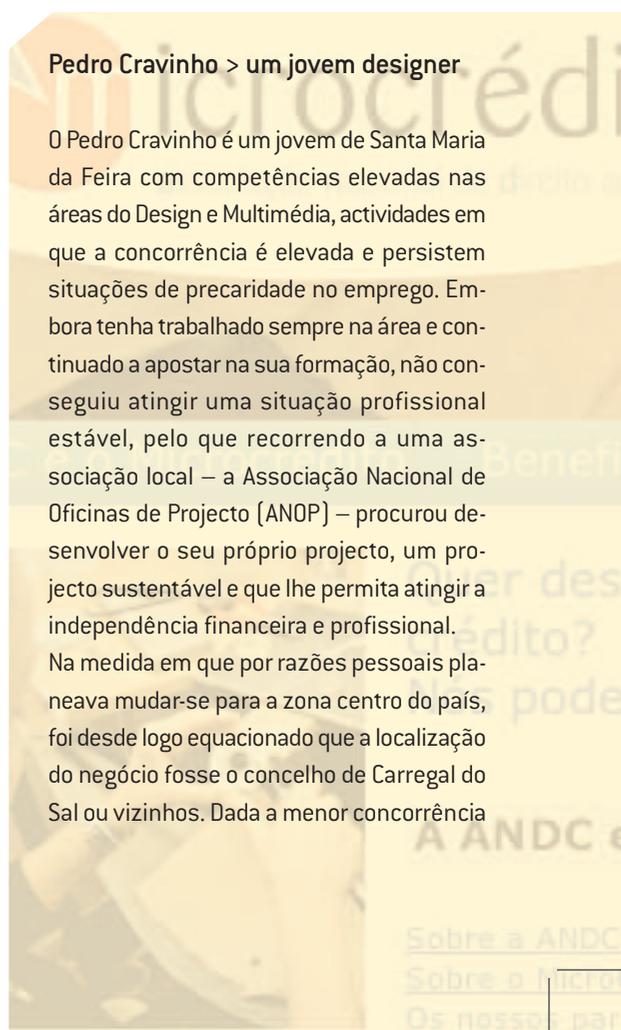
Testemunhos/casos Microcrédito

Pedro Cravinho > um jovem designer

O Pedro Cravinho é um jovem de Santa Maria da Feira com competências elevadas nas áreas do Design e Multimédia, actividades em que a concorrência é elevada e persistem situações de precaridade no emprego. Embora tenha trabalhado sempre na área e continuado a apostar na sua formação, não conseguiu atingir uma situação profissional estável, pelo que recorrendo a uma associação local – a Associação Nacional de Oficinas de Projecto (ANOP) – procurou desenvolver o seu próprio projecto, um projecto sustentável e que lhe permita atingir a independência financeira e profissional. Na medida em que por razões pessoais planeava mudar-se para a zona centro do país, foi desde logo equacionado que a localização do negócio fosse o concelho de Carregal do Sal ou vizinhos. Dada a menor concorrência



José Centeio
Secretário-Geral da
Associação Nacional
de Direito ao Crédito





Lurdes Pereira > a importância da dedicação e do espírito empreendedor!

Maria de Lurdes Azevedo Pereira trabalhou 27 anos numa fábrica de confecção mas viu-se obrigada a despedir-se devido a problemas graves de saúde. Quase ano e meio após ter ficado desempregada, a empreendedora viu aprovada uma ILE, a que se candidatara através do Centro de Emprego de Santo Tirso, no valor aproximado de 9600 euros. No momento de montar o seu próprio negócio, colectada como empresária em nome individual, várias dificuldades se colocaram, nomeadamente devido à necessidade de realização de obras de adaptação no atelier destinado ao fabrico, reparação e venda de cortinados e outros arranjos de costura. A ne-

cessidade de entrar com parte do capital destinado ao investimento em equipamentos e matérias-primas deixou a empreendedora numa situação delicada, já que tanto a própria como o marido se encontravam desempregados há já algum tempo e não possuíam poupanças nem tinham qualquer possibilidade de aceder ao crédito bancário normal.

Através de uma parceria com entidades locais, a ANDC teve conhecimento do caso da D. Lurdes Pereira. A candidata, com o apoio da agente de microcrédito da ANDC, construiu um projecto de microcrédito no valor de 4250 euros, aprovado no início de Maio de 2007, que lhe permitiu o desbloqueamento da situação de impasse em que se encontrava o seu projecto de criação do próprio emprego.

Dotada de um espírito empreendedor e de uma capacidade de trabalho ímpares, esta senhora de 47 anos é a prova viva de que mesmo quando a saúde, as habilitações e a idade conspiram contra a possibilidade de voltar a encontrar estabilidade profissional e económica, há que ter capacidade de iniciativa para encontrar soluções alternativas, aproveitando e estimulando competências técnicas, pessoais e de gestão que dêem origem a uma solução de auto-emprego que constitua, simultaneamente, fonte de realização profissional e pessoal. Como afirma a própria microempresária, «o importante é nunca baixar os braços!»

Marta Mucha
Agente de Microcrédito ANDC

existente e os conhecimentos que possui na comunidade escolar, procurou encontrar um espaço para um Centro de Cópias e Atelier de Imagem que, servindo a comunidade local, se constituísse também como espaço de trabalho para serviços angariados através da Internet (<http://alfapixel-estudio.blogspot.com>). A Alfapixel abriu em Junho de 2008 num espaço junto ao notário e à Escola Secundária de Carregal do Sal.

A concretização do projecto em termos financeiros foi possível porque o Pedro foi encaminhado pela ANOP para a ANDC. Não tendo rendimentos regulares ou outras garantias para apresentar às instituições financeiras, não lhe era concedido o pequeno financiamento de que necessitava para arrancar com o seu projecto. O empréstimo, no valor de 7000 euros, foi a solução, embora a quantia disponível não fosse elevada para um projecto alicerçado em ferramentas tecnoló-

gicas de preços elevados, o que levou a algumas soluções de compromisso em termos de investimento inicial e a não conseguir reunir o fundo de maneio que gostaria de ter no arranque mas que o «forçou» a preparar cuidadosamente o projecto.

O recurso ao microcrédito foi importante na fase de preparação e continuará a sê-lo no acompanhamento dos primeiros anos de actividade: «Outro ponto extremamente positivo reside no apoio individual e no acompanhamento prestado a cada caso. Há sempre um conselho útil ou um esclarecimento válido a todas as questões (e são muitas) que se vão levantando nos primeiros meses de funcionamento do projecto. Eu, pessoalmente, não tenho sentido que o apoio tenha terminado com a chegada do empréstimo à minha conta bancária.»

O negócio dá actualmente os seus primeiros passos mas o Pedro tem ideias concretas

sobre a sua evolução a médio/longo prazo, e nessa evolução a formação será uma das apostas. Por isso, além dos equipamentos e materiais necessários, o financiamento irá também permitir a frequência da formação necessária para a obtenção do Certificado de Aptidão Profissional de Formador. A experiência que inicia agora como empresário constitui uma primeira etapa num percurso profissional que assegure simultaneamente estabilidade financeira e realização pessoal.

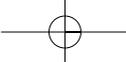
Pedro Cravinho Silva
Alfapixel

Rua Dr. Amadeus Matos Viegas, n.º 29
3430-120 Carregal do Sal
Tel.: 232 962 012
alfapixel@gmail.com

Joana Afonso
Agente Microcrédito ANDC

ASSEMBLEIA GERAL

Realizou-se, no passado dia 3 de Março, a Assembleia Geral da Associação Nacional



Rui Alves > da formação à criação do seu próprio emprego...

Rui Manuel Gonçalves Alves começou cedo a trabalhar em topografia. Após o serviço militar aceitou o desafio de um irmão para ir trabalhar para o Canadá. Infelizmente as coisas não se passariam como havia imaginado e, quando regressou, em 1998, poucas foram as oportunidades de trabalho que apareceram. No final de 1999 encontrava-se desempregado quando surgiu uma oportunidade de formação profissional promovida pelo Centro de Emprego de Valongo, justamente na sua área de actividade de eleição: Topografia e Desenho de Construção Civil. Foi seleccionado, frequentou cerca de 3000 horas de formação e, já em 2002, realizou um estágio na Câmara Municipal de Valongo, seguindo-se a colaboração com várias empresas e gabinetes de arquitectura.

No decorrer deste percurso o Rui percebeu que o trabalho com os referidos gabinetes o colocava numa situação de fragilidade, já que não estava devidamente apetrechado para responder às melhores oportunidades que então iam surgindo. Decidiu então avançar como *freelancer*, tendo recorrido, uma vez mais, ao Centro de Emprego de Valongo para, através do recurso ao Programa de Estímulo à Oferta de Emprego (PEOE), adquirir equipamento de ponta e apoios à contratação, vendo a sua CPE equiparada a ILE ser aprovada em Março de 2007. Este apoio permitia-lhe a aquisição de um aparelho de medições topográficas no valor aproximado de 20 000 euros financiado a fundo perdido apenas até aos 16 600, ficando os restantes 3400 euros bem como outras necessidades de investimento, a cargo do proponente.

Não dispondo do capital próprio necessário, nem de acesso ao crédito bancário normal, o Rui Alves, um verdadeiro empreendedor,

candidatou-se, através da ANDC, a um microcrédito no valor de 4800 euros. O microcrédito, aprovado em meados de Maio de 2007, permitiu desbloquear a aquisição do equipamento, imprescindível para a realização do trabalho de topógrafo, e a aquisição de uma máquina digital cuja necessidade não fora acautelada no projecto anterior. Mais de um ano após o arranque do negócio o microempresário afirma que não faltam oportunidades de trabalho, embora a concorrência feroz obrigue a esmagar os preços e os prazos de pagamento dos serviços prestados obriguem a uma grande habilidade na gestão do seu próprio negócio. Contudo, este empreendedor continua a investir todas as suas energias num trabalho que desempenha com paixão, a qual o ajuda também a enfrentar os desafios que vão surgindo neste percurso de microempresário, que criou não apenas o seu próprio emprego mas também um segundo posto de trabalho.

Marta Bedê > uma boa ideia!

A Marta Bedê é uma empreendedora brasileira que contactou pela primeira vez a ANDC em Julho de 2006. Nessa altura vivia em Portugal há cinco anos, tendo acompanhado o seu companheiro que foi convidado a trabalhar no país por uma empresária brasileira. Nos primeiros anos trabalhou como nadadora-salvadora, começando a partir de 2003 a colaborar numa empresa na área da publicidade especializada em insufláveis, dirigíveis e balões, mas sempre em situação de precariedade em termos de vínculo contratual (como *staff*). A sua colaboração consistia principalmente na organização de festas infantis, serviço para o qual a empresa era solicitada embora não fosse a sua actividade principal. Foi esta experiência que levou a Marta a pensar o seu próprio negó-

cio, uma vez que na maioria dos serviços a organização das festas e actividades ficava a seu cargo, sendo apenas o material propriedade da empresa.

Deste modo, o recurso ao microcrédito surgiu com o intuito de formalizar a actividade em seu nome e adquirir o material básico para a organização de festas infantis na casa dos clientes ou em locais por eles indicados. O montante pedido, 3000 euros, foi utilizado na compra de um insuflável recreativo e equipamento para o enchimento de balões, complementando algum capital próprio que em conjunto com o seu companheiro conseguiu reunir.

Nos primeiros meses de actividade a Marta apostou forte na divulgação dos serviços através de meios diferentes – distribuição de folhetos em locais seleccionados, publicidade na viatura e Internet – mas cedo se

apercebeu que este tipo de serviço não é ainda muito utilizado no nosso país e que a diversificação para outras áreas era fundamental para assegurar o crescimento do negócio e minimizar os efeitos da sazonalidade associados ao clima (picos de actividade entre Maio a Junho). Por esta razão apostou também na vertente empresarial, tanto ao nível do aluguer de insufláveis como da decoração/publicidade, investindo em mais dois insufláveis, em formação na área da decoração com balões e no estabelecimento de parcerias estratégicas que lhe permitissem alargar o seu leque de serviços. Paralelamente reforçou a aposta na divulgação via Internet com a criação de blogues específicos para as várias vertentes do negócio.

Depois de um primeiro ano em que a motivação e persistência da empreendedora

Sobre a ANDC

ASSEMBLEIA GERAL

Sobre a ANDC

Sobre o MicroCrédito

De nossos parceiros

ASSEMBLEIA GERAL

Realizou-se, no passado dia 3 de Março, a

Assembleia Geral da Associação Nacional





O olhar de uma agente de microcrédito

A minha experiência como agente de microcrédito começou em Setembro de 2005 quando integrei a equipa técnica da ANDC. Até aí o meu conhecimento do que era o microcrédito era quase nulo mas comecei a trabalhar com grandes expectativas que se concretizaram por inteiro quando iniciei o trabalho no terreno e conheci os empresários já apoiados pela Associação, bem como os candidatos existentes na minha área de actuação. Um agente de microcrédito tem um conjunto de tarefas/responsabilidades abrangentes que vão desde a divulgação do instrumento na área geográfica que lhe está atribuída à articulação com as instituições locais que contactam com públicos mais carenciados, ao atendimento e prestação de es-

clarecimentos a potenciais interessados, à preparação de projectos de negócio/candidaturas ao microcrédito e ao acompanhamento dos processos em que o crédito se concretiza. De entre todas elas, aquelas que implicam uma relação directa com as pessoas que se candidatam são sem dúvida as mais compensadoras.

Conhecem-se pessoas muito diferentes, com características pessoais e percursos muito diversos, e cada reunião/entrevista é uma experiência enriquecedora, e é-o tanto mais quanto conseguimos sentir que aquele momento foi também importante para a pessoa que contactou a Associação e que, independentemente do desfecho do processo, conseguimos dar algo à pessoa, seja em conhecimento técnico seja na sua motivação e auto-estima.

Ao longo dos últimos quase três anos muito mudou no meu trabalho na Associação – a área geográfica, as condições dos empréstimos, a estrutura da própria Associação, a envolvente externa – mas os princípios base do trabalho mantêm-se. Todo o processo é desenvolvido na base de uma relação de confiança que se vai construindo ao longo do tempo, à medida que vamos acompanhando as conquistas mas também as angústias inerentes ao desenvolvimento de projectos de negócio e podemos testemunhar e contribuir para uma tomada de posição que, podendo ser a solução para muitas pessoas em situação de carência económica, implica capacidade de luta e muita coragem.

Joana Afonso
Agente de Microcrédito da ANDC

foram postas à prova, em 2008 o negócio atingiu um patamar de estabilidade que abre boas perspectivas de evolução futura: «O primeiro ano é o mais difícil, conquistar clientes, concorrer com outras empresas que já estão no mercado, tornar a nossa empresa conhecida neste meio... são tarefas difíceis, mas a cada ano que passa a nossa empresa sente a evolução e procura destes serviços por novos e antigos clientes, o que nos deixa bastante optimistas e a pensar em novos investimentos.» A Angel Eventos e Insufláveis está à Vossa espera em <http://angelinsuflaveis.no.sapo.pt>.

Marta Angélica Bedê
Angel Insufláveis e Eventos
Vila Nova de Gaia
Telemóvel: 914 464 160
angelinsuflaveis@yahoo.com

Para terminar, gostaria de sublinhar alguns aspectos das histórias de microempresários aqui apresentadas.

- 1 > A importância que estes microempresários atribuem à formação, nas suas áreas de negócio específicas, enquanto factor que melhor lhes permite enfrentar a concorrência.
- 2 > A importância do primeiro ano de negócio, sobretudo no que diz respeito à hierarquização dos objectivos que se pretendem atingir, tendo consciência de que não é possível concretizar tudo ao mesmo tempo.
- 3 > O papel de outras instituições, num caso a Associação Nacional de Oficinas de

Projectos (ANOP) e noutros o Centro de Emprego. Embora desempenhando papéis diferentes, ambas as instituições foram importantes na formatação dos projectos e na interligação que estabeleceram com a Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC). Este é, sem dúvida, o caminho a percorrer no sentido da criação de verdadeiras redes que potenciem as soluções, aproveitem da melhor forma os recursos disponíveis e possam responder melhor às diferentes situações com as quais se deparam no dia-a-dia do terreno.

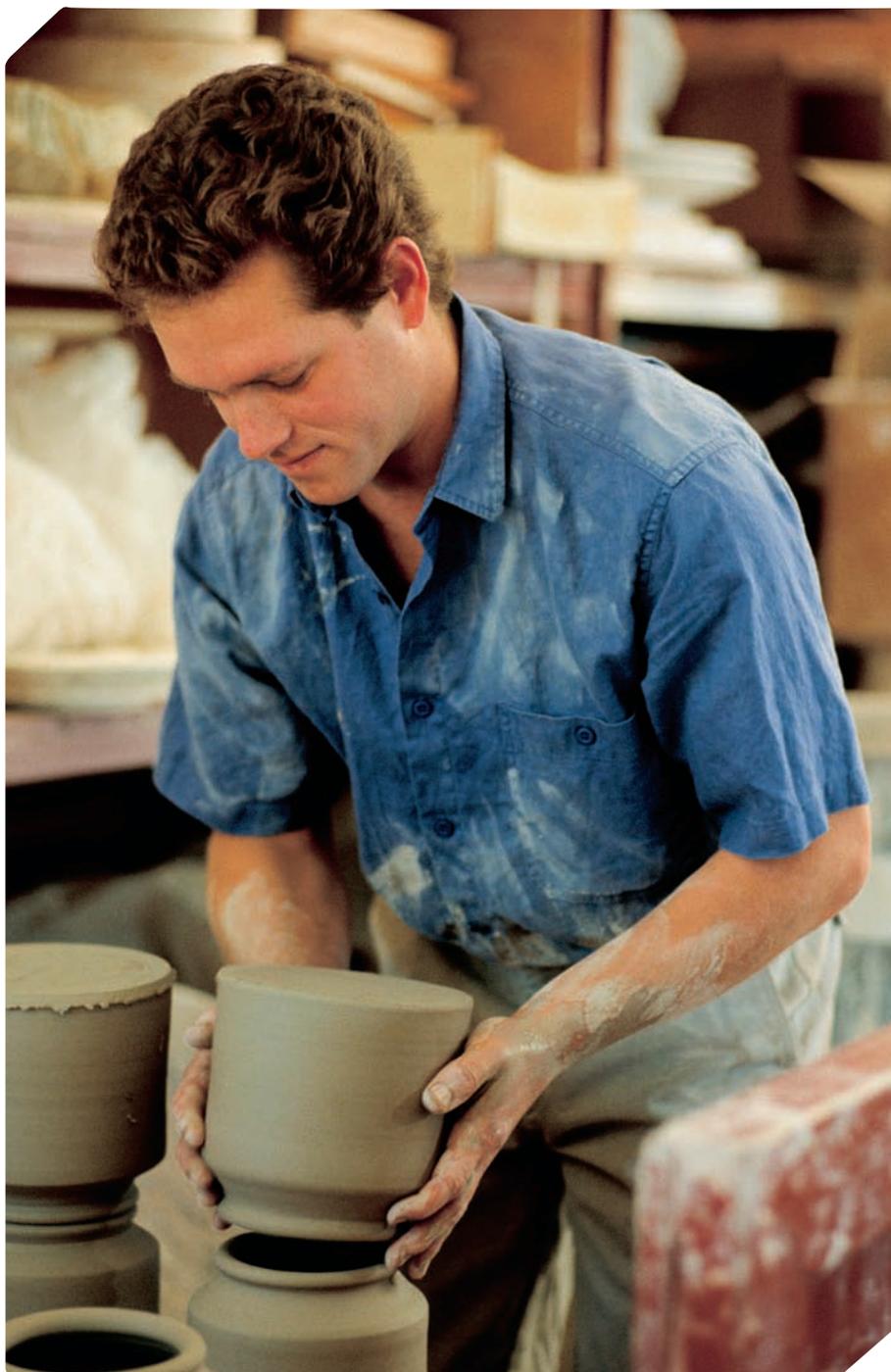
4 > Por último, vale a pena sublinhar um aspecto que pode ser de grande utilidade para quem queira criar um pequeno ne-

gócio e que se prende com o montante do microcrédito, 7000 euros. Embora dependendo do tipo de negócio, numa primeira aproximação este montante parece ser insuficiente para qualquer que seja o negócio, sobretudo se tiver-

mos em conta a economia concorrencial em que nos inserimos e que nos obriga a procurar factores de diferenciação. Mas a experiência diz-nos que foram muitos os que conseguiram criar um pequeno negócio com esses montan-

tes e, em muitos casos, com montantes ainda inferiores. O importante, para quem pretende iniciar um negócio, é perceber quais os recursos disponíveis, formatar o projecto à medida dos recursos, planear as primeiras etapas de implementação e desenvolvimento do projecto e procurar soluções que possam minimizar a falta de recursos financeiros. Isso obriga, sem dúvida, à preparação cuidadosa do projecto, como aliás está claramente expresso na história do Pedro Cravinho: «... embora a quantidade disponível não fosse elevada para um projecto alicerçado em ferramentas tecnológicas de preços elevados, o que levou a algumas soluções de compromisso em termos de investimento inicial e a não conseguir reunir o fundo de maneio que gostaria de ter no arranque mas que o “forçou” a preparar cuidadosamente o projecto».

Finalmente, e tal como a Joana Afonso escreve no seu testemunho enquanto agente de microcrédito da ANDC, a capacidade de o microcrédito contribuir para a promoção do empreendedorismo inclusivo reside no facto de «independentemente do desfecho do processo conseguirmos dar algo à pessoa, seja em conhecimento técnico seja na sua motivação e auto-estima», porque uma pessoa motivada e com auto-estima estará certamente mais apta e mais disponível para procurar soluções para os seus problemas. A promoção de uma cultura empreendedora, nomeadamente nas populações mais fragilizadas, é uma responsabilidade de todos os agentes envolvidos e da sociedade em geral, porque ela permitirá não apenas a criação de pequenas iniciativas mas também a promoção de cidadãos, mesmo se trabalhadores por conta de outrem, mais activos, responsáveis e com espírito de iniciativa.



Empreendedorismo criativo e solidário

Introdução

É frequente estabelecer uma ligação entre empreendedorismo e sociedade do conhecimento, altura em que o aparecimento das novas tecnologias – informática e comunicação – criaram novas regras nas relações laborais e o mercado de emprego sofreu profundas alterações eliminando postos de trabalho, criando novas áreas de recrutamento e exigindo novas qualificações.

A verdade, porém, é que o conceito de homem empreendedor é contemporâneo das primeiras formas de trabalho. A ideia de que o empreendedorismo é um termo importado pela sociedade do conhecimento prende-se com o facto de se tratar de um conceito que tem evoluído aos saltos e não de uma forma linear, porque resulta da necessidade de os homens se adaptarem às transformações sociais.

Embora os Gregos desvalorizassem o trabalho e o considerassem actividade menor, que devia estar a cargo dos escravos, o empreendedorismo, concomitante com o período de sedentarização que conduziu à Revolução Agrícola e à apropriação de terras, não lhes era desconhecido. Já nessa época havia homens empreendedores que procuravam aproveitar oportunidades de negócio para criar riqueza. Os Fenícios, por exemplo, foram um povo em-

O empreendedorismo anda de mãos dadas com a criatividade e o progresso, mas não se restringe ao universo empresarial, aos negócios e à criação de riqueza. É também uma atitude comportamental que pode contribuir para a redução das desigualdades e combater a pobreza

preendedor, que descobriu como as trocas comerciais proporcionadas pelas suas navegações poderiam gerar riqueza. Como facilmente se depreende, os Descobrimentos também foram um período de grande empreendedorismo, face às possibilidades que a descoberta de novos produtos e novas terras representava, principalmente em termos de trocas comerciais, mas também na transformação de produtos.

Só com a I Revolução Industrial, porém, é que o conceito de empreendedorismo ganha contornos próximos do seu conceito actual, pois é nessa altura que, fruto do aparecimento da máquina a vapor e outra maquinaria que substituiu o trabalho humano, surgem as regras laborais, o contrato de trabalho e o emprego, as garantias sociais dos trabalhadores e a luta entre capital e trabalho.

Empreendedorismo e criatividade

Sempre que se verificam mudanças profundas em que a «normalidade» dos comportamentos é afectada, se alteram os modos de produção, se colocam em causa relações laborais ou geram novas oportunidades, o empreendedorismo tem um papel de especial relevância no desenvolvimento da economia. O que neste momento está a acontecer é precisamente isso. Novas tecnologias, globa-



Carlos Barbosa de Oliveira
Jornalista



lização, novos mercados, obrigam as empresas a descortinarem novos modelos de negócio. A Internet, por exemplo, ao ligar milhões de consumidores de todo o Mundo, criou oportunidades impensáveis há pouco mais de uma década; o desenvolvimento tecnológico gerou novas formas de trabalho ao reduzir a necessidade de esforço corporal e exigir uma maior utilização do cérebro; mercados outrora distantes ficaram mais próximos, enquanto outros inexistentes emergiram como novos actores na sociedade global. Estas transformações geraram uma transformação no mercado de trabalho tão radical como a verificada nas duas Revoluções Industriais anteriores. Há duas décadas os patrões procuravam trabalhadores e tinham dificuldade em os encontrar, hoje pretendem ver-se livre de uma parte deles.

Todas estas alterações abriram, no entanto, novas oportunidades de negócio e criaram a possibilidade de cada um ser patrão de si mesmo. É aqui que entra o empreendedorismo. A razão por que tanto se fala agora dele deve-se ao facto de se acreditar que nele reside a solução dos problemas levantados pela sociedade do conhecimento que nos irá conduzir a uma nova era onde o trabalho será substituído pelo ócio e cada um poderá aspirar a ser patrão de si mesmo. Mas será mesmo assim?

O empreendedorismo pode ser definido como a capacidade de as pessoas aproveitarem as novas oportunidades de negócio criando novas ideias que gerem valor ou riqueza. Nada muito diferente do que sempre foi, mas com uma diferença: a inovação, a criatividade e a tecnologia tornaram-se fundamentais para o sucesso, desvalorizando o trabalho braçal e valorizando as ideias.

Como afirmou Bill Gates um dia, «o modo como uma pessoa reúne, administra e usa informação determina se ela vai vencer ou perder». Leio nesta afirmação do criador da Microsoft um

aviso: os empreendedores precisam de ter uma visão de futuro, abandonar paradigmas ultrapassados e perceber que estamos numa nova era em que a forma de produzir, vender ou prestar serviços sofreram profundas alterações que tornaram anquilosadas as velhas formas de fazer negócio.

Será pois a capacidade de utilizar a informação que irá determinar o êxito e o fracasso. Daí a necessidade de o empreendedorismo ser criativo não só na sua essência – a forma de encontrar soluções para os problemas – mas também nos processos. Inovando nos produtos, mas também na forma de os vender, distribuir ou processar. Por outras palavras, o empreendedorismo na sociedade actual tem que colocar no topo da pirâmide das suas exigências uma nova forma de estar no mercado.

Uma outra característica do empreendedorismo actual é viver mais das ideias do que do capital, o que permite que pessoas com poucos recursos desenvolvam projectos sem necessidade de recorrer a grandes investimentos. Foi este princípio que levou ao aparecimento do microcrédito – a demonstração mais evidente de que numa boa ideia pode estar a solução dos problemas da pobreza de um grande número de famílias.

É impensável, por outro lado, voltar a viver – pelo menos nas próximas décadas – numa sociedade de pleno emprego. Mas o que outrora era um drama pode representar para muitos a solução. Viver num labirinto rotineiro de viagens entre a casa e o emprego, cumprindo horários mais ou menos rígidos, estar dependente dos humores dos superiores hierárquicos é, para muitas pessoas, um inferno. Quantos não gostariam de se libertar das amarras e ter o seu próprio negócio, mas recuam porque lhes falta um pouco de audácia? Nunca se ouviu tanto dizer «quem me dera ter o meu negócio» mas, apesar de pelo menos nos últimos séculos a oportunidade de cada um poder ser dono dos seus destinos

nunca ter sido tão grande, poucos são os que arriscam trocar o seu salário certo por uma oportunidade que envolve risco e audácia, é certo, mas pode significar a libertação das amarras.

O deficiente conhecimento da utilização das novas tecnologias – ferramenta que proporciona a implantação de melhores oportunidades de um negócio a um custo mais reduzido – é um impedimento para alguns. Não o foi, porém, para Maria José. Quando teve o terceiro filho, decidiu com o marido que ia ficar em casa a cuidar dos filhos. Com gosto e habilidade para bordados e malhas, começou a fazer algumas peças de vestuário para bebés que vendia a amigos e numa ou duas casas conhecidas. Passados três anos comprou uma segunda máquina de tricotar, criou um posto de trabalho e trabalha por conta própria. O ordenado de pouco mais de 700 euros que recebia na empresa têxtil onde trabalhava multiplicou-se e ainda lhe permite pagar a uma pessoa que a ajuda na tarefa de produzir os modelos que ela própria cria.

Empreendedorismo Social

É normal conotar o empreendedorismo com o mundo empresarial, os negócios e a geração de riqueza. No entanto, é cada vez mais usual ver exemplos de um outro tipo de empreendedorismo mais voltado para a resolução de problemas da comunidade, mais preocupado com as questões sociais do que com a economia. Chama-se empreendedorismo social e é um exemplo paradigmático de uma área onde se combinam harmoniosamente criatividade e inovação, na perspectiva de uma mudança social que contribua para o combate à pobreza. Hoje em dia é um movimento com fortes raízes na Europa (especialmente em Inglaterra), na América Central e do Sul e também em alguns países asiáticos, colocando novos desafios na solução de problemas das comunidades.

Em Portugal também há vários exemplos de empreendedorismo social, como é a Casa do Gil, o Banco Alimentar Contra a Fome, o Banco do Tempo e muitos outros. Existem, igualmente, exemplos de empreendedorismo social à escala global, prosseguidos por ONG. No empreendedorismo social, o empreendedor tem como principal tarefa «descobrir» a forma de resolver uma situação de cariz social contribuindo para a erradicar ou minimizar. Isso pode passar por soluções tão simples como a criação de uma escola ou o saneamento de um bairro, ou por questões mais complexas como criar condições para que os produtores de uma determinada comunidade recebam o valor justo por aquilo que produzem. É o caso, por exemplo, do Comércio Justo – uma parceria entre pequenos produtores de países do Sul e consumidores. Hoje ultrapassa já os cinco milhões o número de pequenos produtores que conseguiram ultrapassar as dificuldades de acesso aos mercados, vendo recompensado de forma mais consentânea o seu esforço, o que lhes permitiu ultrapassar situações de pobreza extrema. A integração destes pequenos produtores em circuitos comerciais alternativos teve como contrapartida o seu compromisso

com práticas agrícolas mais sustentáveis cujos princípios lhes foram inculcados pelas organizações que os apoiam.

Resumindo, o que caracteriza o empreendedorismo social é o facto de se centrar nas pessoas e na resolução dos seus problemas colectivos. Não menos importante é assinalar que os empreendedores têm um lema comum em qualquer parte do Mundo: «Não há nada que não possa ser feito.»

A Comissão Europeia considera, hoje em dia, a educação para o empreendedorismo área-chave da sua estratégia de Aprendizagem ao Longo da Vida. Nessa perspectiva, realça um conjunto de normas de boas práticas e planos de acção de âmbito europeu que visam o desenvolvimento de competências nesta matéria. Também a UNESCO define um conjunto de regras que devem estar presentes nas diversas vertentes educacionais para desenvolver o empreendedorismo social e a criatividade. Destaco aqui apenas um ponto considerado fundamental para o desenvolvimento de capacidades nesta temática e que está muito relacionado com a forma como já hoje em dia todos encaramos a temática ambiental: «Pensar globalmente para agir a nível local.»



► **actuais**

Formação aplicada à gestão pela competência



Gestão pela competência e contextos formativos

No final do século xx, os modelos de Gestão de Recursos Humanos modificaram-se: há uma recentragem sobre as estruturas do tipo adocrático no sentido de Mintzberg e sobre a individualização, que inclui três aspectos essenciais:

- Uma gestão previsionial das competências apoiada no eixo da empregabilidade dos indivíduos.
- Uma avaliação do desempenho centrada nas capacidades individuais de mobilização de competências.
- Uma formação ancorada em conteúdos direccionados para o pólo do «saber-ser» e da dimensão *soft* (competências diferenciadoras).

Ora, tem-se entendido frequentemente que as competências se dividem em saber (competências teóricas), saber-fazer (competências práticas) e saber-ser (competências sociais e comportamentais). Mas esta separação valoriza – talvez excessivamente – a palavra «saber» e a aquisição através da formação escolar, uma vez que o saber-fazer

Actualmente, e para minorar o *gap* potencial de desajustamento entre as competências detidas pelos trabalhadores e os empregos disponíveis no mercado de trabalho, torna-se necessário rever os conteúdos de formação tradicional. Trata-se, essencialmente, de reforçar a operacionalidade dos conhecimentos obtidos mediante uma articulação teórico-prática virada para as necessidades de competitividade das empresas (Almeida e Rebelo, 2004)

e saber-ser constituem subconjuntos minoritários (Almeida e Rebelo, 2004).

Esta defesa da noção de competência – no singular – surge associada a uma mutação profunda nas atitudes sociais e nas relações entre as diferentes categorias de populações presentes nas organizações, em geral, e nas empresas, em particular. Trata-se de uma mudança:

- Nas atitudes dos indivíduos face ao trabalho e à organização.

- Nas atitudes dos indivíduos no seio das redes de cooperação.



Paulo Pereira de Almeida
Professor do ISCTE,
Investigador

- > Nas atitudes de gestão para com os indivíduos e os colectivos.
- > Nas atitudes da organização face à envolvente, aos contextos, às situações, aos destinatários, ou seja, face a todos aqueles que – a jusante – avaliam o que as organizações oferecem e/ou vendem.

No quadro do trabalho moderno a competência «é uma responsabilidade», sendo que é competente quem assume a sua responsabilidade numa dada situação profissional e, paralelamente, explora essa actividade profissional nas suas diferentes dimensões (Almeida e Rebelo, 2004). Assim, o exercício da competência apoia-se sobre três elementos:

- 1 > **Sobre os saberes:** os conhecimentos e os saber-fazer adquiridos pela formação ou pela experiência constituem a base de toda a qualificação. De entre estes saberes, a competência acentua os saberes procedimentais, a capacidade para analisar uma situação, estabelecer um diagnóstico, resolver um problema, cooperar, comunicar e trocar informações. Pode designar-se a competência – neste sentido específico – como forma alargada da qualificação, acentuando as capacidades intelectuais, operatórias e simbólicas mobilizadas nas actividades de trabalho.
- 2 > **Sobre um poder de fazer:** este poder depende dos meios próprios do trabalhador ou daqueles que lhe são atribuídos pela organização; incluem-se aqui os meios materiais e de formação, assim como – e este é, em nosso entendimento, um aspecto muito importante – a definição clara por parte da empresa do campo de responsabilidade do trabalhador, das suas margens de evolução e de exploração, dos objectivos e da

importância da sua acção para os resultados e para a *performance* do conjunto da empresa. Daqui decorre que a avaliação da competência nunca pode ser unilateral: mediante os meios fornecidos e os meios mobilizados, resulta de uma avaliação recíproca trabalhador-organização.

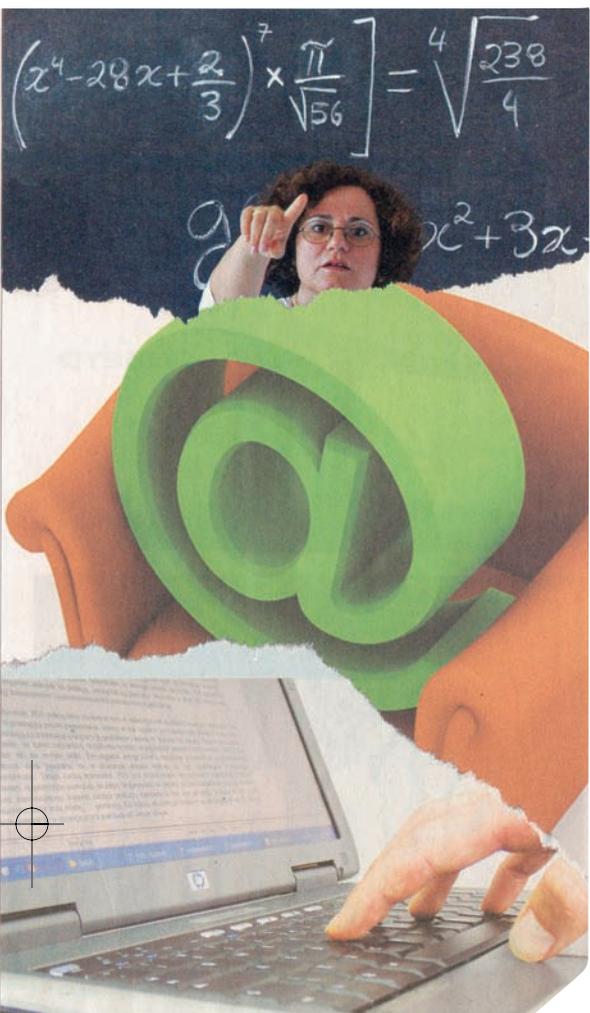
- 3 > **Sobre um querer:** este é traduzido pelo envolvimento do trabalhador na tomada de responsabilidade sobre as actividades que lhe são confiadas. Também aqui existe uma relação entre a competência exercida e a confiança dada pelo colectivo ou organização: a questão do querer remete para a presença concreta de uma motivação para agir ou para não agir, para motivação concreta do trabalhador; aliás – e tal como indica a etimologia – a motivação corresponde a meter em movimento, a dar sentido à acção. Além disso, convirá ter presente que esta mobilização da vontade do trabalhador evidencia formas de reconhecimento empresariais, não só no plano material e financeiro

como no plano simbólico, no curto prazo e longo prazo.

Nos actuais contextos formativos, associados à inovação e ao conhecimento (ver Quadro Síntese), o modelo da competência – enquanto orientador das práticas de Gestão de Recursos Humanos – resulta de uma conjugação de cinco elementos (Almeida e Rebelo, 2004):

- 1 > A actividade humana reposiciona-se agora no confronto com acontecimentos [avarias e outras áleas] que se produzem de maneira imprevista e vêm perturbar o normal desenvolvimento das actividades de trabalho. Cada colaborador deve fazer face a estes acontecimentos, confrontar-se com problemas inéditos e encontrar soluções adaptadas em tempo útil.
- 2 > Neste contexto, a comunicação torna-se uma componente essencial da estruturação das actividades de trabalho. Actualmente trata-se de gerar interacções com os outros colaboradores a fim de se





construir, em torno dos acontecimentos, uma compreensão recíproca e encontrar uma base de acordo sobre os objectivos de acção futura das empresas.

- 3 > As empresas têm agora de fazer esforços para melhorar a *performance*, elevando a utilização de ferramentas de identificação das qualificações, conhecimentos, características pessoais e comportamentais necessárias para a prossecução dos seus objectivos estratégicos.
- 4 > As actividades de trabalho baseiam-se no modelo da competência enquanto ferramenta descritiva que identifica as competências, o conhecimento, as caracte-

rísticas pessoais e os comportamentos necessários para um colaborador executar eficazmente um papel na empresa e, simultaneamente, contribuir para atingir os seus objectivos estratégicos.

- 5 > Trabalhar consiste cada vez mais em criar serviços para um destinatário preciso (cliente ou utente); esta produção de serviços dá um sentido unificado à comunicação e, neste sentido, enquadra-se sobretudo no contexto das organizações qualificantes.

As competências, a formação e a avaliação dos trabalhadores

As competências enriquecem-se a partir de todas as atitudes que se demarcam do saber técnico – isto é, associam-se a um saber-ser, a «saberes sociais», a capacidades de comunicar e a representações – consistindo a fórmula mais corrente de definir competências na justaposição do vocábulo «saber» a um verbo de acção. *A fortiori*, as competências são supostamente mais reais do que as capacidades oficialmente reconhecidas, mais eficazes do que os saberes formais. Por seu turno, ao nível dos comportamentos (i.e., do saber-ser), é quando do recrutamento que os empregadores tendem a atribuir uma maior importância à percepção da persona-

lidade, do potencial dos indivíduos, ou seja, à capacidade de aprendizagem, ao investimento no trabalho e ao serviço da empresa, à expressão oral e escrita, à análise e resolução de um problema, às capacidades de adaptação, iniciativa e criatividade (Almeida e Rebelo, 2004).

Assim sendo, sabemos que existiu uma evolução nas formas de organizar as actividades de trabalho e a formação nas empresas, bem como nas formas de avaliar os trabalhadores. Vejamos, então, essa evolução por fases:

- 1 > Até à década de 1980 as capacidades e as «qualidades» do trabalhador intervinham nas análises enquanto atributos que lhes eram reconhecidos no mercado de trabalho.
- 2 > A partir da década de 1980 emerge um novo perfil do trabalhador enquanto «operador-perito», para o qual se renovam toda uma linguagem e um vocabulário técnico. Não surpreende, portanto, que o momento da passagem da qualificação para a competência pareça ter coincido com a circunstância em que os sistemas de trabalho passaram a ser afectados por mudanças frequentes, tornando necessária uma adaptação do pessoal a essas dinâmicas.

Quadro Síntese	
Perfil de habilitações e de competências requeridas em contextos empresariais de inovação e conhecimento	
Dados de perfil Formação profissional e habilitações dos profissionais dedicados a funções TIC em contextos de inovação e de conhecimento.	Competências Entendidas como qualidades requeridas transversalmente aos profissionais TIC em contextos de inovação e de conhecimento.
<ul style="list-style-type: none"> > licenciaturas ou bacharelatos na área da engenharia de informática; > licenciaturas em gestão com alguma formação complementar em tecnologias de informação; > licenciaturas generalistas reconvertidas. 	<ul style="list-style-type: none"> > fortes capacidades de gestão de projectos; > desenvolvimento de produtos, serviços e conteúdos; > capacidade de autodesenvolvimento.



3 > Nesta lógica, os saberes decalcados do funcionamento das máquinas (designadamente dos aparelhos informáticos) seriam forçosamente mais abstractos, decorrência que pode conter uma ambiguidade importante: a automatização de uma operação representa um processo de abstracção no sentido em que o trabalhador se «abstrai» da função agora desempenhada pela máquina, mas tal não significa que nessa desconexão a nova tarefa seja mais abstracta ou mais «intelectual».

4 > Deste modo, e já na década de 1990, considera-se que se as competências não determinam mecanicamente as qualificações dos trabalhadores, os critérios de qualificação, pelo contrário, agem sobre as competências mais «visíveis» e sobre a repartição dos saberes que lhe estão associados: as qualificações não contêm a totalidade do acervo das competências de um indivíduo (dado que são objecto de negociação no mercado de trabalho), ao invés das competências (que decorrem de um processo de sucessivas «habilitações» num dado percurso profissional). Por isso, e tal como a generalização da noção de qualificação a partir da década de 1950 serviu para designar o conjunto das qualidades de um determinado trabalhador – reconhecidas como úteis e produtivas num determinado sector profissional –, a noção de competência surge na década de 1980 para traduzir um trabalho social intenso de rearticulação dos modos de *performance* empresarial, das capacidades individuais que as empresas valorizam e das formas de aprendizagem individual e colectiva, ambas integradas nas organizações qualificantes.

Necessidades de formação na organização qualificante

De acordo com Zarifian, nas organizações qualificantes – *organisations qualificantes* – que adoptam o modelo da competência pode organizar-se a aprendizagem aprendendo a enfrentar em conjunto situações de transformação e de mudança e reorganizando as actividades da empresa a partir de dispositivos de reflexão das suas experiências.

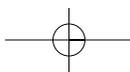
Partindo destas proposições, o autor define então três modelos de aprendizagem pela experiência (Zarifian, 1999):

1 > Modelo das operações: a aprendizagem está organizada em torno de rotinas, as quais os indivíduos devem cumprir para atingir um determinado nível de *performance*. Aqui associa-se a noção de hábito à noção de rotina, sendo que os indivíduos mobilizam as suas competências em situações de trabalho reprodutíveis e estandardizadas. Este modelo tem limitações evidentes pois não favorece a inovação, sendo que o trabalho é organizado e objectivado como uma continuidade de operações rotineiras.

2 > Modelo estatutário-profissional: a aprendizagem é organizada pela selecção e aquisição de rotinas, mas o ponto privilegiado para a aplicação destas rotinas é um produto final e/ou um serviço prestado. A principal finalidade deste modelo é a particularização do produto fabricado e/ou do serviço oferecido, o que implica um trabalho de criatividade e de alguma inovação para o qual os profissionais mobilizam as suas competências. Este modelo está bastante dependente da estabilidade da comunidade, está aberto à inovação sobretudo num sentido progressivo, mas apela à tradição e ao reconhecimento pelos pares no seio de uma comunidade profissional.

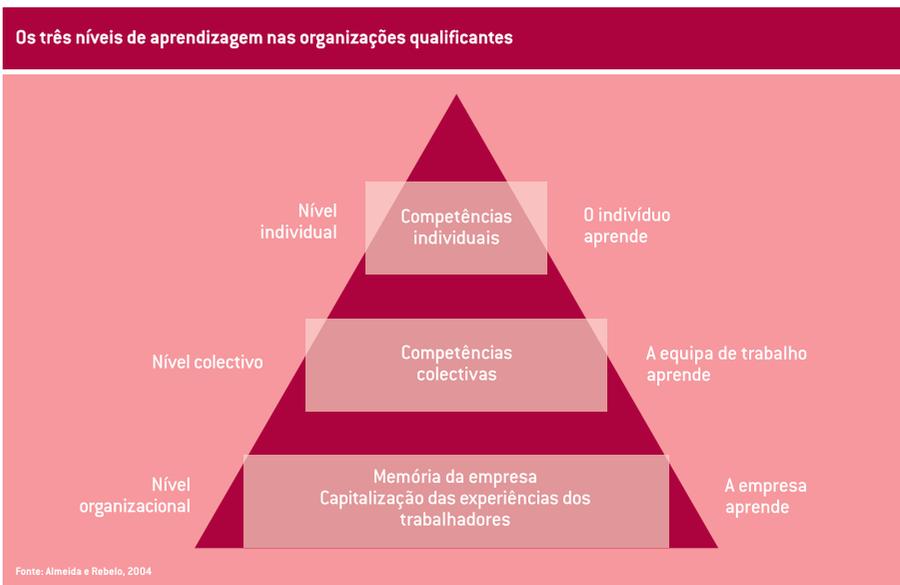
3 > Modelo do virtual (do potencial): a aprendizagem solicita a competência, assentando este modelo no que existe de relativamente inesperado nas situações de trabalho. Trata-se aqui de possibilitar aos trabalhadores um «regresso ao passado», ou seja, um retorno reflexivo sobre o que se passou e, simultaneamente, uma antecipação sobre o futuro.

Igualmente no âmbito da organização que aprende – *a learning organization* – se pode falar em desenvolvimento das competências individuais e organizacionais (Garvin, 2003; Pettinger, 2002). Note-se que estas organizações são necessariamente sistemas abertos, que conferem aos seus trabalhadores uma margem para criticar e reformular a organização do seu trabalho. Trata-se de organizações mais ricas em conteúdos, mais educativas, mais autónomas e – sobretudo – mais competitivas. Se todos os acontecimentos são aqui tomados como oportunidades de aprendizagem, esta empresa encontra-se



forçosamente aberta ao exterior, desenvolvendo uma dinâmica de trabalho que toca as competências de todos aqueles que contribuem para a realização e o sucesso da sua actividade (desde os trabalhadores aos fornecedores, passando pelos clientes e pelos diferentes parceiros). A «empresa que aprende» produz três níveis complementares de aprendizagem (ver Figura):

- > O nível de aprendizagem individual, que corresponde às aprendizagens que os indivíduos fazem, sozinhos ou acompanhados, quer em ocasiões informais (na confrontação aos acontecimentos, por exemplo) quer em situações formais (por exemplo, em acções de formação).
- > O nível de aprendizagem colectiva, que de-



signa as aprendizagens que os indivíduos fazem em grupos de trabalho (aqui, e para

que a soma das competências individuais dê lugar a uma competência colectiva, é necessária uma partilha de objectivos, de visão e de missão).

- > O nível de aprendizagem organizacional, no qual é a própria empresa que aprende a evoluir e a modificar-se em função da sua memória (torna-se, pois, necessário que a empresa tenha sistemas que lhe permitam guardar a sua informação e o seu conhecimento, colocando-os à disposição dos seus colaboradores).

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, P. P., *Trabalho, Serviço e Serviços*, Porto, Afrontamento, 2005.
 ALMEIDA, P. P. e REBELO, G. R., *A Era da Competência*, Porto, Afrontamento, 2004.
 AUBRET, J. et al., *Management des Compétences*, Paris, Dunod, 2002.
 GARVIN, D., *Learning in Action*, Massachusetts, Harvard Business School Press, 2003.
 PETTINGER, R., *Learning Organization*, West Sussex, John Wiley & Sons, 2002.
 ZARIFIAN, P., *Objectif Compétence*, Paris, Éditions Liaisons, 1999.



Apoio à criação de emprego e promoção do empreendedorismo



Enquanto serviço público de emprego nacional, o IEFP, I.P. tem um papel muito relevante na promoção de mais e melhor emprego, no quadro genérico da implementação de medidas diversas de combate ao desemprego.

Neste contexto, a acção do IEFP, I.P. está particularmente centrada no apoio à inserção ou reinserção profissional, em termos sustentados, dos trabalhadores inscritos nos Centros de Emprego. No entanto, na definição e aplicação das políticas de emprego cada vez é mais evidente que o enfoque no indivíduo não dispensa a conjugação de perspectivas e realidades muito diversas, e que transcendem claramente a esfera individual.

No quadro das medidas de apoio directo à criação de postos de trabalho destaca-se o **apoio à criação de emprego por conta de outrem**, que dispõe de várias medidas, e o **apoio à criação do próprio emprego** (ou de emprego por conta própria), objecto de análise neste artigo, em que os projectos de emprego, maioritariamente promovidos por de-

sempregados ou jovens à procura do primeiro emprego, estão associados:

- > à emergência de novas empresas e realidades, tendo em vista uma afirmação sustentada no mercado local, regional ou sectorial;
- > à satisfação de necessidades locais, vertente em que há um espaço potencial para o investimento em novos produtos ou serviços.

O IEFP, I.P., tem desenvolvido, desde longa data, uma série de medidas de apoio à criação do próprio emprego, genericamente associadas à promoção do desenvolvimento local. Nos últimos anos, as profundas alterações do mercado de emprego justificaram, ou tornaram imperativa, a adopção de novas perspectivas no quadro da definição e aplicação destas políticas.

Neste contexto, a **promoção do empreendedorismo**, mais que uma «inovação linguística», traduz uma evolução profunda na

abordagem às estratégias públicas e individuais de criação do próprio emprego, em que a concessão de apoio financeiro a um projecto de criação de emprego surge, cada vez mais, como contrapartida do valor acrescentado desse projecto para o meio em que se insere. Nesta perspectiva, o promotor de um projecto de criação do próprio emprego não é, «apenas», o potencial destinatário de uma linha de apoios financeiros (jovem à procura do primeiro emprego, desempregado de longa duração...), mas alguém que conjuga esse requisito de acesso com a capacidade de o protagonizar, de o empreender. Assim, na aprovação de um projecto de em-



Rui Antunes
Técnico Superior
Assessor da Direcção
de Serviços de
Promoção do Emprego
do IEFP, IP

prego é essencial conjugar os méritos de uma «ideia de negócio» com o perfil e competências daqueles que o pretendem implementar, sendo certo que apenas uma pequena parte dos desempregados reúne as condições necessárias para o desenvolvimento de um projecto de emprego, seja este por conta própria ou em associação com outros promotores. Por outro lado, a conjuntura social e económica envolvente condiciona muito fortemente a definição de estratégias de emprego e, particularmente, os projectos de criação de novas empresas. Nesse contexto, em tempos reconhecidamente difíceis do ponto de vista económico e da evolução do emprego, as condições para a criação e afirmação de novas empresas são, naturalmente, mais exigentes, sobretudo se os promotores apresentam à partida maiores dificuldades de sustentação económica dos seus projectos, como será o caso da grande maioria das pessoas em situação de desemprego. Ou seja, no quadro da apreciação de um projecto de criação do próprio emprego ou empresa deverão estar conjugados, pelo menos, os seguintes factores: **COMPETÊNCIA – APETÊNCIA – OPORTUNIDADE**, que poderemos considerar como pilares do **EMPREENDEDORISMO** e condições de sucesso das políticas públicas que apostam nesta via de promoção do emprego e combate ao desemprego.

Actualmente, os apoios à criação do próprio emprego ou empresa estão regulados pela Portaria n.º 196-A/2001, de 10 de Março, com a redacção dada pela Portaria n.º 255/2002, de 12 de Março – **Programa de Estímulo à Oferta de Emprego (PEOE)**.

Formalizam-se estes apoios através de duas modalidades distintas:

▶ **Iniciativas Locais de Emprego (ILE)** – Consideram-se Iniciativas Locais de Emprego (ILE) os projectos promovidos por desem-

pregados ou jovens à procura de primeiro emprego que dêem lugar à criação de novas entidades, independentemente da respectiva forma jurídica, e que originem a criação líquida de postos de trabalho, contribuindo para a dinamização das economias locais mediante a realização de investimentos de pequena dimensão (investimentos até 150 000 euros criando no máximo 20 postos de trabalho).

▶ **Apoio a projectos de emprego de beneficiários das prestações de desemprego (APE)** – Projectos de emprego promovidos por beneficiários das prestações de desemprego desde que os mesmos assegurem o emprego a tempo inteiro dos promotores.

Os apoios financeiros concedidos na modalidade ILE do PEOE são, sinteticamente, os seguintes:

▶ Apoio à criação de postos de trabalho – subsídio não reembolsável correspondente a 18 vezes o valor do IAS (Indexante dos Apoios Sociais) por cada posto de trabalho criado e preenchido por beneficiário

ou destinatário que reúna os requisitos de acesso sendo, nalguns casos, objecto de majoração.

▶ Apoio ao Investimento – Este apoio também assume a forma de subsídio não reembolsável, tendo por limite máximo 60 000 euros e não podendo ter um valor superior a 12 500 euros por posto de trabalho criado. Os apoios ao investimento incidem, apenas, no conjunto de «despesas elegíveis», definidas na Portaria que enquadra o PEOE.

Na modalidade de apoios dirigida a desempregados que estejam a receber subsídio de desemprego (APE), estes poderão (caso o projecto de emprego seja considerado viável) beneficiar do pagamento global antecipado, processado de uma única vez pela Segurança Social, do montante das prestações de desemprego ainda não recebidas, acrescido de um apoio financeiro do IEFP, I.P. até 12 vezes o valor do IAS, a atribuir em caso de necessidade de financiamento. Em muitas situações estes projectos poderão ser equiparados a ILE, sendo abrangidos pela mesma tipologia de apoios.



Aprender a empreender no feminino



A experiência do POEFDS/Medida 4.4

A história social e económica demonstra que o empreendedorismo das mulheres não é apenas um fenómeno que atravessa toda a vivência humana ao longo dos séculos, pois as mulheres sempre tiveram capacidade de negociar e «empreender», sobretudo em períodos de ausência dos homens devido às guerras ou à emigração maciça e prolongada. Aliás, a história recente de Portugal é exemplo deste caminho visto que, sobretudo a partir dos anos 60 do século passado, por causa da guerra colonial e da emigração foram as mulheres que, com o seu trabalho, suportaram grande parte do sistema económico nacional de então.

No entanto, apesar de todas as mudanças educacionais e sociais que o país tem concretizado, que provocaram novas dinâmicas, o empreendedorismo feminino é, ainda, muitas vezes apresentado como um fenómeno recente e inovador. Tal se deve, eventualmente, ao facto de continuar a prevalecer a



Para a elaboração realista de um plano de negócios e consequente criação destas empresas, as mulheres envolvidas inspiraram-se, certamente, nas suas próprias experiências de vida, sejam os saberes apreendidos nas práticas na esfera privada ou os conhecimentos adquiridos na formação em profissões marcadas por discriminação de género ou, ainda, as aprendizagens feitas em percursos académicos mais formais e habilitantes

visão dita tradicional fortemente enraizada no imaginário social colectivo, que continua a assumir o paradigma masculino como universal, no qual a esfera pública, porque permite visibilidade e poder (nomeadamente através dos negócios), é domínio privilegiado dos homens, enquanto considera que a esfera privada (a casa, a família, o cuidado dos dependentes... pertence, sobretudo, às mulheres, mesmo que estas tenham uma intervenção pública sistemática. Tal visão, objectivamente, patrocina a manutenção dos estereótipos que, embora escondidos sob um manto de actualidade, alimentam práticas que, sem qualquer fundamento, são cla-

ramente discriminatórias (Portela *et al.*: 2008).

Tais discriminações não têm consistência científica, como vários estudos demonstram, nomeadamente os de Gilligan (1982) sobre o desenvolvimento da consciência moral, os de Noddings (1984) sobre o impacto que a



Manuela Marinho
Secretária técnica do
Eixo 7 do POPH

manutenção de modelos educacionais sexistas tem na vida e, ainda, os de Nussbaum (1993) sobre os mecanismos de apropriação dos conceitos de cidadania e igualdade, assim como da relação entre capacidades e necessidades. Todos apontam para a falácia dos estereótipos referidos, que se ancoram numa tradição sem legitimidade no mundo actual mas que continuam a minar as reais potencialidades de acção quer de mulheres quer de homens em todos os domínios da vida pública e privada.

Assim, e na esteira de orientações quer das Nações Unidas, quer da União Europeia, o III Quadro Comunitário de Apoio (QCA III 2000-2006) foi fundamental para o desenvolvimento de intervenções para a Igualdade de Oportunidades entre mulheres e homens. Este princípio constituiu uma das prioridades transversais de todos os Programas Operacionais (*mainstreaming*), proporcionando um conhecimento mais objectivo sobre a situação de mulheres e homens no contexto das várias áreas de intervenção financiadas.

Também no âmbito do POEFDS (Programa Operacional das Emprego, Formação e Desenvolvimento Social) e integrada no seu Eixo 4, foi criada uma Medida de Acção Positiva – a Medida 4.4. – identificada, a nível europeu, como uma boa prática. Esta medida foi desenhada como um *puzzle* com o objectivo de reforçar o *empowerment* das mulheres na vida pública e dos homens na vida privada. De facto, todas as tipologias constituíram peças integradas e complementares, concorrendo no mesmo sentido

– promover a igualdade entre homens e mulheres em todos os domínios da vida.



Este desígnio concretizou-se através de:

- intervenção na gestão das empresas (Planos para a Igualdade);
- formação, não só para aquisição de competências técnicas, sociais e relacionais, mas também para ganhar ou completar uma qualificação profissional em áreas marcadas por significativa discriminação em função do género;
- formação em igualdade de públicos estratégicos;
- apoio às organizações não governamentais cuja intervenção junto da população teve como objectivo o reforço da participação das mulheres e dos homens em domínios de maior desequilíbrio e fragilidade, ao nível do emprego e formação; conciliação da vida familiar e profissional; partilha do poder e da tomada de decisão e violência na família e no local de trabalho;
- apoio ao empreendedorismo de mulheres através de uma estratégia integrada que incluiu formação de carácter empresarial, acções de consultoria e assistência técnica; estas englobam a elaboração do Plano de Negócios, o prémio ao arranque e a rede interempresas.

Tal permitiu, até final de 2006, o desenvolvimento ou consolidação de 431 micro e pequenas empresas geridas por mulheres (POEDS, Relatório de Execução, 2007).

Para a elaboração realista de um plano de negócios e consequente criação destas empresas, as mulheres envolvidas inspiraram-se, certamente, nas suas próprias experiências de vida, sejam os saberes apreendidos nas práticas na esfera privada ou os conhecimentos adquiridos na formação em profissões marcadas por discriminação de género ou, ainda, as aprendizagens feitas em percursos académicos mais formais e habitantes.

Conhecendo as dificuldades da maioria destas empresárias, os resultados alcançados, embora interessantes, alertam para a necessidade de uma supervisão sistemática dos projectos nos primeiros anos de existência destas empresas para evitar o seu desaparecimento precoce.

A dinâmica da Medida 4.4, os contributos estruturantes da EQUAL e os objectivos definidos no III Plano Nacional para a Igualdade inspiraram, ao nível do QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional), a concepção e o financiamento do Eixo 7 do POPH (Programa Operacional Potencial Humano), tornando mais exigentes os procedimentos e as metas a atingir. Todavia, no complexo processo de apoio aos projectos (na primeira fase, para o total do Eixo, foram submetidas mais de 900 candidaturas), é indispensável não esquecer os ensinamentos de Sen (2003) e de Yunus (2002) sobre as capacidades agregadoras e gestionárias das mulheres, que transformam dificuldades em oportunidades de vida e concretizam acções que são o motor da mudança desejada, confirmando que, também no empreendedorismo, as mulheres são capazes!

Referências Bibliográficas

- Gilligan, Carol, *Teoria Psicológica e Desenvolvimento da Mulher*, Gulbenkian, 1997.
- Nussbaum, Martha, «Femmes et égalité: l'approche fondée sur les capacités», *Revue Internationale du Travail*, Genève, 1999.
- Nussbaum Martha, *The Fragility of Goodness*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984.
- Noddings, Nel, *Caring: a feminist approach of Ethics and moral education*, Berkeley, CA: University of California, 1984.
- Sen, Amartya, *O Desenvolvimento como Liberdade*, Gradiva, Trajectos, 2003.
- Yunus, Mohammad, *O Banqueiro do Povo*, Difel, 2001.
- Portela, José (Coord.), *Micro Empreendedorismo em Portugal – Experiências e Perspectivas*, INSCOOP, 2008.

A avaliação da formação



Introdução

Numa realidade económica em que as mutações são uma constante e quando o objetivo é potenciar e afirmar a competitividade económica e a *performance* relativamente à qualidade dos produtos ou serviços disponíveis, o tecido empresarial tem de assumir uma nova postura no mercado. Estas transformações ocorrem não só porque, com a globalização, a concorrência acrescida e a evolução tecnológica mudaram os referenciais de mercado, mas também porque mudou a força de trabalho, a sua preparação técnica, as suas aspirações e expectativas relativamente às empresas.

As organizações, além das questões relativas à flexibilidade externa, têm de necessariamente dispor de um grau elevado de flexibilidade interna, quer ao nível da actividade dos seus recursos humanos, quer relativamente à capacidade de promoverem uma forte identidade no seu seio, capaz de envolver os colaboradores e levá-los a aderirem ao projecto da empresa, ao mesmo tempo que procuram definir padrões de comportamento diferenciadores das outras organizações. A formação ganha então um papel cada vez mais relevante no seio das organizações, já que para atingir estes níveis de flexibilidade e a capacidade de reagir às mutações da en-

A formação profissional, enquanto dimensão estratégica no desenvolvimento de uma organização, deve ser enquadrada num processo de avaliação que possibilite identificar virtualidades e constrangimentos das acções de formação ministradas, permitindo potenciar os aspectos positivos e a correcção dos eventuais constrangimentos que possam ser detectados. Só assim será possível, no final do ciclo formativo, tornar perceptíveis os reais impactos da formação quer para o indivíduo, quer para a organização

volvente externa têm que dotar os seus colaboradores de conhecimentos, capacidades e competências capazes de fazer face aos desafios propostos, apostando na realização de acções de formação, nalguns casos desenvolvidas internamente e noutros através do recurso a entidades externas.

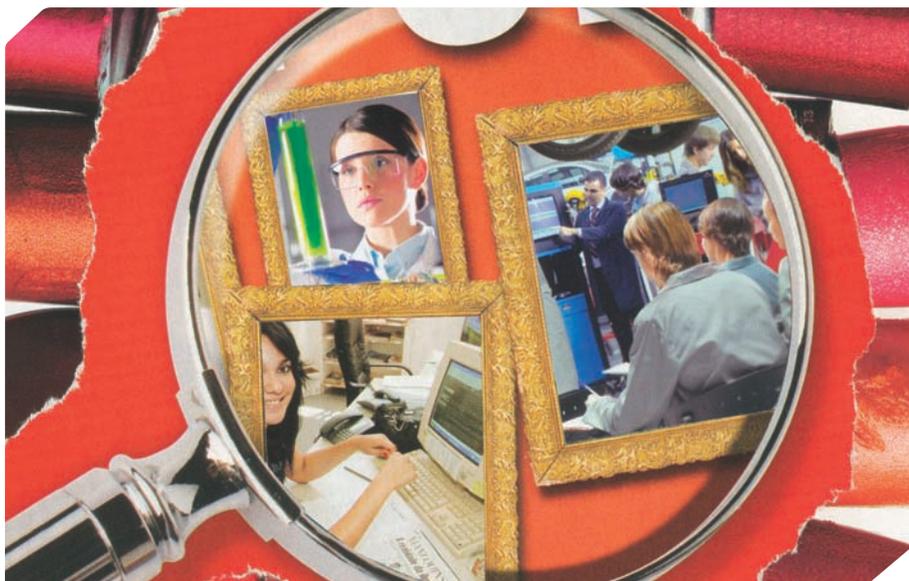
Em qualquer um dos quadros (formação interna ou externa), e numa altura em que as empresas têm a obrigatoriedade de disponibilizar formação aos seus colaboradores¹,

torna-se cada vez mais premente a necessidade de estas identificarem o contributo, não só para a melhoria das práticas profissionais de cada colaborador que participou



Ana Simões
Investigadora do IESE

¹ Lei n.º 99/2003 de 27 Agosto, artigo 125 alínea 4.



na formação, mas também para a prossecução dos objectivos organizacionais, e que em última análise atestem a utilidade da formação. Neste contexto, torna-se imperativo que a formação profissional, enquanto dimensão estratégica no desenvolvimento de uma organização, seja enquadrada num processo de avaliação o qual permita identificar virtualidades e constrangimentos de forma a potenciar os aspectos positivos e a corrigir os eventuais problemas que possam ser detectados.

A avaliação da formação deve ter como pressuposto base que o processo avaliativo é algo inerente e transversal a todo o ciclo formativo, não se reduzindo o seu papel apenas à última fase desse ciclo que, além da análise dos resultados, vai produzir informação que sustentará o planeamento da intervenção ao longo do tempo dando continuidade ao ciclo.

Um modelo para a avaliação da formação

A avaliação da formação permite:

- identificar ao longo do ciclo formativo eventuais problemas e constrangimentos, isto

é, verificar se os resultados obtidos como consequência (directa e/ou indirecta) de intervenções de natureza formativa correspondem aos objectivos pretendidos e atempadamente incluir as correcções necessárias ao bom desenvolvimento das acções;

- identificar a maior ou menor utilidade da formação, detectando os impactes gerados a vários níveis, nomeadamente no desempenho individual, no grupo e na organização;
- justificar as opções financeiras através do balanço entre o benefício obtido e o valor investido;
- reflectir e reequacionar a formação de forma mais consistente.

Na medida em que com a avaliação da formação se pretende, entre outros, verificar a eficácia da formação, aferindo se os resultados alcançados estão de acordo com os objectivos definidos, as fases a montante da execução da formação – diagnóstico de necessidades e planeamento da formação – assumem um papel preponderante, já que é aqui que se formalizam os objectivos aos quais a formação pretende responder.

Assumindo a avaliação da eficácia dos processos formativos um lugar central, o modelo de avaliação da formação deverá ser aplicado às diferentes fases do ciclo formativo, desde o diagnóstico de necessidades de formação ao planeamento, à execução e à avaliação da formação, sendo retroalimentado, ou seja, os *outputs* de cada fase transformam-se em *inputs* das fases subsequentes. A figura seguinte representa de forma simplificada a sequência de módulos do modelo.

Fig. 1 > Ciclo formativo



As fases da avaliação da formação

O acompanhamento e avaliação da formação deverão ser realizados ao longo das cinco fases do ciclo formativo e em seis momentos distintos (ver Quadro 1).

1 > Diagnóstico de necessidades de formação

Nesta fase, que corresponde ao primeiro momento de avaliação da formação (ver Quadro 1), é possível identificar as discrepâncias entre os níveis de desempenho existentes e os desejados, detectando as mudanças esperadas com as acções de formação que permitirão definir os indicadores de eficácia da formação, que se traduzirão em resultados concretos quantificáveis.

Através do diagnóstico de necessidades de formação é possível identificar elementos relevantes para o processo de avaliação, nomeadamente: mudanças esperadas com as actividades formativas, prioridades estratégicas de intervenção da empresa, impactes esperados da formação e indicadores de avaliação de impacto e respectivas metodologias de cálculo.

2 > Fase da concepção

A fase de **concepção** deverá ser apenas alvo de um acompanhamento na medida em que consiste na operacionalização do diagnóstico de necessidades de formação num conjunto de actividades formativas, isto é, na definição do plano de formação que deverá ser validado junto dos beneficiários, no sentido de avaliar a sua efectiva correspondência às exigências, expectativas e necessidades de formação identificadas.

3 > Fase do planeamento da formação

À semelhança da fase anterior, também o planeamento deverá ser apenas alvo de acompanhamento. O **planeamento** da formação traduz-se na calendarização das acções de formação, elaborado a partir das prioridades das necessidades identificadas e das restrições relacionadas com ausência de recursos e meios humanos, financeiros ou materiais.

4 > Execução/operacionalização da formação

A **execução/operacionalização** da formação corresponde a um dos momentos críticos da avaliação da formação. A informação proveniente do acompanhamento e avaliação desta fase vai permitir, de forma atempada, verificar a qualidade do projecto formativo e o cumprimento dos objectivos propostos e, em tempo real, introduzir as acções correctivas e as melhorias consideradas necessárias para assegurar o sucesso da intervenção.

A recolha da informação para a avaliação da execução/operacionalização da formação é realizada em dois momentos distintos. Num primeiro momento os objectivos da avaliação são a obtenção de informação sobre as expectativas do formando face à formação, as razões que o levaram a inscrever-se na acção de formação e os resultados que espera obter com a frequência da mesma (**Momento 2 – Quadro 1**).

Com base na informação, recolhida através da aplicação de um questionário de avaliação das expectativas dos formandos, que deverá ser analisada nas primeiras 48 horas após o início da formação, é possível identificar o *gap* entre as expectativas dos formandos e os objectivos da formação e atempadamente demonstrar aos formandos a necessidade de frequentar a formação tendo em conta, não só os objectivos individuais, mas sobretudo os organizacionais, ou reencaminhá-los para outras formações mais adequadas às suas expectativas e necessidades, evitando a desmotivação dos formandos ou o abandono da formação. Segundo alguns autores, nomeadamente Brinkerhoff ², este é

um dos momentos fundamentais do processo formativo uma vez que o sucesso da intervenção está intimamente relacionado com o comprometimento dos formandos face à acção de formação.

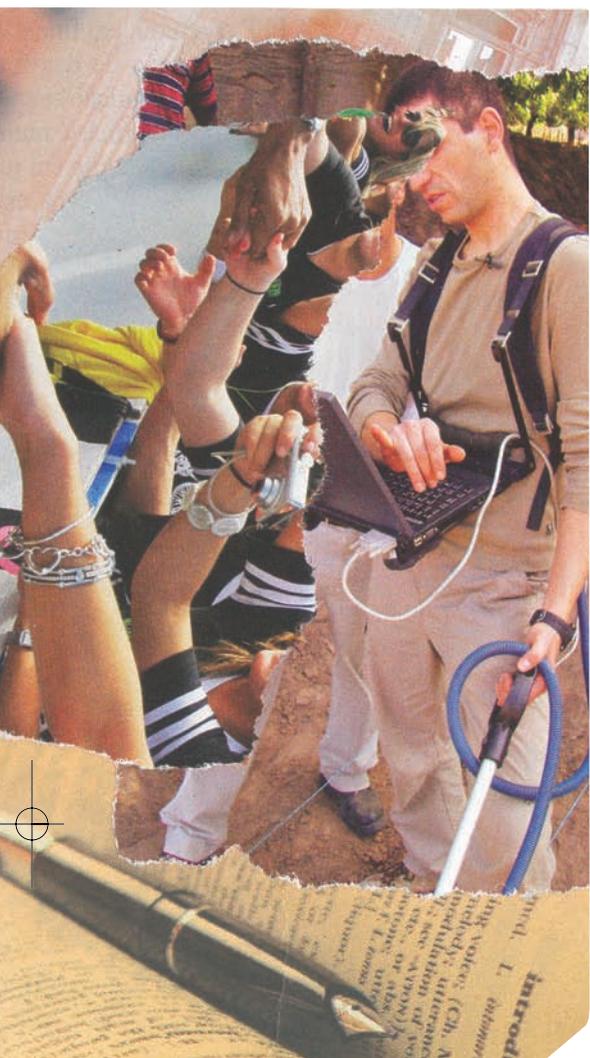
Comparando este modelo de avaliação com a abordagem proposta por D. Kirkpatrick³ (1994) que definiu quatro níveis em que a formação deve ser avaliada: nível 1 – avaliação da reacção dos formandos à formação; nível 2 – avaliação das aprendizagens; nível 3 – avaliação do comportamento, isto é, em que medida as aprendizagens foram transferidas para o contexto de trabalho; nível 4 – avaliação dos resultados/impactes da formação no desempenho dos indivíduos e das organizações, verifica-se que esta fase corresponde ao nível 1 de avaliação – avaliação da reacção/satisfação dos participantes na formação.

Atendendo a que o modelo de avaliação da formação deve ter como pressuposto a recolha sistemática de informação sobre as diferentes componentes do processo formativo, é necessário obter informação sobre a forma como as acções são executadas de modo a

² Brinkerhoff, Robert, et al, *High impact learning*, USA, Basic Books, 2001

³ Cardozo, Zelinda, et al, *Guia para a avaliação da formação*, Lisboa, IOF, 2006





assegurar o sucesso da intervenção, quer do ponto de vista dos formandos, quer na óptica do formador. Assim, no final de cada acção de formação deverá ser recolhida informação através da aplicação de dois tipos de instrumentos, questionário de reacção do formando à formação e questionário de apreciação do formador à formação, devendo estes ser tratados e analisados no menor espaço de tempo possível (no máximo 48 horas após a conclusão da formação), o que irá permitir que as acções de formação subsequentes já incluam as medidas correctivas determinadas na análise dos dados dos questionários (**Momento 2 e 3 – ver Quadro 1**).

Paralelamente, será realizada a avaliação das aprendizagens, que corresponde ao nível 2 do modelo de avaliação definido D. Kirkpatrick, através da aplicação de vários instrumentos (por exemplo, testes, exercícios práticos e um questionário de avaliação qualitativa dos formandos pelo formador, etc.) que permitam verificar se os objectivos pedagógicos estão a ser atingidos e cumpridos (**Momento 4 – ver Quadro 1**).

5 > Avaliação da formação

A avaliação da formação é a última etapa do ciclo formativo (**Momento 5 – ver Quadro 1**) e corresponde a uma das fases mais importantes, já que é aqui que se verifica a transferência dos conhecimentos adquiridos na formação para o posto de trabalho, bem como os reais impactos da formação quer para o indivíduo, quer para a organização, correspondendo aos níveis 3 e 4 do modelo de avaliação da formação definido por Kirkpatrick.

A avaliação dos impactos da formação proposta neste modelo de avaliação tem como base não só elementos qualitativos como também quantitativos que permitam avançar na aproximação ao cálculo da eficácia e dos resultados e impactos obtidos na actividade formativa. De acordo com o modelo de avaliação apresentado, o processo de avaliação dos impactes da formação encontra-se bastante simplificado, já que os indicadores de eficácia foram definidos durante a fase de diagnóstico bastando, na fase de avaliação, recolher a informação sobre os mesmos elementos através da aplicação de questionários de avaliação aos ex-formandos, após a realização da formação, e compará-los com os aplicados nas fases anteriores.

Num primeiro momento, que convém que seja 30 dias após a formação, e através de um questionário de avaliação da formação aos ex-formandos, deverá ser efectuada a

medição dos impactes imediatos da formação no desempenho do formando. Nesta fase pretende-se avaliar, na óptica do formando, a transferibilidade das competências adquiridas e o impacto qualitativo na actividade individual e na organização onde aquele se integra.

Cerca de 180 dias após a realização da formação (**Momento 6 – ver Quadro 1**), e através da aplicação de dois tipos de instrumentos, um de avaliação dos impactos nos ex-formandos e outro de avaliação dos impactos na organização, serão medidos os impactos da formação sobre o indivíduo e na sua situação profissional, os impactos nas suas competências técnicas, e os impactos na organização. É também na fase da avaliação da formação que se procede ao cálculo do ROI – Retorno do Investimento da Formação que Phillips⁴ acrescentou aos níveis anteriormente definidos por Kirkpatrick. A avaliação dos impactos nos ex-formandos tem como principal objectivo verificar a transferibilidade das competências adquiridas e o impacto qualitativo na actividade individual. Este objectivo é alcançado através da comparação dos resultados aferidos através da aplicação do questionário de impactos da formação, aplicado aos ex-formandos (180 dias após a formação), com os resultados do questionário de avaliação aos ex-formandos (30 dias após a formação) e com os resultados esperados e os objectivos definidos nas etapas de diagnóstico de necessidades de formação e de concepção da formação (em que os resultados do diagnóstico são traduzidos em objectivos pedagógicos e operacionais).

O instrumento de avaliação dos impactos na organização, além da vertente qualitativa, descrita anteriormente, possui uma vertente quantitativa que consiste na quantifi-

⁴Cardoso, *idem*.

Quadro 1 > Momentos de avaliação

Tempo	Objectivo	Intervenientes	Instrumento
Momento 1 > Diagnóstico de necessidades de formação	<ul style="list-style-type: none"> > Levantamento e definição das necessidades de formação > Definição dos objectivos de formação (objectivos pedagógicos e resultados esperados) 	<ul style="list-style-type: none"> > Gestor de RH, chefias, colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> > Inquérito às necessidades de formação > Entrevista às chefias intermédias
Momento 2 > Execução da formação (no início da formação)	<ul style="list-style-type: none"> > Identificação das expectativas dos formandos face à formação 	<ul style="list-style-type: none"> > Formandos 	<ul style="list-style-type: none"> > Questionário de avaliação das expectativas dos formandos
Momento 3 > Execução da formação (durante a formação)	<ul style="list-style-type: none"> > Verificação se os objectivos pedagógicos estão a ser atingidos 	<ul style="list-style-type: none"> > Formador, coordenador da formação e formandos 	<ul style="list-style-type: none"> > Exercícios práticos
Momento 4 > Execução da formação (no final do Módulo/Curso)	<ul style="list-style-type: none"> > Avaliação da satisfação dos formandos face à formação > Apreciação do formador sobre a formação > Avaliação das aprendizagens 	<ul style="list-style-type: none"> > Formandos > Formador > Formador, coordenador da formação 	<ul style="list-style-type: none"> > Questionário de reacção do formando à formação > Questionário de apreciação do formador à formação > Testes/exames > Questionário de avaliação qualitativa dos formandos pelo formador
Momento 5 > Avaliação da formação (30 dias após a conclusão da formação)	<ul style="list-style-type: none"> > Avaliação do impacto instantâneo da formação no posto de trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> > Ex-formandos 	<ul style="list-style-type: none"> > Questionário de avaliação da formação aos ex-formandos
Momento 6 > Avaliação da formação (180 dias após a formação)	<ul style="list-style-type: none"> > Avaliação do impacto da formação na organização > Análise do retorno do investimento 	<ul style="list-style-type: none"> > Chefias, gestores, gestor de RH 	<ul style="list-style-type: none"> > Questionário de avaliação dos impactes aos ex-formandos > Questionário de avaliação dos impactes da formação sobre a organização

cação dos resultados obtidos no desempenho profissional do formando reportando aos critérios de avaliação e indicadores que foram estabelecidos pelos próprios no momento de diagnóstico de necessidades de formação. Desta forma é possível calcular as alterações face à situação de partida para cada indicador definido. O objectivo deste exercício é obter uma aproximação aos impactos da formação que possa ser comparado com os custos associados à frequência da acção de formação e, desta forma, obter uma avaliação do retorno do investimento através da comparação dos resultados/impactos da formação com os custos associados à frequência da acção de formação.



► **conhecer Europa**

Espanha



- Nome Oficial** > Reino de Espanha
- Nome Comum Local** > Espanha
- Sistema Político** > Monarquia Constitucional
- Entrada na União Europeia** > 1 de Janeiro de 1986
- Língua Oficial** > Espanhol
- Situação Geográfica** > Península Ibérica
- Superfície Total** > 504 782 km²
- População** > 46 milhões de habitantes
- Densidade Populacional** > 90 hab./km²
- Capital** > Madrid
- Fronteiras** > A norte faz fronteira com o golfo da Biscaia, com a França e com Andorra, a sul com o território de Gibraltar, a oeste com Portugal
- Clima** > Mediterrânico
- Moeda** > Euro

História

Os primeiros habitantes de Espanha foram os Iberos, que deram o nome de Ibérica à Península. Espanha foi sucessivamente ocupada por povos como os Celtas, Fenícios (estes atribuíram o nome de Hispânia), Gregos, Cartagineses, Romanos, Visigodos e Muçulmanos. Após inúmeras lutas pela conquista do território, Espanha foi unificada pelos reis católicos, Isabel I de Castela e Fernando II de Aragão. Espanha afirmou-se internacionalmente, no período dos Descobrimentos, com a con-

quista das Américas, usufruindo de ouro e prata que explorava nos países conquistados. Ao longo dos anos foram-se somando sucessivas dinastias que governaram Espanha. Em 1874 foi proclamada a I República Espanhola, embora muito frágil, que apenas durou onze meses. Até à proclamação da II República, em 1931, a Espanha viveu momentos de perturbação e instabilidade, perdendo territórios internacionais conquistados e vivendo períodos de manifestações internas contra o regime ditatorial instalado por Primo de Ri-

viera. O início da decadência de Primo de Rivera, cerca de 1923, surge em função dos modelos liberais proclamados noutros países, bem como pela influência dos movimentos sociais e políticos difundidos pela Revolução Industrial. Assim, em 1931 foi proclamada a II República. Contudo, o descontentamento político foi desencadeado por facções rebeldes, tendo dado origem à Guerra Civil de Espanha (1936-1939), e em 1939 venceram a guerra anunciando a implementação de um regime ditatorial, liderado pelo general Franco. O franquismo



Ana Rita Lopes

Coordenadora do Núcleo de Planeamento do CFP de Alverca, IEFP, IP



O Sistema de Educação e Formação Profissional

O Sistema de Educação e Formação Profissional é tutelado pelo Ministério da Educação, Política Social e Desporto.

Ensino não Obrigatório

Educação Pré-Escolar

- > Idade entre 0 a 6 anos.
- > Desenvolve-se em dois ciclos: 0-3 e 3-6. O segundo ciclo é gratuito.
- > Grande parte das escolas integra a valência de berçário e jardim-de-infância.

durou quarenta anos, até 1975, devido à morte do seu líder.

Após 1975, a Espanha torna-se uma monarquia constitucional hereditária, com o rei D. Juan Carlos I a assumir a chefia do Estado. O poder executivo é assegurado pelo Conselho de Ministros, sendo que o presidente do Governo é nomeado pelo rei após ter sido eleito pela Assembleia Nacional na sequência de eleições legislativas. O poder legislativo é exercido pelo Parlamento ou Assembleia Nacional, composta pelo Congresso de Deputados e o Senado, cujos membros têm um mandato de 4 anos.

No entanto, entre 1975 e 1977 houve um período de transição democrática, tendo sido realizadas, a 15 de Julho de 1977, as primeiras eleições democráticas, ganhas pela União de Centro Democrática (UCD) liderada por Adolfo Suárez. Em 1978, mediante referendo, foi aprovada uma Constituição democrática.

Desde a Constituição de 1978 que a Espanha se encontra dividida em 17 Comunidades Autónomas e as cidades autónomas de Ceuta e Melilla. Das 17 Comunidades Autó-



nomas, 4 delas – Galiza, País Basco, Andaluzia e Catalunha – detêm a condição de «Nacionalidade Histórica» e de «estatuto de Autonomia», que lhes proporciona uma maior capacidade de decisão e soberania relativamente às outras comunidades. As comunidades estão ainda divididas em 50 províncias.

A Espanha integrou a NATO em 1982 e a União Europeia em Janeiro de 1986.

Ensino Obrigatório

Educação Primária

- > Idade: dos 6 aos 12 anos.
- > 6 anos escolares.
- > O ensino primário desenvolve-se em três ciclos de dois anos.
- > Os grupos integram, no máximo, 25 alunos.
- > As áreas de estudo obrigatórias são: Conhecimento do Meio Natural, Social e Cultural;



Educação Artística; Educação Física; Língua e Literatura; Língua Estrangeira e Matemática.

- Num dos cursos do terceiro ciclo têm que estudar «Educação para a cidadania e os direitos humanos».
- As aulas de educação primária são leccionadas por um único professor, excepto nos domínios de Educação Física, Educação Musical e Língua Estrangeira.
- Os alunos só podem repetir de ano uma única vez ao longo do percurso do ensino primário. Os alunos com dificuldades são acompanhados através de programas de recuperação.





- > No final do segundo ciclo é realizada uma avaliação de diagnóstico, apenas com carácter formativo e orientador, das competências básicas adquiridas pelos alunos.

Ensino Secundário Obrigatório (ESO)

- > Idade: dos 12 aos 16 anos.
- > 4 anos escolares, em dois ciclos de dois anos.
- > O currículo integra, além das disciplinas de carácter geral e obrigatórias como Língua e Literatura, Matemática, Língua Estrangeira, Ciências Sociais, História, Educação Física e Artes, entre outras, disciplinas de carácter facultativo que os alunos escolhem mediante as suas preferências.





Ensino Pós-obrigatório

Bachillerato

- Idade: dos 16 aos 18 anos.
- 2 anos escolares.
- Os alunos têm oportunidade de escolher uma de três modalidades: Ciências, Humanidades e Ciências Sociais e Artes.
- A conclusão com êxito permite o acesso ao Ensino Superior ou ao Ensino Profissional de Grau Superior.

Formação Profissional

- Idade: a partir dos 16 anos.
- Compreende um conjunto de ciclos formativos com uma organização em módulos, de diferente duração e com conteúdos teórico-práticos de diversos campos profissionais.
- Os ciclos formativos podem ser de Grau Médio e de Grau Superior.
- Inclui uma fase de formação prática nos locais de trabalho. As escolas de formação profissional têm como objectivo permitir aos alunos formação pós-secundária no âmbito de profissões técnicas, preparando-os para a integração no mercado de trabalho ou a integração no ensino superior.
- Após a conclusão com aproveitamento dos estudos, os alunos obtêm o Diploma de

- No final do segundo curso (primeiro ciclo) é realizada uma avaliação de diagnóstico, apenas com carácter formativo e orientador, das competências básicas adquiridas pelos alunos.
- Cada disciplina é leccionada por um professor diferente.
- Após a conclusão com aproveitamento dos quatro anos escolares, os alunos obtêm um certificado de conclusão do ensino secundário obrigatório estando, assim, em condições de transitar para o *Bachillerato* ou para a Formação Profissional.





Técnico ou de Técnico Superior da profissão escolhida.

O sistema educativo espanhol oferece ainda o Ensino Artístico (áreas de Música e Dança e Arte Dramática e outros) e o Ensino Desportivo nos graus Médio e Superior.

Ensino Superior

O acesso às instituições de ensino superior só é permitida através do Certificado de Conclusão do *Bachillerato*, bem como pela obtenção de uma classificação positiva no exame de acesso (*Selectividad*).

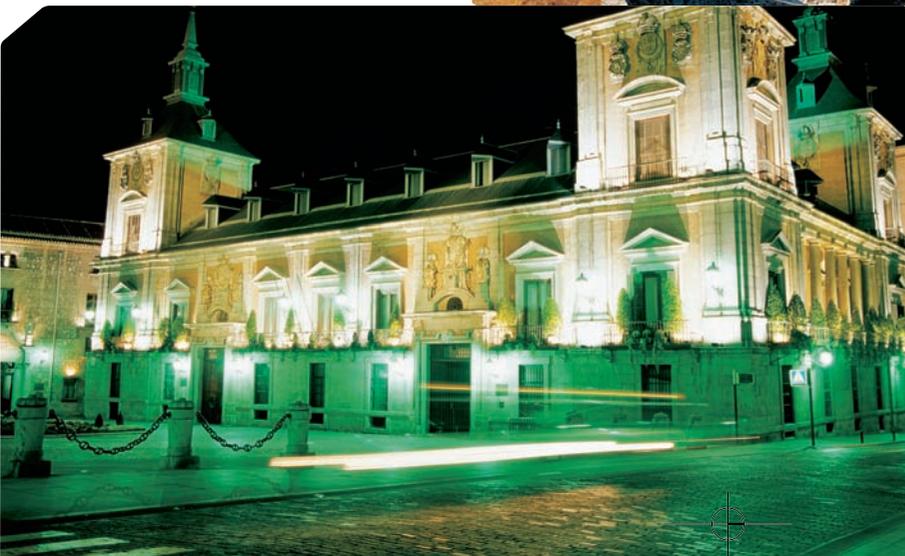
A entrada no ensino superior pode também ser realizada através do acesso a pessoas



com idade superior a 25 anos, reconhecendo a experiência anteriormente adquirida.

Educação para Adultos

Em Espanha, os adultos com mais de 18 anos poderão concluir os seus estudos em qualquer valência anteriormente referida, tendo oportunidade de desenvolver os estudos através da via presencial (escolas) ou de programas de ensino a distância. Poderão, também, frequentar cursos de formação profissional, cujo objectivo é obter conhecimentos técnicos para a realização de profissões especializadas.



Fontes >

EURYDICE / CEDEFOP / ETF

"Structures of Education, Vocational Training and Adults System Education in Europe - Spain"

Sítios >

Ploteus: <http://Europa.eu.int/ploteus>

Portal da União Europeia: http://europa.eu/index_pt.htm

Enciclopédia Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org>

Portal Educantabria

Embaixada de Espanha em Portugal

► um olhar sobre...

Moda: de jóia da coroa a elixir da juventude



Afirma Gilles Lipovetsky que a moda não faz furor no mundo intelectual. Afirmação no mínimo controversa quando verificamos que inúmeros escritores e estudiosos se têm debruçado pormenorizadamente sobre o assunto ao longo dos tempos. De Barthes a Levi Strauss, de Alberoni a Baudillard, passando por Umberto Eco e pelo próprio Lipovetsky, para só citar alguns, muitos têm sido os intelectuais a debruçar-se sobre a moda. Estilistas e modelos convergem na opinião de que só os pseudo-intelectuais criticam a moda, mas poucos serão os que negam que ela é sinónimo de controvérsia, não só quanto à sua origem como quanto à sua essência e objectivos, sendo essencial uma abordagem histórica para melhor compreender esta questão.

Do pudor à queda da máscara

Na escola ensinaram-nos que o aparecimento do vestuário – subjacente ao aparecimento da moda – esteve vinculado a três razões fundamentais: protecção do frio, pudor e adorno.

No que concerne à primeira razão invocada, colhendo ou não a unanimidade dos estudio-

Considerada por muitos uma das Belas-Artes, a moda constitui, hoje em dia, fonte inesgotável de receitas para uma vasta panóplia de indústrias e de profissionais que gravitam nas suas zonas de influência. Tal como na história da galinha e do ovo, talvez valha a pena perguntar o que nasceu primeiro: a moda ou o vestuário?

sos, não se pode deixar de levantar uma questão: como explicar que os índios da Patagónia ou dos Andes continuem ainda hoje a sentir a neve derreter na sua pele nua sem terem necessidade de vestir-se?

O psicólogo Fernando Dogana afirma que o vestuário começou por servir para nos defender quer dos inimigos (daí o aparecimento das armaduras) e de alguns acidentes de trabalho, quer dos efeitos maléficos da magia, factor por si só justificativo de persistir em muita gente a ideia do amuleto, acoplado ao vestuário, como sinal de sorte e felicidade. Para os defensores da teoria do pudor, o vestuário surge quando o homem se identifica

com o seu corpo e começa a inibir-se de o expor. Muito apreciada pelos católicos, esta tese encontra opositores de peso que desmontam a teoria, alegando que a moda sempre foi factor de sedução, um prolongamento do corpo, cuja função não é ocultar ou proteger, mas sim revelar, ainda que sibilina-



Carlos Barbosa de Oliveira
Jornalista

mente, as partes ou a totalidade do corpo. Por outro lado, argumentam, a moda hoje em dia tem mais como função ensinar as mulheres a aparecerem elegantemente despidas do que a envolverem-se em roupa.

Com efeito, basta olharmos atentamente para uma dessas «galas» de passagem de modelos que os diferentes canais televisivos vão exibindo, ou recordar a febre da mini-saia e dos *hot-pants*, o progressivo descobrir dos seios, primeiro semicobertos por decotes generosos, depois apenas envoltos em tecidos transparentes e, na moda estival, o aparecimento do biquíni, do mono e do fio dental (qualquer deles expondo generosamente os atributos físicos femininos), para verificarmos que a moda está bastante relacionada com a exploração do corpo da mulher. Mas seja ao serviço do exibicionismo, da originalidade ou da diferença, a moda é acompanhada de efeitos ambíguos...

A teoria que defende a moda como tendo origem no adorno parece ganhar cada vez mais adeptos. Para os defensores desta teoria, o vestuário e a moda que lhe está subjacente desenvolveram-se para acentuar o encanto sexual, chamar a atenção para determinadas partes do corpo, despertando a libido e o erotismo. Esta convicção assenta em estudos feitos aos costumes das tribos da Papuásia e da América Latina que, embora continuando a não usar vestuário, dão grande importância à imagem corporal colocando objectos de adorno nas orelhas, no nariz, nos lábios ou mesmo, como acontece em algumas tribos da Papua, manufacturando artefactos para colocarem no pénis, das mais variadas cores, e recorrendo a pinturas muito elaboradas que, ao contrário do que um visitante mais incauto possa pensar, não são objectos de protecção, mas sim de exibição sexual. Como refere Fernando Dogana, o vestuário torna-se um prolongamento do corpo, a moda explora os símbolos da feminilidade e da virilidade.

Na verdade, também o homem exprime, através da sua forma de vestir, a sua virilidade. Já no século XVIII, a gola alta e rígida tinha essa função e, até tempos não muito recuados, a gravata exercia função similar.

O progressivo desnudamento da mulher e o aligeirar da moda masculina representa para Fernando Dogana a queda da «máscara» que ambos estão cansados de usar na sua vida de trabalho, fazendo assim o mesmo que os guerreiros faziam no final dos combates: livrarem-se dela com alívio.

Os códigos da moda

Escreve Umberto Eco: «Quando um homem, pela manhã, diante do espelho, dá o nó da gravata, está a fazer uma opção ideológica.» Bastaria lembrar o culto de Che Guevara e o aparecimento da boina na moda masculina, ou a conotação ideológica do vestuário de cor preta muito em voga em determinada época do século XX, para justificar a asserção de Eco. Mas voltemos um pouco mais atrás para analisar outros códigos da moda através dos tempos...

Nos tempos em que a moda era hegemónica e traduzia o mimetismo do ambiente

vivido na corte ou na aristocracia e, mais tarde, na burguesia endinheirada, o vestuário dava-nos uma informação precisa sobre o sexo, profissão, nacionalidade e meio social de quem o usava. No século XX, a partir da década de 60, assiste-se a uma progressiva transformação desta identificabilidade, pois os códigos do vestuário começaram a sofrer profundas transformações. Para as compreender e perceber a sua influência será necessário recuar ao século XIX.

É em meados desse século que Charles Worth funda, na Rue de La Paix, em Paris, a casa onde pela primeira vez modelos inéditos, preparados com antecedência e frequentemente mudados, são exibidos em salões luxuosos a clientes ávidos, que os escolhem e mandam executar por medida. Estes protótipos são apresentados por mulheres jovens e esbeltas, o que vai provocar o início de uma autêntica revolução, já que os modelos de referência e os códigos da moda se vão deslocar de epicentro. Com efeito, o centro mimético transfere-se da corte e da aristocracia para a «modelo» ou «manequim», embora não ainda definitivamente. Está-se ainda na fase em que a nova burgue-



sia endinheirada se cobre de fausto, jóias e tecidos preciosos, tentando igualar-se à nobreza. A moda (criada pelos costureiros, que começam a assinar os seus modelos) é exibida nas festas desta classe emergente. Deixa de ter como pontos de referência as classes sociais mais elevadas para, com o aparecimento da burguesia, deixar de exercer a sua influência mimética de cima para baixo.

Com a alta-costura a moda perde também as suas características nacionais e regionais, nasce uma Internacional da Moda. Primeiro Paris, depois Milão, Roma, Nova Iorque e Londres passam a ser as catedrais da moda que ditam a lei do mercado das vestes. Para trás ficavam os tempos em que só os alfaiates tinham o privilégio de vestir ambos os sexos, aproximava-se a passos largos a era do estilista e do criativo.

A universalização da moda, regida de forma hegemónica e demiúrgica pelos costureiros, vai culminar em meados da década de 1960 com o apogeu da sociedade de consumo.

Deixa então de se vender uma criação que impõe regras e modelos para se passar a vender apenas um estilo, uma ideia. Em vez do costureiro que exhibe as suas criações em passagens de modelos reservadas a «elites», aparecem o criador e o estilista que diante da pantalha e perante milhões de consumidores se comportam como ilusionistas tirando da cartola a última obra da sua criatividade, exibida por uma *top model* de cortar a respiração.

Mas, apesar de ter apenas 3000 clientes por ano em todo o mundo, a alta-costura não morreu. Transformou-se num laboratório de novidades que lança as tendências do ano e, aliada à moda, sobrevive à custa da produção em série, especialidade de uma sociedade de consumo que não se contenta com uma pequena faixa de consumidores abastados, sedentos de exhibir riqueza e luxo. Quer usufruir de fatias cada vez maiores de consumidores e, quanto mais moribundo estiver o sistema económico que a suporta, mais sequeiros se torna, pretendendo abarcar o bolo

todo. Lança-se no teatro, no desporto, no bailado ou na ópera, alia-se à publicidade e aos *media*, cria as marcas, invade o desporto e as actividades de lazer, gera os seus ícones, a sua imprensa especializada e alimenta uma corte à sua volta com os seus actores. Do mimetismo iniciático em que reproduzia os modelos da corte, passa a incarnar ela própria uma corte onde o papel de cada um dos actores tem o seu lugar numa hierarquia rígida. Mantendo embora alguma criatividade, não hesita em entrar na reciclagem de modelos antigos, recupera a tatuagem, fura narizes, orelhas e lábios, recria os adereços e adornos e sai para a rua em busca de fontes de inspiração que, não raras vezes, sorve em modelos de sociedades primitivas ou em grupos que criaram a sua própria moda, fora dos padrões tradicionais e hegemónicos.

Combinando o *show-bizz* com os efeitos mediáticos, põe a desfilas os seus actores tendo como cenários a Piazza Navona ou o mar de Portofino, a Torre Eiffel ou Central Park, e despuorada (ou desesperada à procura de novos mercados?) invade terrenos durante muito tempo proibidos como a Muralha da China.

A moda, porém, perde alguma liberdade criativa porque o sistema económico que lhe permitiu estender os seus tentáculos cobra contrapartidas. E a principal é que os modelos sejam apresentados em datas certas, estações fixas e locais de culto apropriados. Ao estilista é-lhe exigida inovação, dando como recompensa à moda o direito de integrar o mundo das Belas-Artes, outrora reservado a pintores, escultores, músicos e outros artistas.

No século XIV, como refere Gilles Lipovetsky, o talento artístico dos mercadores de moda está concentrado no costureiro e reside no talento decorativo, na capacidade de enfeitar e enobrecer as roupas por meio de fantasias de



moda (chapéus, boinas, berloques, fitas, plumas, luvas, leques, lenços de pescoço, etc.) e não apenas na invenção de linhas originais. A tatuagem, por exemplo, é um fenómeno de moda *underground* ao qual a moda tradicional recorre no intuito de chamar a si alguns elementos novos.

A especialização da moda permite o triunfo de sapateiros, cabeleireiros, produtores de moda e uma vasta gama de artistas que se especializam em partes da moda e não na moda como um todo. O artista procura incessantemente modelos que façam brilhar as suas criações, os quais se tornam ainda mais famosos que os próprios criadores e são disputados a peso de ouro. É a revolta na corte?

As *top models* atingiram uma tal notoriedade que se tornaram mais importantes que os estilistas – afirmam alguns. Mas será bem assim? A nível internacional as *top models* são fruto da sociedade de consumo, sendo produzidas e «vendidas» da mesma forma que as peças que vestem. Por isso não se pode falar de revolta na corte, mas apenas das circunstâncias criadas pela sociedade de consumo que favoreceram o emergir dos manequins. Foi esta sociedade, onde a publicidade e o look se tornaram fundamentais, que fez das modelos as figuras centrais dos desfiles mas, na verdade, o mais importante é a forma como a modelo usa aquilo com que desfila. Além disso, a modelo não faz milagres. Se a criação que exhibe é má, não há nada a fazer. Excepto, claro, quando se chamam Claudia Schiffer, Linda Evangelista, Naomi Campbell, Giselle Bündchen ou McPherson, modelos conhecidas em todas as latitudes e disputadas por toda a corte da moda, incluindo as capas de revista e a publicidade.

Da alta-costura ao pronto-a-vestir

A década de 1960 viu aparecer os Beatles e os *hippies*, Cohn Bendit e o Maio de 68, os mo-

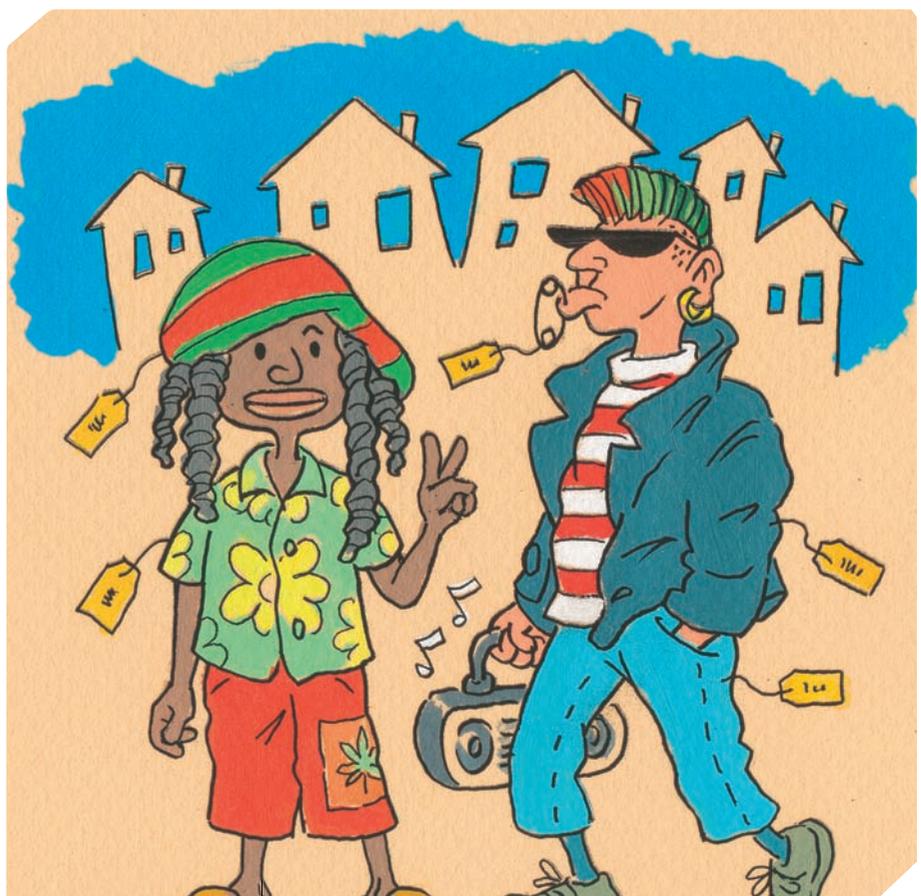
vimentos de emancipação dos negros, as preocupações ecológicas e a defesa dos direitos humanos, a sociedade de consumo e a economia de mercado. Todos estes factores contribuíram, de alguma forma, para que a moda enveredasse por novos caminhos.

As pessoas passam a obedecer cada vez menos às imposições da alta-costura, pois para se «estar na moda» já não é necessário vestir a cor que os costureiros procuram impor ou os modelos que sazonalmente apresentam. Numa época em que os valores da solidariedade se impõem, assiste-se ao aparecimento de um conceito de moda baseado no individualismo e ao triunfo do «estilo pessoal», em que cada um procura vestir-se mais de acordo com o seu gosto do que com os padrões da moda. As casas de alta-costura, que desde a década de 1920 se tinham lançado na exploração de perfumes e cosméticos, intensificam a sua actividade nesta área, que passa a representar para casas como Channel, Nina Ricci ou Yves Saint Laurent a grande fatia dos seus negó-

cios. Já no final da década lançam mão de um outro expediente que se vem a revelar durante alguns anos muito lucrativo: artefactos e adereços. Relógios, cintos, isqueiros, canetas, óculos, marroquinaria, *sportswear* e roupa interior alimentam a indústria da alta-costura. Estava dado o primeiro passo para o triunfo da marca, novo código do vestuário devidamente assinado que viria a conhecer o seu apogeu e posterior declínio com a contrafacção.

Entrando no caminho promocional da marca, a favor do pronto-a-vestir de alta qualidade e da exploração da marca que pretende perpetuar, a alta-costura passa a confundir-se com a *marca de prestígio* que o marketing irá ajudar a promover.

Com o aparecimento da contrafacção a situação vai alterar-se... Vendida ao desbarato em feiras e por vendedores ambulantes, a *assinatura de marca* vai perdendo o seu fulgor e o seu prestígio, arrastando consigo a moda que deixa de ser luxo, perde a sua identidade como arte perene e passa a cultivar o efémero.



Os hipermercados da moda

Acessível a todos, o pronto-a-vestir faz a fusão entre a indústria e a moda e torna-se um dos responsáveis pelo aparecimento dos hipermercados da moda. As lojas da Printemps e Prisunic, as Galerias Lafayette, os Mark and Spencer e C&A, ou a Zara e a Nastro, são alguns exemplos dos hipermercados da moda onde tudo se compra relacionado com o vestuário e seus correlativos, mas os novos estilistas e criativos a elas associados já nada têm a ver com a alta-costura. Os nomes sonantes da moda são, à época, Babette e Cacharel, Emmanuelle Kalin e Elie Jacobson, Gaultier e Coureges ou Issey Miyaké e Ted Lapidus.

Compreendendo a evolução da vida moderna, a moda adapta-se ao seu ritmo criando modelos que facilitam a liberdade de movimentos e adoptam um estilo juvenil. Aparece a mini-saia, são abolidos os saltos altos e surgem as calças para mulher. Homens da alta-costura como Pierre Cardin e Yves Saint Laurent são dos primeiros a correr atrás das novas tendências que o pronto-a-vestir criou e, utilizando o seu prestígio e o da sua marca, lançam colecções personalizadas. Estava em pleno extorção a moda «feita à medida»; acompanhando a evolução social, a moda democratizava-se em versão *fastfood*. Assiste-se então a um fenómeno curioso: a moda sai dos recatados *ateliers* dos costureiros e salta para as ruas, invadindo-a com cartazes publicitários; os desfiles passam a ser mais abertos e, das entradas feitas apenas por convite, passa-se ao sistema de entradas pagas; deixa de ter como principal escopo a classificação de um determinado estrato social, a grande preocupação passa a ser *look young*; os estilos, os materiais, as formas e as cores deixam de ser imperativas e, nomeadamente na moda masculina, assiste-se ao fim do domínio das cores escuras e austeras. O vestuário passa a identifi-

car mais a forma de pensar do que a forma de viver, podendo mesmo dizer-se que durante algum tempo cada um veste de acordo com a sua ideologia (nem sempre respeitando o mimetismo grupal) renunciando desta forma a noção moderna de moda: o individualismo ou estilo pessoal. Nova tendência que reflecte também a ideologia do final de século XX e acentua a ideia de que existe uma relação importante entre a moda e a ideologia reinante.

Vivemos, actualmente, na época da moda *a la carte*, embora permaneçam resquícios do menu do dia (leia-se: estações do ano). A criação é livre, embora condicionada pelo efeito sazonal, os consumidores são igualmente livres de fazer as combinações que mais lhes apraz... Hoje em dia, já ninguém está *fora de moda*. Compra-se roupa mais em função do prazer de mudar do que por ostentação. O importante é o *look*, que se pretende dê uma ideia de juventude e realce inconformismo e desejo de emancipação face a valores tradicionais, onde se esbate o mimetismo em relação ao superior e se procura uma identificação com o que está à nossa volta mas sem abdicar de um toque individualista que marque a diferença. As modas *punk*, *new wave* ou *rasta* são exemplos do que se acaba de dizer. Será que a moda no seu conceito classista e colectivista terminou? Em virtude das características cíclicas da moda é muito provável que reapareça em breve. Já existem, aliás, alguns sinais nesse sentido.

A moda no masculino

Há tempos, uma revista católica publicou uma imagem de Cristo vestindo roupas modernas e usando gravata. A Igreja Católica reagiu mal e acusou os responsáveis da revista de profanação. Jacques Lang, antigo ministro francês da cultura, provocou uma onda de espanto quando apareceu na Assembleia da República francesa sem gravata. Estes

dois exemplos são ilustrativos do forte poder comunicativo do vestuário e dos códigos que lhe estão inerentes, mas servem também como um bom ponto de partida para compreender a moda masculina.

Na opinião de Fernando Dogana, «a moda é reflexo de alguns imperativos sociais que se vão alterando ao longo do tempo». Se nas sociedades primitivas os homens tinham mais tendência para utilizar adornos e a mulher se vestia de uma forma mais sóbria, hoje em dia é a mulher que acentua, através do seu vestuário, um certo exibicionismo que durante um longo período esteve vedado aos homens mas que parece estar a querer ressurgir. Segundo Dogana, a crescente austeridade e inflexibilidade na moda masculina, que só nas últimas décadas se esbateu, «está relacionada com as alterações impostas pela sociedade industrial e pelos diferentes papéis nela reservados a homens e mulheres», sendo com a introdução do «código jovem» que se volta a verificar uma maior preocupação por parte do homem em relação à moda e se começa a assistir ao investimento da alta-costura na moda masculina. Nomeadamente no vestuário dos «tempos livres», surgem as cores vivas e linhas mais leves, aparecem inscrições humorísticas, o vestuário masculino de lazer aligeira-se, mas apesar das tentativas de Gaultier de introdução da saia-calça para homem, a verdade é que a utilização de símbolos do vestuário feminino por parte dos homens continua a ser considerada transgressora. Ao contrário, as mulheres é que se vão apropriando de certos códigos da moda masculina, desde as calças ao *sportswear*, utilizando-os no entanto de forma mais variada e referenciando partes do corpo que procuram realçar, ao contrário do homem, cujo vestuário continua a considerar o corpo como uma unidade onde o mais importante é esconder algumas deficiências como a «barriguinha»

volumosa. Enquanto a mulher continua a preocupar-se em realçar a sua beleza e a procurar seduzir, o homem ainda tem que se preocupar em esconder algumas «fealdades», procurando apenas, através de um ou outro pormenor, realçar a sua virilidade. Verdade irrefutável é o crescimento das indústrias afins à moda no sector masculino. Produtos de beleza ocupam as preocupações de um crescente número de homens, que cada vez dedicam mais tempo aos cuidados com o corpo. De acordo com um estudo realizado por Caroline Roy, o tempo dedicado aos cuidados com o corpo e com a aparência são cada vez mais próximos, dedicando mesmo os homens idosos mais tempo a cuidados pessoais do que as mulheres do mesmo escalão etário. O culto da juventude, expresso através do vestuário, terá tendência a preocupar mais os homens do que as mulheres? Psicólogos, antropólogos e estilistas hesitam em dar uma resposta...

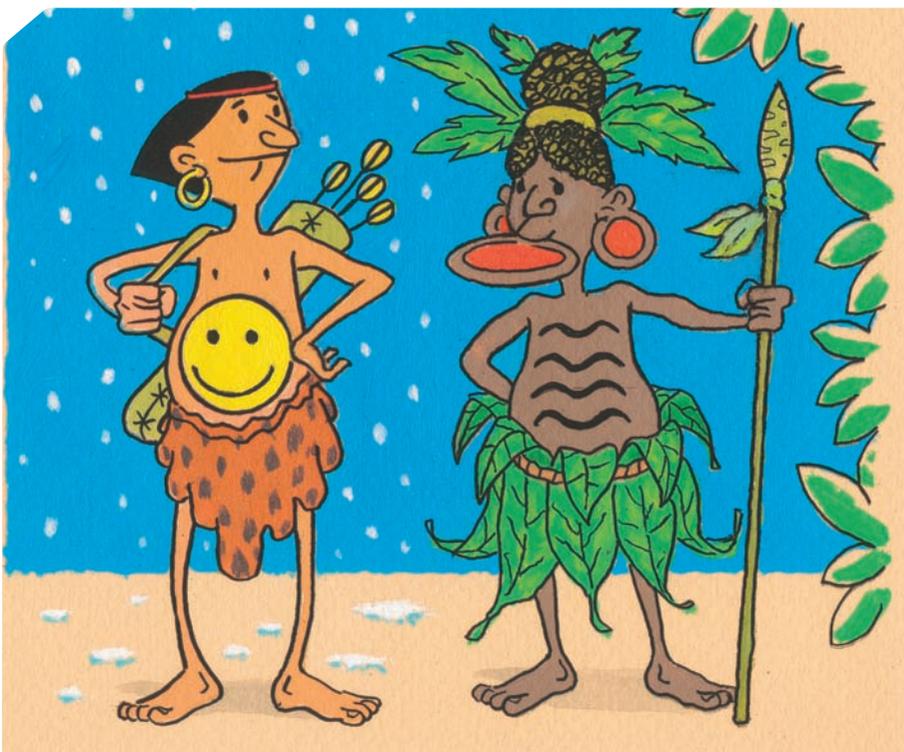
Elixir de juventude (Narciso triunfa sobre Édipo)

Dizia Yves Saint Laurent: «Outrora, uma rapariga queria parecer-se com a mãe. Actualmente é o contrário que se verifica.»

Se os *jeans* atestam a clarividência desta afirmação, é imperioso que se diga que não são os únicos responsáveis por esta inversão. A conotação da moda com «aparência jovem» remonta à expansão de uma cultura jovem quando, fruto das esperanças neles depositadas pelos adultos, começam a ser o centro das atenções e a ter uma palavra a dizer quanto ao seu futuro e à sua formação. O inconformismo das gerações de 50 e 60 leva-as a rever-se nos seus ídolos da música rock, nas jovens estrelas de cinema e em figuras do desporto. Assim, ao mesmo tempo que o «conflito de gerações» se agudiza, o jovem desafia o luxo vestindo de forma prática e descontraída, deixando transparecer o seu desejo de liberdade. Como noutra local se refere, o descuidado, o gasto, o largueirão e até o sujo passam a fazer parte integrante da moda jovem, que pretende também desvincular a conotação do vestuário com a classe social e impor um estilo cada vez mais personalizado que desafia os cânones tradicionais da moda. Primeiro timidamente, os adultos começam a usar, também, cores garridas, roupas mais leves e descontraídas, em busca de uma aparência jovem, dando-se então a inversão referida por Yves

Saint Laurent. Paralelamente ao que acontece com a publicidade que procura explorar o narcisismo dos consumidores para promover um produto, na moda assiste-se ao assassinato de Édipo por Narciso. O importante é parecer jovem e belo, pelo que os adultos incorporam no seu vestuário os códigos usados pela juventude.

Dando sequência a uma tendência que já se vinha verificando desde o início do século XX, o cinema e o desporto entram na moda enquanto a moda se alia ao mundo do espectáculo num perfeito sistema de vasos comunicantes que vai alimentando a sociedade de consumo. E se noutros tempos o corte de cabelo à Greta Garbo ou Brigitte Bardot, o louro platinado de Jean Harlow ou as sobranceiras depiladas de Marlene Dietrich logo arranjavam imediatos seguidores; se bastava a um actor como Clark Gable ridicularizar num filme o uso da camisola interior para que o mercado se ressentisse; se James Dean e Marlon Brando seduziam com as suas indumentárias desportivas e descontraídas e Lacoste ou Fred Perry criavam estilos de moda no *sportswear*, hoje em dia é a moda a lançar as suas principais actrizes no mundo do espectáculo (as *top models*). Movimentando milhões, a corte da moda deambula com os seus actores (criadores, estilistas, agentes, fotógrafos, publicitários, jornalistas e modelos) entre Roma e Milão, Paris, Nova Iorque ou Tóquio, montando espectáculos sazonais, vistos por milhões de espectadores em todo o Mundo, com o objectivo de venderem as suas criações, mas também uma ideia de juventude. Veículo promocional do conceito jovem, ao *top model* não é permitido envelhecer e, por isso, quando aparece a primeira ruga ou a pele ameaça desvendar um pouco de celulite, logo é lançada para o álbum de recordações. Pura e simplesmente porque... passou de moda.



► esp@ço internet

www.anop.pt



www.anop.com.pt

A Associação Nacional de Oficinas de Projectos (ANOP) foi constituída, em Março de 1999, em Santa Maria da Feira, como Pessoa Colectiva de Direito Privado sem Fins Lucrativos por entidades colectivas de natureza diversa.

Tem por missão agir em favor do desenvolvimento das comunidades locais e das pessoas por forma a contribuir para uma cidadania mais activa, mais solidária e para uma maior coesão social, promovendo novas perspectivas para o desenvolvimento integrado e sustentável na sociedade contemporânea. Trata-se de uma organização que promove e apoia iniciativas de desenvolvimento local e regional, actividades de educação e formação profissional da população activa, empregada, desempregada ou em risco de desemprego e a iniciativa empresarial através do recurso a vários dispositivos como:

- Oficinas de Projecto e Casas da Iniciativa Local.
- Agência de Balanços de Competências.
- Centro de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências.
- Formação Novas Competências.

Desde a sua fundação a ANOP tem-se afirmado no panorama do desenvolvimento local, da educação e formação de adultos e da promoção da iniciativa empresarial atra-

vés da concepção e execução de vários programas e ainda pela via da participação e colaboração activa em parcerias e redes, nomeadamente:

- Programas de promoção da iniciativa profissional, empresarial e de apoio ao desenvolvimento local.

- Programas de combate ao desemprego através da iniciativa económica.
- Programas de apoio à aprendizagem ao longo da vida.
- Programas de promoção da igualdade de oportunidade.
- Programas de estudos, de investigação e de lançamento de novos projectos.



► **debaixo d'olho**

revista FORMAR
número 64

55

Livros



Igualdade de Género no Trabalho Situações Problema e Perspectivas de Futuro

O objectivo central desta investigação é a identificação dos vectores que potenciam a igualdade de género no trabalho e no emprego em Portugal.

Os casos das empresas estudadas mostram que não é comum a existência de uma política definida e formalizada no que respeita à igualdade de género, ocorrendo, no entanto, amiudadas vezes nas práticas informais. O estudo desenvolvido mostra, também, que a modernização da organização do trabalho e a criação de redes de proximidade são dimensões incontornáveis da igualdade de género no trabalho. Por um lado, é essencial a criação de serviços de proximidade que incluam diversos ser-

viços de apoio familiar que possam contribuir para a facilitação da vida profissional e da vida privada. Por outro lado, há que modernizar a organização do trabalho por via de novas modalidades de gestão do tempo de trabalho e com um maior envolvimento de trabalhadores/as.

O estudo termina com um conjunto de recomendações para a promoção da «empresa cidadã» em que mulheres e homens tenham iguais direitos no desenvolvimento dos seus projectos profissionais e pessoais num clima de liberdade responsável.

Para adquirir este livro envie um *e-mail* para aedes@iscsp.utl.pt

Ficha Técnica

Título > *Igualdade de Género no Trabalho Situações Problema e Perspectivas de Futuro*

Autores > Fausto Amaro e Rui Moura [Coords.] António Neto, Celeste Quintino e Rui Serapicos

Entidade promotora > Associação de Estudos de Desenvolvimento Económico e Social do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

Projecto de Investigação financiado pelo POEFDS/FSE

N.º de páginas > 159

Edição > Maio de 2008

Autora da recensão > Maria Viegas, Técnica Superior Consultora, CNQF – IEF, I.P.



A Bela, Belmiro e Empreendedores ... ou a Arte de Sprezzatura

De acordo com o autor este livro trata-se de «... uma obra de empreendedores descomprometidos, sem favores devidos, que criaram um universo de independência e liberdade no modo como articulam a sua maneira de ser, a vida e o próprio negócio. Estes são os melhores exemplos de que há caminhos diferentes da vida assalariada ou colada a quaisquer interesses. Estes são representantes do novo sonho português».

Nesta obra o autor dá-nos exemplos de 42 casos de empreendedorismo e mostra como

IGUALDADE DE GÉNERO
NO TRABALHO

SITUAÇÕES PROBLEMA
E PERSPECTIVAS DE FUTURO

FAUSTO AMARO E RUI MOURA (COORDS.),
ANTÓNIO NETO, CELESTE QUINTINO E RUI SERAPICOS

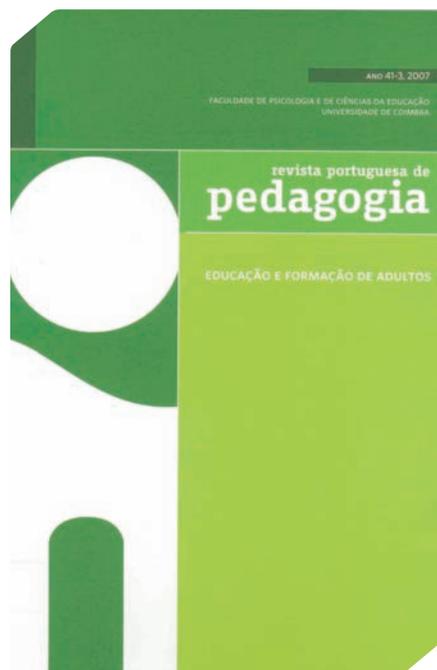
não é necessário nascer em «berço de ouro», depender de «favores» políticos ou subsídios, ter grandes estudos para se montar o próprio negócio; trata-se de pessoas que, com talento, vontade, determinação ou persistência e sobretudo um propósito na vida, construíram a sua independência.

Nem todos são génios académicos. Nem todos são inovadores radicais. Nem todos são grandes. São todos portugueses como os outros que num determinado momento das suas vidas acreditaram que era possível e trabalharam arduamente para realizar os seus projectos.

Os direitos de autor da venda desta obra reverterem para bolsas de estudo para estudantes africanos em Portugal (mestrados e doutoramentos).

«Apontamentos sobre Educação para o Empreendedorismo em Portugal», in Revista Portuguesa de Pedagogia, n.º 3/2007

Neste artigo a autora produz uma reflexão sobre o empreendedorismo em Portugal, bem como algumas práticas implementadas de educação para o empreendedorismo. Analisando o que tem vindo a ser desenvolvido dentro e fora do país, este artigo pretende compreender em que medida temos vindo a promover comportamentos empreendedores de jovens e adultos. É, ainda, sublinhada a necessidade de avaliar os programas de formação em empreendedorismo e desenvolver um sistema de aconselhamento para as carreiras durante a transição escola-trabalho.



Ficha Técnica

Título > *A Bela, Belmiro e Empreendedores ... ou a Arte de Sprezzatura*

Autor > Manuel Forjaz

Editora > Booknomics Lda

N.º de páginas > 104

Edição > Junho de 2008

Ficha Técnica

Título > «Apontamentos sobre Educação para o Empreendedorismo em Portugal»

Autor > Ana Rita de Oliveira Mendes

Publicação > *Revista Portuguesa de Pedagogia*, n.º 3/2007

Coordenação deste número > Luís Alcoforado e Cristina Maria Coimbra Vieira

Correio dos leitores

Porque queremos, cada vez mais, corresponder às expectativas dos nossos leitores, decidimos incluir na revista a rubrica «Correio dos Leitores».

Envie-nos as suas impressões, dê-nos sugestões... escreva-nos!

www.formar.pt

Porque a sua opinião conta!

Exposição figuras & figurado

Rostos, almas e máscaras no figurado tradicional e contemporâneo português



A FIA Lisboa – Feira Internacional de Artesanato – decorreu entre os dias 5 e 13 de Julho, comemorando este ano o seu 20.º aniversário sob o tema «Figuras & Figurado».

Esta feira que é considerada, a nível nacional, a mais importante feira de artesanato, este ano contou com 630 expositores, oriundos de cerca de 40 países, e foi visitada por mais de 100 mil visitantes.

Além de visitar a exposição própria-



«Deus Nosso Senhor fez o Homem de Figurado. Para melhor se ver e melhor se entender. Não sêmos de forma nem de sobras e afagados. Sêmos o seu Santíssimo Figurado»

Rosa Ramalho

mente dita, foi também possível assistir a diversos seminários e exposições temáticas, bem como outras expressões culturais como danças e cantares e, claro... aproveitar para nos deliciarmos com os vários e bons petiscos gastronómicos regionais. O IEFP, I.P. fez questão de, mais uma vez, apoiar este evento com o objectivo de divulgar os artesãos e os seus trabalhos, mostrando que o artesanato é arte, é cultura e

contribui para a identidade de um país, podendo também ser um rumo profissional, concorrendo para a revitalização, papel e construção da escultura popular nas suas características tradicionais e contemporâneas. Nesta exposição estiveram visíveis obras de diversos autores, colecionadores e museológicas onde *Figuras & Figurado* foram apresentados nas suas mais diversas expressões e formas: quotidiano, projectado



nas profissões, no auto-retrato, nas caricaturas e nas máscaras, com a representação do religioso, burlesco/satírico, erótico, profano...

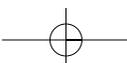
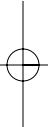
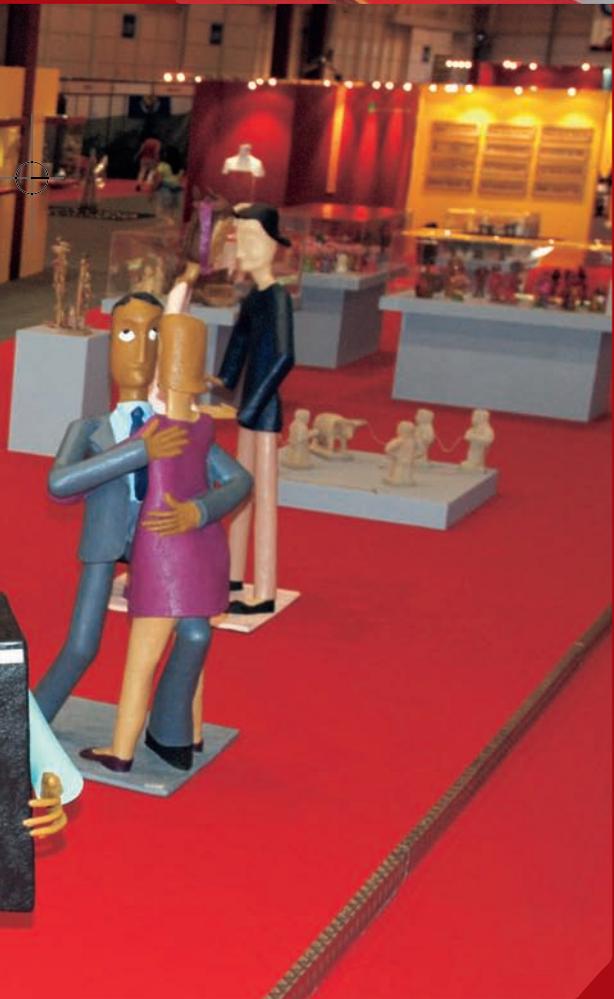
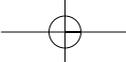
Esta exposição constituiu também uma oportunidade de homenagear a vida e obra de artesãos já falecidos como Mistério, João Ortega, Jorge Peralta, Rosa Ramalho e Ti Guilhermina, entre outros. Entre os artistas plásticos contemporâneos destacamos a obra de Alberto Vieira, João Vieira, Helena Almeida, Cristina Volasco, José Guimarães, Paulo Neves e João Cutileiro.

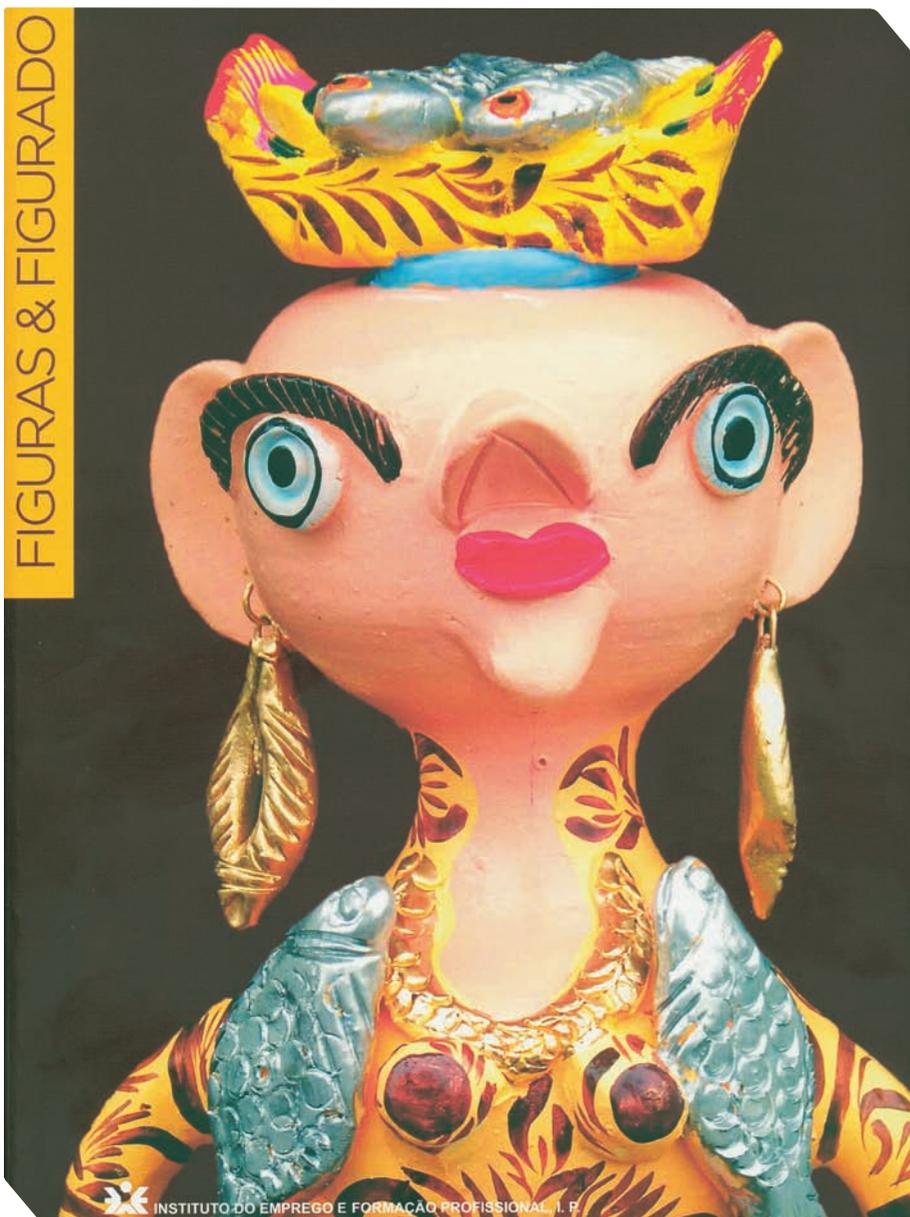
Mostra ao vivo

No âmbito da exposição «Figuras & Figurado» realizaram-se mostras ao vivo de artesanato. Assim, através de uma parceria com o CENCAL foi possível a transformação de um *cartoon* numa peça tridimensional, dando corpo aos desenhos de António, Augusto Cid, André Carrilho, Zé d'Almeida, José Bandeira, Cristina Sampaio, António Jorge Gonçalves e João Vaz de Carvalho.

Nos dois fins-de-semana em que o evento esteve patente, o CEARTE promoveu um *atelier*







FIGURAS & FIGURADO

INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, I.P.

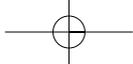
de máscaras através do qual o público pode partir à descoberta da tradição milenar da figuração. Foi ainda possível apreciar o trabalho em *atelier* de dois artesãos de figurado: Lachor, das Caldas da Rainha, e Joaquim Esteves, de Barcelos.

Catálogo Figuras & Figurado apresentado na FIA

Com o objectivo de divulgar o artesanato, os contextos que envolvem a sua criação, revi-

ver e valorizar o passado para compreender e respeitar o presente, o IEFP, I.P. editou o catálogo da exposição Figuras & Figurado – rostos, almas e máscaras no figurado tradicional português. Ilustrado com mais de 500 fotos, tiradas especialmente para esta edição, e textos de especialistas em iconografia popular, este catálogo ultrapassa os limites da exposição preservando para memória futura o que foi e o que é hoje o figurado tradicional e contemporâneo portu-



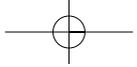




Dos caretos de Trás-os-Montes à figura profana do artesanato tradicional de Barcelos e Estremoz, passando pelos bonecos das Caldas, este catálogo é uma busca da alma portuguesa através do seu artesanato. São desvendados nesta edição os rostos e obra dos principais artesãos do figurado tradicional e contemporâneo: Rosa Ramalho, Mistério, Ti Guilhermina, Alberto Vieira, João Ortega Deodato Santos, Cristina Valadas, Joaquim Macedo, Delfim Manuel, José Teixeira, Meg, Maria Carvalho, Virgínio Moutinho, Irmãos Baraça e Júlia Ramalho.

Por último, destaque para os textos inéditos de Ricardo Araújo Pereira, com uma reflexão sobre a capacidade inata de nos alegrarmos, de Gonçalo M. Tavares com o conto *A Feia Adormecida* e de Baptista Bastos sobre os barros de Rosa Ramalho.





► **divulgação**

Visitar esta exposição foi para a *Formar* uma experiência enriquecedora, sendo que este nosso «passeio» se poderá resumir citando Isabel Maria Fernandes¹ «... Perpassar o nosso olhar sobre este figurado português que figura o homem e os que com ele habitam é fazer uma viagem por Portugal. Não uma viagem por vales e montanhas, por rios e mares, mas uma viagem pelo interior do homem português – pelos seus sonhos e pelos seus pesadelos; pelo seu Deus, pelos seus santos e pelos seus demónios; pelos seus amores e desamores; pela sua história e pelas suas estórias; pela sua ventura e pelas suas desventuras, enfim, pela sua vida. E através da sua vida encontramos a nossa – os nossos desejos e os nossos medos, os nossos gostos e os nossos desgostos.»

¹ Autora de um dos textos publicados no Catálogo do IEPF «Figuras & Figurado»





Formação Profissional

**Aposte na
construção
do seu futuro**

▶ **Informações:**

**CENTROS DE
FORMAÇÃO PROFISSIONAL
E CENTROS DE EMPREGO**

www.iefp.pt



IEFP - 2008 - Out 08 - Design: T. L. Almeida - Imagem: Imagem 9/08

**CENTRO DE CONGRESSOS DA ALFÂNDEGA
PORTO, FURNAS NASCENTE**

Exposição

9 OUT / 30 NOV 2008

Trajectos de Formação
Profissional



testemunhos

André Cepeda	António Júlio Duarte	
Augusto Alves da Silva	Augusto Brázio	
Catarina Alves Costa	João Serra	Kathleen Gomes
Patrícia Almeida	Pedro Letria	Sandra Rocha

IEFP - CDM - NM - Outubro 08
Estêvão Pedro Falcão

