



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
ÁREA: EMPREENDEDORISMO SOCIAL

EMPREENDEDORISMO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO PICASSO NÃO PICHAVA.

20600613 Marcela Gomide Neto de Paula
RA:2060061/3

PROFESSOR ORIENTADOR:
MARCELO GAGLIARDI

Brasília/DF, junho de 2009.

MARCELA GOMIDE NETO DE PAULA

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO PICASSO NÃO PICHAVA.**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Professor Orientador: Marcelo Gagliardi

Brasília/DF, junho de 2009.

MARCELA GOMIDE NETO DE PAULA

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO PICASSO NÃO PICHAVA.**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.
Professor Orientador: Marcelo Gagliardi

Brasília/DF, de de 2009.

Banca examinadora:

Professor Marcelo Gagliardi
Orientador

Professor (a):
Examinador (a)

Professor (a):
Examinador (a)

“Não é preciso ter olhos abertos para ver o sol, nem é preciso ter ouvidos afiados para ouvir o trovão. Para ser vitorioso, você precisa ver o que não está visível.”

Sun Tzu.

Dedico este trabalho aos meus avós, empreendedores dignos de admiração e respeito que, movidos pela paixão, com notável dedicação, disciplina e talento, transformaram um sonho em realidade, construindo a família que somos hoje e nos surpreendendo, a cada dia, com suas inovadoras maneiras de amar.

Agradeço a Deus por mais uma etapa concluída com sucesso, à família pelo apoio e compreensão nos momentos de dificuldade e nervosismo, ao Professor Orientador Marcelo Gagliardi pela atenção e orientações, aos amigos pela força e palavras de carinho, sem os quais nenhuma realização valeria a pena.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 Problema | 12 |
| 1.2 Objetivo geral..... | 12 |
| 1.3 Objetivos específicos | 12 |
| 1.4 Justificativas | 12 |
| 2 METODOLOGIA..... | 15 |
| 2.1 Tipo e métodos de pesquisa..... | 15 |
| 2.2 Técnica de pesquisa | 15 |
| 2.3 Instrumentos, processos e período de coleta de dados..... | 16 |
| 2.4 Tratamento dos dados | 17 |
| 3 REFERENCIAL TEÓRICO | 18 |
| 3.1 Contextualização | 18 |
| 3.2 Empreendedorismo..... | 20 |
| 3.3 Empreendedorismo Social | 24 |
| 3.4 Empreendedor | 27 |
| 3.5 Empreendedor Social | 30 |
| 4 ESTUDO DE CASO | 32 |
| 4.1 Histórico..... | 32 |
| 4.2 Estrutura Organizacional | 33 |
| 4.3 Orientação Estratégica | 34 |
| 4.4 Projetos e Unidades Organizacionais..... | 34 |
| 4.5 Entrevista..... | 35 |
| 4.6 Análise crítica | 38 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 44 |
| REFERÊNCIAS..... | 47 |
| APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA..... | 49 |
| ANEXOS | 50 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 1. | Painel de evolução dos empreendedores iniciais entre 2001 e 2007 por grupo de países | 23 |
| Figura 2. | Evolução das proporções de empreendedores por motivação – Brasil, 2001 a 2007. | 24 |
| Figura 3. | Tipos de Habilidades necessárias em empreendedorismo | 27 |
| Figura 4. | Diferenças entre projetos sociais e de empreendedorismo social. | 30 |
| Figura 5. | Relatório PNP período fev/dez – 2008 | 37 |

SIGLAS E ABREVIATURAS

| | |
|---------|--|
| BRB | Banco de Brasília |
| Caesb | Companhia de Saneamento Ambiental de Brasília |
| DCE | Diretório Central dos Estudantes |
| DF | Distrito Federal |
| EUA | Estados Unidos da América |
| G7 | Grupo dos sete |
| GEM | Global Entrepreneurship Monitor |
| GERA | Global Entrepreneurship Association |
| Fiep | Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná |
| IBQP | Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade |
| MCT | Ministério da Ciência e Tecnologia |
| ONG | Organização Não Governamental |
| PNP | Picasso Não Pichava |
| PUCPR | Pontifícia Universidade Católica do Paraná |
| SEBRAE | Serviço de Apoio às Pequenas e Médias Empresas |
| SSP | Secretaria de Estado de Segurança Pública |
| TEA | Taxa de Empreendedores em estágio inicial |
| Unicenp | Centro Universitário Positivo |
| UniCEUB | Centro Universitário Uniceub |

RESUMO

Esta monografia tem como finalidade analisar os impactos resultantes do programa Picasso Não Pichava, da Secretaria de Estado e Segurança Pública, Governo do Distrito Federal, com sede em Brasília, nas comunidades dos núcleos de atendimento do programa. Na busca por atingir este ideal, foi realizada pesquisa bibliográfica acerca do tema empreendedorismo social e assuntos relacionados a ele, bem como estudo de caso com visita a sede do Programa e entrevista com o gerente responsável pelas atividades do PNP. Os autores utilizados para a construção da base teórica que permitiu analisar e sustentar o tema foram Dolabela, Dornelas, Oliveira, Melo Neto e Froes e Hisrich e Peters. Por meio da pesquisa exploratória realizada, foi possível concluir que no âmbito pessoal, os jovens desenvolvem, a partir do PNP, cidadania, o resgate da dignidade, o profissional; no social, a conscientização da importância da parceria na luta contra a criminalidade, fator propulsor da melhora na qualidade de vida dos jovens atendidos pelo projeto e de toda a comunidade com a integração Estado x Cidadão. Desta forma, esta monografia ilustra a importância de projetos de empreendedorismo social no contexto de melhoria social e desenvolvimento de atributos pessoais importantes na construção de um perfil empreendedor e de uma sociedade sustentável.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Perfil do Empreendedor Social, Projeto de Empreendedorismo Social.

1 INTRODUÇÃO

Em grande parte do mundo globalizado no qual a sociedade do século XXII se encontra, os seres humanos buscam, cada vez mais, explorar a riqueza do espírito humano, impulsionadas pela percepção de que podem contribuir para melhorar o mundo em que vivem de forma real e concreta, buscando algo diferente do elemento “ lucro” .

A realidade social do Brasil confronta diariamente os cidadãos, desafiando-os a por em prática o potencial de transformação existente em cada um, como forma de responder aos apelos de uma sociedade que se vê tomada por um crescimento acelerado do Terceiro Setor e que pede por uma Revolução Social que amplie os horizontes e a participação de todos os indivíduos de forma positiva na sociedade.

O Terceiro Setor se insere em um campo de estudo novo e interessante para profissionais das Ciências Sociais, como economistas, sociólogos, cientistas políticos, bem como atraem para seu campo de estudos pesquisadores de áreas acadêmicas aplicadas como Administração, Serviço Social e Saúde pública, o que gera um novo olhar sobre as organizações que o compõem e serve de exemplo para o Estado no que se refere a suas ações.

A seriedade com a qual tais organizações são olhadas, a partir de então, pelo Estado, pelos meios de comunicação, mídia e até mesmo pela própria sociedade, demanda das Universidades informações que permitam maior conhecimento e compreensão deste setor e o suporte a ações de desenvolvimento social propostas por ele, seja em projetos sociais ou projetos de empreendedorismo social (FALCONER, 1999).

A necessidade de se aprofundar no conhecimento acerca do tema motivou esta monografia, que buscou analisar, a partir de um panorama social gerado pela atuação dos dois primeiros setores da economia, conceitos importantes como projeto social e empreendedorismo social, empreendedor e empreendedor social, assim como buscou verificar, na prática, os impactos que um projeto de empreendedorismo social geram em uma comunidade/sociedade.

1.1 Problema

Qual foi o impacto que o Programa Picasso não Pichava gerou nas comunidades em que foi realizado?

1.2 Objetivo geral

Analisar os resultados e avaliar o impacto do Programa Picasso não Pichava nas comunidades em que foi realizado.

1.3 Objetivos específicos

- Apresentar o quadro social brasileiro, identificando quais são e qual a relação da atuação dos três setores da economia com o desenvolvimento social do país;
- Apresentar e contrapor os conceitos e fundamentos primordiais do empreendedorismo e do empreendedorismo social;
- Apresentar de forma caracterizada o perfil do empreendedor social;
- Apresentar o projeto Picasso não Pichava, os resultados obtidos e a importância do apoio a projetos de empreendedorismo social.

1.4 Justificativas

A pesquisa sobre os impactos de um projeto de empreendedorismo social em uma comunidade é de grande importância, pois ilustra o quadro real dos resultados obtidos com o apoio a pessoas com iniciativas empreendedoras, oferecendo à sociedade, empresas e instituições governamentais uma possibilidade de contribuir com tais iniciativas, proporcionando, de um ponto de

vista geral, uma melhoria na sociedade. Trata-se da geração de novos empregos, aumento da renda nacional, melhoria na qualidade de vida.

Do ponto de vista acadêmico, este trabalho é muito importante para verificar, na prática, conceitos aprendidos em sala de aula, assim como para levar ao meio acadêmico maiores informações a respeito do tema que ainda é pouco analisado, não sendo visto com tanta ênfase quanto demais temas da Administração.

Partindo da justificativa social, é possível notar relevância na pesquisa a partir do momento em que os resultados ilustrarão uma realidade que é compartilhada por diversas outras pessoas, podendo gerar e ressaltar a importância da necessidade de motivar um indivíduo seja com apoio, capacitação ou outro meio para que seus resultados sejam positivos tanto para a sociedade a qual ele pertence, como também para o próprio indivíduo.

Já do ponto de vista aplicado, a pesquisa é importante, pois trás aspectos e informações para profissionais, empresas e órgãos governamentais que queiram participar de projetos de empreendedorismo social.

O trabalho se divide em cinco capítulos, a começar pela introdução situando o leitor do assunto abordado por esta monografia, bem como expando o problema pesquisado, os objetivos geral e específicos pretendidos com a pesquisa, e as justificativas que dão ao trabalho.

No capítulo dois é tratada a metodologia, informando os métodos de pesquisa, instrumentos de coletas de dados e técnicas utilizados, períodos e limitações, bem como o tipo de pesquisa e os processos realizados para obtenção das informações necessárias à resposta à pergunta deste trabalho.

No terceiro capítulo, é apresentado o referencial teórico adotado para fundamentar, embasar e possibilitar a interpretação dos resultados da pesquisa, oferecendo conceitos importantes à compreensão do tema.

Seqüenciando esta monografia, o capítulo quatro apresenta o estudo de caso do projeto Picasso Não Pichava, apresentando o projeto em seus aspectos

gerais e tocantes ao tema, contendo análise crítica do caso destacando os pontos relevantes ao problema que motiva este trabalho.

Finalizando a obra, segue o capítulo cinco com a conclusão obtida após os citados processos construtores desta monografia, com considerações finais relevantes à monografia, bem como observações pessoais referentes ao trabalho em geral, com sugestões de novas pesquisas.

2 METODOLOGIA

Neste capítulo, é apresentada a metodologia utilizada na condução desta pesquisa, bem como são explicitados e caracterizados: o tipo de pesquisa, o instrumento de coleta de dados, o processo de obtenção dos dados e informações e o período de realização das atividades pertinentes.

2.1 Tipo e métodos de pesquisa

Segundo Gil (2002), para o entendimento de um caso pouco explorado, cujo objetivo é se obter informações a respeito de variáveis pouco conhecidas, o método mais adequado e o utilizado, portanto, nesta pesquisa, é o exploratório. Para tanto, envolveu levantamento bibliográfico, entrevista semi-estruturada com o gerente do Programa analisado.

Por ser uma pesquisa exploratória que objetivava compreender e descrever um contexto que gera um resultado em um grupo, o tipo de abordagem é qualitativo, com dados de natureza interpretativa e semântica e, segundo Nascimento (2002, p. 73), “visa descrever a complexidade de certos fenômenos sociais, históricos, antropológicos não captáveis por abordagens quantitativas”.

Quanto à base lógica de investigação, o método utilizado foi o dedutivo, que, segundo Nascimento (2002, p.17), “procura, a partir de verdades universais, tirar conclusões particulares”, ou seja, se divide o fato para que se possa obter maior conhecimento sobre ele, alcançando o desconhecido.

2.2 Técnica de pesquisa

As técnicas utilizadas nesta pesquisa foram a pesquisa bibliográfica, entrevista semi-estruturada e estudo de caso do programa Picasso não pichava, da SSP-DF.

Conforme Gil (2002, p.45), a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, ou seja, tem seu objetivo no aprendizado sobre um determinado campo de conhecimento.

Além dos livros que contribuíram com a base teórica da pesquisa, foi realizada também entrevista semi-estruturada, que, segundo Gil (2002, p.117) é aquela “guiada por relação de pontos de interesse que o pesquisador vai explorando ao longo de seu curso”, entrevista esta que possibilitou melhor conhecimento da prática do programa analisado no estudo de caso.

A fim de verificar e aprofundar o conhecimento acerca do tema escolhido para a pesquisa, foi realizado um estudo de caso, que de acordo com Gil (2002, p.54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou mais objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

O estudo de caso escolhido é uma modalidade de pesquisa bastante usada nas ciências sociais, pois permite que o pesquisador tenha maior flexibilidade na estruturação da pesquisa, característica esta que não está presente em outras modalidades de pesquisa, que exigem alto nível de padronização e procedimentos.

Dentre os propósitos de um estudo de caso, Gil (2002) destaca a preferência no uso deste para descrever o contexto no qual a pesquisa é realizada, para objetos cuja atualidade gera pouco controle sobre os acontecimentos, que formam diferentes contextos conforme o caso e quando se deseja conservar a característica unitário do objeto de pesquisa

2.3 Instrumentos, processos e período de coleta de dados

Para dar início a esta pesquisa, foi realizada pesquisa bibliográfica, entre os dias 15 de abril e 25 de maio, com levantamento de dados e informações em livros sobre Empreendedorismo, projetos de empreendedorismo social e seus conceitos relacionados, bem como o perfil do empreendedor social e diferenças importantes dentro deste contexto.

Paralelamente à pesquisa, foram analisados materiais como reportagens, Internet que contribuíram para a escolha do programa PNP para objeto desta pesquisa e já integraram as informações do estudo de caso.

Após a escolha do programa PNP, foi realizado contato com o gerente do programa no dia 20 de maio, momento da primeira conversa realizada por

telefone, retornando nos dias 28 de maio e 1º de junho para visita às instalações físicas do PNP.

Nas visitas a Sede do Programa Picasso não Pichava, localizada na EQS 216/416, área especial, momento em que foram obtidas maiores informações acerca do programa, foi realizada uma entrevista semi-estruturada com o Gerente do programa PNP. Por meio de um roteiro de entrevista (apêndice A), possibilitou-se a obtenção de informações como histórico, estruturas de funcionamento, tanto físicas como organizacionais, seus processos e sub-projetos realizados em cada núcleo de atuação, também foram obtidos materiais do programa como cartilha, panfleto e camiseta.

2.4 Tratamento dos dados

Os dados obtidos com a pesquisa bibliográfica, coletados de livros, reportagens, cartilha e internet foram selecionados conforme a relevância e a aplicabilidade na teoria adotada para o embasamento teórico, sendo analisados e interpretados conforme apresentados.

Com material obtido durante as visitas a sede do programa PNP, foi possível fazer uma análise documental com atenção aos pontos importantes para a pesquisa e não abordados em detalhes na entrevista ou no referencial teórico, contribuindo para o estudo de caso de maneira essencial.

Por último, foi analisado o teor da entrevista com o gerente do programa PNP, de maneira a possibilitar maior conhecimento do programa, de aspectos tocantes a pontos-chave do referencial teórico deste trabalho, complementando e ampliando as informações conseguidas anteriormente, bem como contribuiu para identificar os resultados do projeto e seu impacto nas comunidades no qual é realizado, tanto no âmbito individual dos alunos, como no social, englobando os membros em geral da comunidade.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Contextualização

Dentro da mega estrutura na qual os seres vivos figuram como componentes, a responsabilidade pela evolução é compartilhada pelos indivíduos que, seja pela necessidade de sobrevivência, seja pela consciência coletiva, são movidos e motivados.

O ser humano evoluiu ao decorrer do tempo, décadas, séculos, desenvolvendo e trabalhando em possíveis e eficazes saídas para a constante superação de desafios impostos pela própria natureza da evolução.

A partir de uma percepção de que a sociedade humana é de uma complexidade imensa, o respeito e o cuidado com o momento vivido são fundamentais para se moldar com ações o que se deseja para o amanhã. É o ser humano então, o responsável por direcionar sua atuação por uma linha paralela aos diversos fatores que compõem este ambiente coletivo que acolhe a todos. (DORNELAS, 2007).

Para seu desenvolvimento, foi preciso que o homem fosse além do convencional, ao ultrapassar as barreiras do tradicional, procurando analisar as situações atentamente, escolhendo as melhores formas de se posicionar, refletindo sobre as razões que o levaram até ali, tomando iniciativas, perseverando nas suas decisões e escolhas, agindo com determinação e, cada vez mais, inovando. A partir deste ponto, o ser humano passa a transformar suas idéias em ações cada vez mais transformadoras da realidade.

O retrato da sociedade que chega ao século XXI carrega o resultado de anos de transformações e lutas que aconteceram como resposta às necessidades de um povo que crescia com o país. O aumento acelerado e a constante necessidade de uma força maior que coagisse e ordenasse as pessoas fez do Estado uma peça importante na determinação do rumo da evolução (BONAVIDES, 2008).

Não só no Brasil, mas como no mundo, cada época traz consigo um conjunto de características sociais que implicam uma interação com o Estado, cada uma a sua maneira.

Partindo de um olhar histórico, ao buscar a origem do Estado moderno, em um momento de transição de uma sociedade até então feudalista para uma capitalista, Bonavides (2008) observa uma primeira geração de direitos, os de liberdade; refletem eles o individualismo liberal-burgês que dominava a nos séculos XVII e XVIII, caracterizado pela opção de abstenção do Estado, imposições de obrigações negativas, destacando e dando preferência à idéia de “liberdade de” à de “direito a”. Eram direitos de titularidade individual, como direito à vida, à liberdade, à propriedade privada e à participação política.

Do desenvolvimento de um modelo burgês de sociedade que carrega nova força social, agora com características decorrentes de um quadro pós-2ª Guerra Mundial marcado por aspirações igualitárias, há uma coletividade que protesta e precisa do amparo de um Estado-social, capaz de assegurar garantias fundamentais à reconstrução da ordem. Se consolida, então, uma sociedade com a necessidade de intervenções estatais na ordem social, no que concerne o direito à saúde, educação e trabalho Bonavides (2008).

Nos últimos três séculos da história da humanidade, considerando o processo de ascensão e declínio do Estado Nação, as lutas sociais e as transformações sócio-político-econômicas, emergem os direitos de terceira geração, inspirados nos valores de solidariedade e fraternidade, que são o direito à paz, ao desenvolvimento sustentável. Segundo Bonavides (2008) são estes direitos que têm por destinatário o gênero humano, direitos então, difusos.

Ao analisar o quadro histórico que acompanha a evolução do Estado, percebe-se que não só a sociedade viu mudarem suas necessidades como também as viu crescerem, e, como resultado, a demanda por intervenções do Estado também.

3.2 Empreendedorismo

Interagindo e construindo, a cada dia, uma sociedade cada vez mais marcada pelo trabalho, as pessoas tem sentido que não é mais possível se acomodar e se deixar levar passivamente pela dinâmica de um mercado cada vez mais competitivo e agressivo.

Com a abertura da economia, na década de 90 no Brasil, o país se viu ameaçado pela intensa entrada de produtos estrangeiros e repentina concorrência que trouxeram problemas ao crescimento dos produtos nacionais. Na tentativa de estabilizar novamente o mercado, o governo iniciou reformas na economia e as empresas se viram forçadas a encontrar maneiras de se destacarem para competirem e crescerem.

Como solução, as empresas criaram novos produtos, novas estratégias de ação, se diferenciaram com inovações, muitas delas arriscaram o que tinham e investiram em novos segmentos. Ganhava força, no Brasil, o empreendedorismo, a atividade de dedicação à geração de valor, de transformar o conhecimento, bem individual, em produtos ou serviços, o aperfeiçoamento deste conhecimento bem como sua disseminação, ou mesmo a inovação em áreas da administração como o marketing, por exemplo. (DORNELAS, 2001).

Com essa mudança na economia, a quantidade perdeu lugar para a qualidade e especialidade. Quase vinte anos depois, a preocupação não reside mais em desenvolver valores conservadores, centrados na segurança e estabilidade, mas sim em instigar valores de independência, atitude, ousadia, assumir riscos, crescer. (DORNELAS, 2001).

O que se vende, o que se compra, é o conhecimento, e, a partir disso, o fator que restou para figurar como diferencial de mercado foi a capacidade de aplicar tal saber para gerar inovação. O que se deseja é o novo, o que ainda não havia sido imaginado, o criativo. Se a idéia nova surge de uma necessidade ou de uma oportunidade, sua aplicação prática gera a inovação, o valor a mais que se deseja e tanto se procura.

No entanto, para se transformar a idéia criativa em inovação, é preciso aplicar o conhecimento, utilizar-se do espírito empreendedor para acreditar na idéia, motivar-se, assumir os riscos e responsabilidades sobre ela, desafiar a praticidade e a tradição, perder o medo de errar, encarar frente a frente o espírito de aventura.

Conforme Dornelas (2001), o momento vivido no início do século XXI pode ser denominado de “a era do empreendedorismo”. A chamada nova economia, resultado da nova configuração no mercado, da globalização e da forte Internet tem mostrado que a associação de recursos adequados (humanos, tecnológicos e psicológicos), idéias originais e momento correto podem gerar belos resultados, promover o crescimento econômico e contribuir na condução do país ao desenvolvimento.

Segundo Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo é, então, um processo que consiste em ações de criação e valoração, para os quais se mostra necessária a dedicação de tempo e esforços como estudos, planejamentos e trabalho, admitindo os riscos que compõem o cenário da ação, sejam eles financeiros, sociais e mesmo psicológicos, gerando como consequência recompensas de caráter satisfatório e pessoal, bem como sociais, para os diversos agentes.

Embasando e reforçando a importância do empreendedorismo, existem pesquisas e estudos no Brasil e no mundo que revelam dados sobre a atividade empreendedora, com estatísticas e indicadores comparáveis, assim como o comportamento do empreendedor. Dentre eles, o maior e mais importante é o GEM, Global Entrepreneurship Monitor.

O GEM, concebido em 1999 pelo Babson College (EUA) e London Business School (Inglaterra), coordenado pela Global Entrepreneurship Association (GERA), tem como proposta avaliar o empreendedorismo no mundo e compartilhar o conhecimento a fim de demonstrar a importância da atividade como fator diferencial para a prosperidade e desenvolvimento econômico e social.

Realizado também em mais de 50 países, no Brasil, o projeto é executado pelo IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, em parcerias com o SEBRAE, Fiep, Unicenp, MCT e PUCPR, e tem trazido ao longo de suas edições um maior entendimento do panorama brasileiro de empreendedorismo, assim como uma abordagem comparada aos outros países analisados.

Em 2007, segundo o GEM, a TEA apresentada era de 12,72, ou seja, aproximadamente 13% realizavam atividades empreendedoras há menos de 3 anos e meio. Em comparação a outros países, principalmente àqueles de importância atuação no cenário mundial como os membros do G7, a TEA é significativa, estando em 2007 superior à TEA dos EUA, Reino Unido e França, e 39% acima da média mundial da taxa de empreendedorismo, conforme o quadro a seguir.

| Grupo de Países/Países | Ano | | | | | | |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
| Brasil | 14,20 | 13,53 | 12,90 | 13,55 | 11,32 | 11,65 | 12,72 |
| Membros do G7 | | | | | | | |
| Reino Unido | 7,80 | 5,37 | 6,36 | 6,19 | 6,22 | 5,77 | 5,53 |
| Estados Unidos | 11,61 | 10,51 | 11,94 | 11,33 | 12,44 | 10,03 | 9,61 |
| Itália | 10,16 | 5,90 | 3,19 | 4,32 | 4,94 | 3,47 | 5,01 |
| Japão | 5,19 | 1,81 | 2,76 | 1,48 | 2,20 | 2,90 | 4,34 |
| França | 7,37 | 3,20 | 1,63 | 6,03 | 5,35 | 4,39 | 3,17 |
| BRIC | | | | | | | |
| Rússia | 6,93 | 2,52 | — | — | — | 4,86 | 2,67 |
| China | — | 12,34 | 11,59 | — | 13,72 | 16,19 | 16,43 |
| Hong Kong | — | 3,44 | 3,23 | 2,97 | — | — | 9,95 |
| Índia | 11,55 | 17,88 | — | — | — | 10,42 | 8,53 |
| Sul-Americanos | | | | | | | |
| Uruguai | — | — | — | — | — | 12,56 | 12,21 |
| Venezuela | — | — | 27,31 | — | 25,00 | — | 20,16 |
| Argentina | 11,11 | 14,15 | 19,73 | 12,84 | 9,49 | 10,24 | 14,43 |
| Chile | | 15,68 | 16,87 | | 11,15 | 9,19 | 13,43 |
| Colômbia | — | — | — | — | — | 22,48 | 22,72 |
| Peru | — | — | — | 40,34 | — | 40,15 | 25,89 |

Quadro 1: Painel de evolução dos empreendedores iniciais entre 2001 e 2007 por grupo de países.
Fonte: GEM(2007)

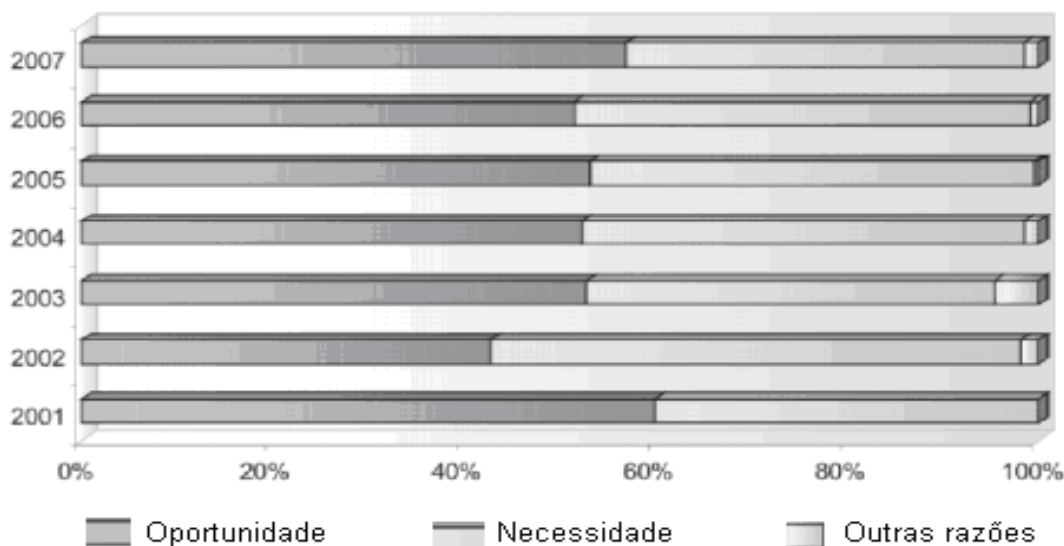
A realidade empreendedora no Brasil pode ser melhor visualizada ao compreender-se dois fatores que motivam a ação empreendedora, a oportunidade e a necessidade. Enquanto esta remete à desigualdade social brasileira, aquela reflete o ambiente econômico, se está favorável ou não às atividades (GEM, 2007).

Segundo o relatório do GEM 2007, pós o choque de 2001 na economia, houve um crescimento considerável na atividade empreendedora por necessidade, pessoas

que se viram coagidas a agir, seja pela crise na economia e seus impactos, seja por terem sido demitidas de seus empregos, aposentadas, ou outras forças negativas que potencializam a vontade de agir de uma pessoa. A partir do momento que o indivíduo percebe que é possível iniciar uma nova atividade ou sua própria empresa, a necessidade figura como sua motivação inicial (HISRICH e PETERS, 2004).

O empreendedorismo por oportunidade, ao contrário do caráter coercitivo da necessidade, abrange contextos mais amplos quanto à percepção da possibilidade de agir. Embora exista a tendência em iniciar negócios em ramos já conhecidos pelo indivíduo, Hisrich e Peters (2004), destacam as áreas de Pesquisa e Desenvolvimento e Marketing como promissoras no mercado. Desenvolver produtos ou serviços cuja necessidade é latente, ou mesmo inovar os já existentes, em um ambiente econômico favorável constituem a motivação por oportunidade da atividade empreendedora.

Em 2003, começou a notar-se o crescimento do empreendedorismo por oportunidade, chegando em 2007 a 59%, valor consideravelmente superior à média próxima aos 40% no ano de 2002, após o choque de 2001, conforme gráfico abaixo. No ano de 2007, a proporção entre as duas motivações para empreender indica maior tendência à oportunidade, sendo, no Brasil, predominante.



Quadro 2: Evolução das proporções de empreendedores por motivação – Brasil, 2001 a 2007.
Fonte: GEM (2007).

Segundo Dolabela (1999, p. 46-47), dentre as atividades do empreendedorismo, além da criação de empresas, estão a “disseminação da cultura empreendedora e o apoio à ação empreendedora entre grupos sociais, tais como desempregados, minorias, alijados do processo econômico”, como é o caso do Centro de Empreendedorismo Comunitário José Ramos-Horta, no Rio de Janeiro que desde junho de 2008 promove ações de capacitação para comerciantes e formação de redes solidárias nas comunidades carentes do município.

Outras atividades são o intra-empreendedorismo, análise da importância do empreendedorismo dentro das empresas, “geração do auto-emprego, concepção e adoção de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo práticas econômicas, legais, tributárias e de financiamento” (DOLABELA, 1999, p. 46-47).

E, ainda, o empreendedorismo comunitário, em que sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a adversidade, como é o caso da Biblioteca montada por Karina, de 12 anos, em 2005, em um bairro pobre de Jundiaí, SP, a partir de doações de vizinhos, amigos e anônimos, que, no primeiro ano somava 200 livros e, em 2007, mais de oito mil, engrandecendo o projeto e transformando a garagem onde os guardava na biblioteca da comunidade.

3.3 Empreendedorismo Social

Somada à imagem de inovação, determinação, empenho e disciplina que envolve o empreendedorismo, a paixão por uma missão social transforma e engrandece o trabalho, emergindo mais que um resultado pessoal ou econômico, mas também um bem social, um benefício.

Ao se falar em empreendedorismo social busca-se um novo padrão, pois o objetivo não é atuar em um eixo empresarial, focando o negócio, mas trata de um negócio social, com seu foco na sociedade, envolvendo em uma parceria o primeiro e segundo setores e as comunidades.

Segundo o PMBOK *Guide* (2008, p.5), “projetos são esforços temporários direcionados a criação de um produto, serviço ou resultado único”, e, quando realizados no intuito de atingir um objetivo social, em razão da identificação de uma

necessidade ou uma oportunidade, assumem uma conotação diferenciada, assumindo o caráter social do foco de suas ações.

Nos projetos de empreendedorismo social, a abrangência do escopo de atuação com ações das mais diversas naturezas como culturais, ambientais e sociais e a dinâmica de suas ações direcionadas ao próprio empreendedorismo diferenciam este dos demais tipos de projetos (MELO NETO e FROES, 2002)

A idéia central que habita nestes projetos é, em geral, desenvolver a própria comunidade e dar a ela os instrumentos necessários para que possam agir em caráter contínuo e coletivo, conquistando vitórias e construindo melhores condições e oportunidades de vida.

Contraopondo-se aos projetos sociais, que têm sua dinâmica em torno de ações que satisfaçam demandas insatisfeitas na comunidade, como serviços sociais básicos, o objetivo dos projetos de empreendedorismo social é gerar capacidades e competências dentro da sociedade ou comunidade considerada, qualificando-a como agente capaz de gerir seus próprios projetos e beneficiária de seus resultados, trabalhando aspectos como integração, sustentabilidade, cooperação e demais demandas percebidas (DE ROURE;PÁDUA apud MELO NETO e FROES, 2002, p.129).

Para Oliveira (2004), o empreendedorismo social é, antes de tudo, a elaboração de alternativas e ações inovadoras para enfrentar uma situação problema observada. Surgindo de uma idéia, esta deve apresentar algumas características importantes como a inovação, a capacidade de realização concreta, a auto-sustentabilidade, um dos pilares do empreendedorismo social, deve envolver o máximo de pessoas possível e provocar impacto social para que seja possível a visualização concreta dos resultados.

O quadro a seguir ilustra as diferenças básicas entre os projetos sociais e os projetos de empreendedorismo social, no tocante a objetivo, foco de atuação, beneficiários, dinâmica de funcionamento e escopo de atuação.

| ELEMENTOS | PROJETOS SOCIAIS | PROJETOS DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL |
|------------------------------|--|---|
| 1. OBJETIVO | solucionar problemas sociais | “empoderar” a comunidade |
| 2. FOCO | problemas sociais | demandas e potenciais (individuais e coletivos) |
| 3. BENEFICIÁRIOS | agrupamentos sociais e segmentos populacionais em situação de risco social | comunidades locais e regionais (atores sociais) |
| 4. DINÂMICA DE FUNCIONAMENTO | ações que geram produtos para satisfazer demandas insatisfeitas | ações de fomento ao empreendedorismo comunitário |
| 5. ESCOPO DE ATUAÇÃO | ações de implementação e gestão | ações diversas, no entanto voltadas para objetivos de desenvolvimento possível e necessário |

Tabela – Diferenças entre projetos sociais e de empreendedorismo social
 Fonte: MELO NETO e FROES, 2002 (p. 131).

Conforme Melo Neto e Froes (2002), o propósito central de um projeto de empreendedorismo social é de dar aos indivíduos de uma comunidade o poder de se mobilizar, para que juntos tenham a força necessária para a busca de soluções capazes de sanarem problemas sociais latentes dentro da própria comunidade, com ações das mais variadas atuações.

Assim sendo, o empreendedorismo social pode ser considerado, segundo Oliveira (2004), como uma nova forma de se interpretar a relação e integração dos atores sociais, um processo de gestão social, pois as ações que são realizadas derivam se uma série de planejamentos, é um mix de arte e ciência, pois dá ao agente a oportunidade de mostrar suas habilidades e talentos em conjunto com meios técnicos e científicos, capazes de gerar resultados na realidade humana.

3.4 Empreendedor

Se a atividade de empreender se relaciona à idéia de fazer alguma coisa a partir de uma visão inovadora, é necessário que haja um agente que defina o que será feito e em que contexto irá conduzir sua ação. Dá-se a este o nome Empreendedor.

Segundo Fortin (1992, apud DOLABELA, 1999), o empreendedor é “uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócios em uma empresa viável”. É o ser que se dedica com intensidade, energia ao trabalho, pois é o defensor de sua própria idéia, e direciona seus esforços para a obtenção do sucesso.

O empreendedor é, segundo Dornelas (2007), o indivíduo com a iniciativa de criação, motivado pela paixão pelo que realiza, que utiliza seus recursos financeiros, humanos, materiais, tempo e outros da forma mais criativa e inovadora, assumindo os riscos e a responsabilidade por suas ações, transformando o ambiente tanto social quanto econômico no qual vive.

É então, empreendedor, “aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (DOLABELA 2005 apud DORNELAS, 2007, p.8).

Para ser empreendedor, não basta ter idéias, fazer por fazer, sem foco, da primeira maneira que vem na mente e desistindo ou desanimando na primeira dificuldade ou derrota. Ter boas idéias não é o difícil, mas, transformá-las em realidade, em ação é que faz a diferença, assim como o modo de fazer, com paixão e entusiasmo, foco e dedicação, conhecimento contínuo e crescente, persistência autoconfiança, coragem, criatividade e otimismo.

Peter Drucker (apud HISRICH e PETERS, 2004), o “pai da administração”, vê a situação dos empreendedores de maneira mais visionária, mais como exploradores de oportunidades, identificadores de momentos de ação do que meros causadores de mudanças. Para ele, aquele que empreende enxerga com os sentidos, sente a oportunidade, tem a mente programada para perceber além dos problemas, mas as chances a partir das mudanças.

Os exemplos de pessoas empreendedoras vão além do âmbito empresarial, no qual se insere Marco Aurélio Raimundo, um médico que construiu a marca de roupas para surf e acessórios mais poderosa no Brasil, a Mormaii, a partir de uma necessidade particular, o frio que sentia ao surfar em Santa Catarina. Trinta e cinco anos depois de lançar a marca, a Mormaii conta com mais de três mil pontos de venda no mundo, e Marco Aurélio continua à frente de sua empresa a seu jeito, surfando e administrando.

Na música Beethoven não apenas empreendeu como marcou a história, fez e faz a diferença. Inovou com seus arranjos ousados e suas sinfonias desafiadoras até para os mais experientes maestros e músicos. Fez seu talento brilhar apesar de sua deficiência auditiva, de suas dificuldades, e empenhou muito esforço e dedicação no que gostava de fazer.

Picasso e sua instabilidade artística, seus quadros e esculturas desafiadoras à ordem e aos padrões, fundador do Cubismo, movimento artístico em 1907 que modificou a forma de se ver a natureza e influenciou até os dias atuais a história da arte. São muitos os exemplos na história e na sociedade de empreendedores nos mais diferentes sentidos, mas, cada um a seu modo, inovando, correndo riscos, explorando seu talento e crescendo cada vez mais.

São vários os conceitos de empreendedor. Schumpeter (1947, apud CHIAVENATO 2008, p.8), define empreendedor como um “destruidor da ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos ou serviços, criação de novas formas de gestão, exploração de recursos, materiais e tecnologias”, ou seja, Schumpeter considera o empreendedor a razão da inovação no mundo, alguém que torna ultrapassadas as maneiras de agir, os produtos e serviços existentes no mercado.

Existem vários conjuntos de características que formam o perfil de um empreendedor de sucesso, como mostra a tabela abaixo, utilizada pelo SEBRAE:

| Habilidades Técnicas | Habilidades Administrativas | Habilidades empreendedoras pessoais |
|---------------------------------------|---|--|
| Monitoramento do ambiente | Capacidade e tomar decisões | Controle interno e de disciplina |
| Capacidade de ouvir | Lançamento de empreendimento | Capacidade de correr riscos |
| Redação | Relações Humanas | Inovação |
| Capacidade de organizar | Administração do crescimento | Orientação para mudanças |
| Tecnologia | Finanças | Persistência |
| Interpessoal | Marketing | Liderança visionária |
| Capacidade de trabalho em equipe | Planejamento e estabelecimento de metas Negociação | Habilidades para administrar mudanças |
| Expressão Oral | Controle | |
| Treinamento | Administração | |
| Estilo administrativo | | |
| Construção de rede de relacionamentos | | |

Tabela: Tipos de Habilidades necessárias em empreendedorismo
 Fonte: Hisrich (1992, p.29 apud Hisrich e Peters, 2004, p.39).

Pessoa diferenciada, com uma motivação especial, de fazer por paixão, por prazer, por querer ser e ter o algo a mais de que se sente falta, quer deixar como herança o exemplo, a admiração, a referencia, este é o empreendedor. Ele cria equilíbrio entre o problema e as soluções, lançando uma nova forma de ação, tem a confiança de que pode mudar algo no mundo e trabalha para isso, utilizando sua intuição, trabalho e comprometimento (DORNELAS, 2001).

3.5 Empreendedor Social

Realizadores e agentes ativos deste tipo de empreendedorismo, os empreendedores sociais, são definidos pela Diretora de Operações Internacionais da ASHOKA Empreendedores Sociais, Mônica de Roure (apud MELO NETO e FROES, 2002, p. 32), como "um tipo especial de líderes, cujo pensamento prático e estratégico está dedicado a buscar alternativas concretas para superar desigualdades sociais e transformar a realidade social de maneira paradigmática".

São, portanto, empreendedores sociais, aqueles que trabalham em prol de um desenvolvimento social, à procura de soluções para problemas sociais com estratégias, ações e projetos inovadores, dentro de um contexto no qual se inserem valores de cidadania e sustentabilidade.

Melo Neto e Froes (2002), defendem a ideia de que é necessário pensar o social para ser um empreendedor social, deve-se priorizar o humano ao econômico, pôr à frente do individual o coletivo, deve-se ter como sonho, característica primeira do empreendedor, transformar a realidade com suas ações.

Com o desejo maior de ajudar as pessoas, o desenvolvimento da sociedade se torna um resultado, ganham força. Para Melo Neto e Froes (2002, p.34), o empreendedor social age em um contexto "misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade".

Os empreendedores estão constantemente ligados a processos de aprendizado contínuo, pois reconhecem o conhecimento como fator primordial para o desenvolvimento, base para a inovação, superação e melhoria. Dominam o ramo de atuação, o que os possibilita identificar as oportunidades como ninguém, avaliando os riscos de maneira calculada, escolhendo os melhores caminhos, enfrentando-os e administrando-os. (MELO NETO e FROES, 2002).

Um ponto de grande importância e determinante para o sucesso de um empreendedor social é a preocupação com o todo envolvido no trabalho realizado, considerando as expectativas de quem participa, os investimentos sejam eles de

caráter econômico ou de tempo, conhecimento e o retorno para aqueles que acreditam em seu ideal.

Esta definição ainda não é concreta, é considerada ainda idealizada, com atributos que são identificados em pessoas com o perfil empreendedor, e, quanto mais a pessoa satisfaz as condições conceituadas para um empreendedor social, mais ela se encaixa neste modelo, estando então aberto a novas características e atributos.

Nota-se, após exposições acima feitas, o caráter inovador nos mais diversos aspectos do empreendedorismo. Se a inovação é, segundo Drucker (2004, apud CHIAVENATO, 2008), uma nova forma de se criar recursos produtores de riqueza, então os limites de alcance do empreendedorismo ainda não foram traçados, entanto, longe de serem determinados.

Não se trata apenas de empresas e negócios que têm, de fato, um papel importante no empreendedorismo, mas, ao assumir um caráter social, ultrapassar as fronteiras corporativas, a sociedade ganha além de resultados positivos econômicos; ganha, também, a melhoria no ambiente comum, de forma mais igual, no qual as oportunidades alcançam a todos, e a sociedade evolui a partir disso.

4 ESTUDO DE CASO

Este estudo de caso tem como objetivo apresentar o projeto Picasso Não Pichava, PNP, à luz dos aspectos relacionados ao foco deste trabalho.

4.1 Histórico

Segundo a SSP (2009), preocupados com o crescente índice de violência envolvendo jovens e adolescentes do DF, considerando as circunstâncias de vida desses jovens e as conseqüências da adesão deles a gangues, a Secretaria de Estado de Segurança Pública e Defesa Social, em parceria com BRB, fundou, em 1999, o projeto Picasso Não Pichava.

Revolucionando o mundo das artes, provocando mudanças em valores e padrões estabelecidos pela sociedade por meio de sua obra, lançando seu olhar no que era marginalizado pelo homem e externando sua genialidade com os pinceis, Picasso uniu em um só tempo estes fatores, e isto lhe rendeu fama e foi usada como forte arma para estabelecer mudanças sócias, mas , sem estabelecer o caos. O exemplo de Picasso serviu de inspiração para um programa educativo e de prevenção à violência juvenil, o PNP.

O projeto foi lançado no dia 13 de junho de 1999, no estacionamento do Parque Ana Lúcia, no Parque da Cidade. O evento contou com exposição de fotos de logradouros e monumentos pichados, bem como de orelhões, placas de trânsito, ônibus, dentre outros.

Os contornos legais do projeto foram dados pelo Dec. 21.782 de 05 de dezembro de 2000 com uma longa trajetória de ações desenvolvidas com a juventude do DF .

Em 2007 a pintura do Parque da Cidade Brasília foi revitalizada contando com os grafites dos participantes do Programa PNP. E, até dezembro de 2008, o PNP já atendeu a mais de 20 mil jovens.

Segundo a SSP (2009), o programa educativo/ preventivo consiste em oferecer aos jovens cursos que proporcionem o desenvolvimento de habilidades artísticas, bem como o estabelecimento de novos padrões de sociabilidade, realização e valorização

pessoal. Os cursos vão desde artes , até informática e serigrafia, com orientação para cidadania e acompanhamento psicológico, para que possam resgatar e redirecionar seu potencial e seu dinamismo para valores humanísticos e éticos, gerando oportunidades de inclusão e desenvolvimento pessoal, nos núcleos de ação em que são realizados pelo Distrito Federal.

Para autenticar o seu pioneirismo, o Programa recebeu o prêmio “Diploma Mérito pela valorização da vida”, instituído pela Secretaria Nacional Antidrogas da Presidência da República, “pelos relevantes serviços prestados ao combate ao tráfico de entorpecentes no país”, além do reconhecimento pela Secretaria Nacional de Segurança Pública como modelo a ser seguido na implantação de ações de Polícia Comunitária.

4.2 Estrutura Organizacional

O Programa PNP é regido pela Diretoria de Programas Especiais da Secretaria de Segurança Pública, cujo Diretor é Kleber Raniere Felipe, sob o olhar do Gerente do programa PNP Gláucio Rodrigues, o responsável pelas atividades do programa.

Para compor o quadro de funcionários do PNP, o programa conta com uma equipe de aproximadamente cento e cinquenta pessoas, compostas de psicólogos, pedagogos, assistentes sociais, artistas, policiais, professores e coordenadores pedagógicos que se dividem entre os núcleos de atendimento nas comunidades atendidas pelo PNP.

Ligados à parte operacional do programa, responsáveis pelas palestras, oficinas, aulas e acompanhamento, cada núcleo tem um representante perante a gerencia do programa, que realiza a função administrativa, no tocante à coordenação dos projetos, setor de pagamentos, administrativo financeiro entre outros.

O programa PNP conta com o apoio de parceiros como o BRB e a ONG 100% Cidadania, e já teve também com a Caesb e empresas privadas, um apoio decisivo que mostra aos jovens que o respeito da sociedade não se conquista com pichações, mas, com exemplos e ações de cidadania.

4.3 Orientação Estratégica

O projeto tem como objetivo geral “diminuir a criminalidade entre jovens envolvidos com gangues e delinquência juvenil no Distrito Federal ou em situação de risco social de tornarem-se criminosos, a partir da releitura artística de seu potencial a fim de resgatar, recuperar e redirecionar positivamente esses jovens na sociedade por meio da inserção ocupacional”.

Entre seus objetivos específicos estão:

- Revelar talentos entre os jovens envolvidos com grupos de pichação e outros tipos de crimes;
- Fortalecer a auto-estima e o respeito pelo outro;
- Promover valores humanísticos e éticos entre adolescentes e jovens envolvidos com pichações e outros delitos;
- Desenvolver e fortalecer o processo de construção da cidadania individual e coletiva;
- Evitar a estigmatização dos adolescentes e jovens envolvidos com pichação e outros tipos de crimes por meio de uma oportunidade de superação dessa realidade;
- Habilitar adolescentes e jovens para inserção no mercado de trabalho e geração de renda;
- Capacitar monitores e professores especialmente para o trabalho com a clientela do Programa;
- Promover o intercâmbio cultural entre os participantes do Programa e instituições afins.

4.4 Projetos e Unidades Organizacionais

Além da sede localizada na EQS 216/416 , Área especial, a qual administra e coordena os núcleos de atendimento, estes também atuam nas cidades do entorno do DF, estabelecidos nas cidades do Paranoá, Itapoá, Sobradinho, Brazlândia, Ceilândia e Varjão, funcionando de 08h às 18h, de segunda à sexta feira.

Para atrair a atenção dos jovens, o programa oferece, nos centros de juventude, as mais diversas atividades de caráter cultural e profissionalizante durante

três meses, cursos de arte, serigrafia, aerografia, pintura, música, desenho, dj, rap, confecção de instrumentos musicais, danças , oficina de grafite e letreiros, break, teatro e percussão. Em cada oficina há as cores e a dinamicidade, cenário diferente da dura realidade pintada em preto e branco e vivida pela maioria dos jovens assistidos pelo programa.

Alem das oficinas, os pichadores trabalham também a auto estima, noções de cidadania, participam de palestras e dinâmicas de grupo sobre sexo, gravidez não planejada e drogas, e aprendem a importância de preservar o patrimônio público e histórico da cidade.

4.5 Entrevista

Foi realizada entrevista com o Gerente do programa PNP, no dia 20 de maio, para conhecer melhor o programa e ter conhecimento aprofundado dos processos e atividades do PNP.

De acordo com o roteiro de entrevista em apêndice, o Gerente do Programa trouxe informações sobre o PNP que possibilitaram maior proximidade com a realidade da atuação.

Ao ser questionado sobre o que é o programa e o público alvo, o gerente informou que não apenas os jovens e adolescentes em estado de risco e vulnerabilidade social são o foco, mas os participantes são também os demais moradores das comunidades atendidas, estudantes das escolas públicas e outros jovens que desejam desenvolver suas habilidades artísticas enquanto estabelecem novos padrões de sociabilidade, realização e valorização social.

O objetivo central do PNP, após dez anos de atuação nos núcleos divididos pelo entorno do DF, que é redirecionar o potencial dos jovens e diminuir a criminalidade infanto-juvenil é atingido, e, a cada dia, são novos os exemplos de vitórias de jovens que passam pelo programa.

Com exposições, palestras, atendimentos nos próprios núcleos nas cidades do entorno do DF, nos quais são realizadas as oficinas de grafite, música, dança,

desenho, teatro entre outras, o público atendido cresce a cada ano, chegando a somar 83.902 atendimentos no ano de 2008, conforme quadro a seguir.

| ESPECIFICAÇÃO | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | TOTAL |
|------------------------------------|------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|------------------------------|
| EXPOSIÇÕES | 03 | 03 | 01 | 00 | 01 | 00 | 01 | 03 | 08 | 09 | 29 |
| PALESTRAS | 03 | 11 | 18 | 34 | 33 | 14 | 29 | 30 | 18 | 21 | 211 |
| ATENDIMENTO NÚCLEO | 80 | 80 | 122 | 122 | 144 | 144 | 450 | 550 | 430 | 450 | 110.405 815 |
| PÚBLICO PALESTRAS | 713 | 2.090 | 3.850 | 6.470 | 6.970 | 2.695 | 6.600 | 5.472 | 6.142 | 4.315 | 44.917 |
| PÚBLICO EXPOSIÇÕES | 840 | 6.600 | 10.000 | 00 | 00 | 00 | 2.500 | 9.900 | 4.500 | 5.030 | 38.470 |
| TOTAL GERAL DE ATENDIMENTOS | | | | | | | 83.902 | | | | |

Quadro 5 – Relatório PNP período fev/dez – 2008
Fonte: Programa PNP (2009)

Muitos dos alunos se transformam em monitores, dando as aulas para quem inicia o projeto, e, ainda, participam de eventos fora da comunidade como exposições, eventos e trabalhos como a homenagem ao Parque da Cidade, em 2007, realizada pelos alunos do programa.

Em virtude dos seis núcleos de atendimento, estabelecem-se parcerias com a Administração local a fim de obter um espaço para a realização das atividades, e o programa entra com os demais recursos, humanos, financeiros e trabalho. Além desta parceria, do BRB e da ONG 100% Cidadania, os próprios moradores se mobilizam e ajudam nas atividades, certas vezes com doações de empresários locais, escolas, faculdades, como é o caso do UniCEUB, que apóia o projeto e participa com o programa no núcleo do Varjão.

Os alunos do programa se inscrevem nas oficinas e palestras, após convite feito em palestras e ações de divulgação do projeto, momento em que são entregues cartilhas e panfletos (anexos) falando do programa bem como os convidando a se juntarem às atividades. O acompanhamento é feito pela equipe do núcleo, que dá atenção aos alunos e estimula a participação no maior número possível de atividades,

aumentando a assiduidade dos jovens no PNP e garantindo maior regularidade na frequência.

Ao comparar o trabalho realizado no início do programa, há dez anos atrás com o executado em 2009, o Gerente do PNP informou que atualmente as atividades têm maior dinamicidade e variedade, ao passo que o programa cresceu, bem como os alunos e mesmo os colaboradores, que tem sempre idéias novas e querem trabalhar, como é o caso da idéia de iniciar uma biblioteca nos núcleos, agregando mais uma atividade às já estabelecidas pelo programa, sempre aberto a sugestões.

Os resultados obtidos com o programa superaram as expectativas, pois são muitos os exemplos de jovens que mesmo durante as palestras já procuraram imediatamente o programa e iniciaram a mudança no comportamento, entregando aos núcleos latas de *spray* e iniciando as atividades do PNP. Há também diversos casos de crescimento profissional dentro do projeto, alunos que viram instrutores, como é o caso de Walter Alcântara, que aos treze anos já pichava os muros de Ceilândia, em busca de aventura e poder, o que acabou lhe rendendo uma passagem pela polícia. Atualmente, ele ensina outros jovens a transformarem um instrumento de processo em arte, e se mostra grato por trabalhar no projeto pela oportunidade que lhe trouxe.

Graças ao programa, o jovem Helio Castro, ex-pichador, não escala mais paredes de prédios e monumentos para pichar, aprendeu que o *spray*, que antes destruía, podia desenhar outra história de vida. Após passar pelo programa, ele se tornou grafiteiro e trabalha seu dom na arte fazendo trabalhos para amigos, empresas e painéis para a cidade.

Para a sociedade em geral, o Gerente do programa destacou a redução nos índices de violência e criminalidade durante a atuação do PNP, principalmente no período letivo, momento em que a frequência aos núcleos é maior e a participação nas atividades mais intensa. Modificando os componentes da sociedade, ela, como um todo acaba se beneficiando, pois a realização pessoal dos jovens reflete na instauração de novos valores éticos e de cidadania, conservação do patrimônio público, e da consciência coletiva.

4.6 Análise crítica

Dornelas (2001) define o empreendedorismo como uma atividade de geração de valor, de transformação do conhecimento tido como um bem individual em um produto ou serviço de alcance público. No programa Picasso não Pichava, o caráter transformador é identificado pelo objetivo do programa, que é redirecionar potencial dos jovens em situação de risco para um conhecimento desenvolvido, trabalhado para agregar valor e utilizá-lo para fins benéficos.

A inovação, criatividade trabalhada, aplicada, é entendida por Chiavenato (2008), como a criação de algo novo por meio de algo único, ou mesmo de uma nova maneira de ver ou realizar alguma coisa. No programa analisado, a nova maneira de viver dos jovens e a arte e o trabalho, a forma de agir e pensar são as inovações realizadas e conquistadas com o trabalho, empenho, dedicação e otimismo dos colaboradores do PNP.

Os empreendedores são identificados pelas características ditas anteriormente, somadas à disposição para assumir riscos, autoconfiança e necessidade de realização e, quando a realização tem ligação com uma missão social, como é o caso dos funcionários e colaboradores do PNP, que acreditam na importância da melhora de vida dos alunos do programa e da consciência cidadã que devem ter, vê-se neles o espírito de empreendedores sociais (CHIAVENATO, 2008).

Conforme conceitos expressos anteriormente, o empreendedorismo surge de uma necessidade ou uma oportunidade identificada em um contexto que permite ações inovadoras e geradoras de mudanças.

Se as motivações para empreender são, segundo o GEM (2007), a necessidade e a oportunidade, no Programa Picasso não Pichava a desigualdade social que gerou o contexto de violência e criminalidade, em conjunto com a falta de alguma atividade capaz de distrair a atenção dos marginais, a necessidade se mostrou latente, motivando, por um lado, a implementação do programa nas localidades existentes.

Por outro lado, a percepção do potencial dos jovens relacionados às atividades as quais se desejava combater, na perspectiva de redirecionar o talento para pichação para a arte, motivou por oportunidade o programa. Considerando os riscos e o

retorno, este superou aquele ao passo que no PNP os frutos só poderiam ser bons, pois, de forma ou outra, o desenvolvimento do potencial individual dos alunos seria alcançado, resultando como consequência o afastamento das ruas, das gangues e da marginalização.

Para Hisrich e Peters (2004), a oportunidade abrange contextos mais amplos quando se fala em possibilidade de atuação. As ações do programa PNP não se restringiram a ocupar o tempo provisoriamente, mas aproveitaram para instruir os jovens nos mais diversos aspectos, capacitando profissionalmente, dando oportunidades para o crescimento pessoal individual, inserindo o jovem na comunidade com um papel participativo e consciente.

Dada ao empreendedorismo social, preocupado com a integração da sociedade para seu desenvolvimento, a importância devida e reconhecidos seus benefícios, as ações que contemplam as características de participação, integração, cooperação e sustentabilidade devem ser valorizadas.

Conforme Melo Neto e Froes (2002), se o objetivo de um projeto de empreendedorismo social é colocar o poder de mobilização à disposição da comunidade, no programa PNP os funcionários e colaboradores, em união com os alunos e com a comunidade, aprenderam a juntar as forças para enfrentarem e superar os problemas da comunidade.

Assim sendo, o empreendedorismo social pode ser entendido, segundo Oliveira (2004), como uma nova maneira de se ver a relação e a integração dos indivíduos na sociedade e com ela, necessitando a compreensão do evento como uma mistura de arte e ciência, pois enquanto os jovens trabalham seus talentos, suas potencialidades e externam seu conhecimento de maneira benéfica para todos, os que proporcionam a eles tal oportunidade se apegam ao conhecimento e ao estudo, a pesquisas e a novas formas de interagir para gerar tais resultados.

O programa PNP, ao fixar-se em comunidades do DF cuja necessidade de mudança era latente, desenvolveu um trabalho centrado nos ideais do empreendedorismo. A inovação, com uma maneira de redirecionar o potencial artístico dos jovens pichadores para ações construtivas, a busca pelo conhecimento, com o incentivo ao aprendizado de novas artes, esportes, atividades, explorando as

oportunidades de causar mudanças, no caso, no âmbito social, direcionando o olhar do jovem para seu potencial como profissional, gerando valor, pois faz emergir uma força que, canalizada, motiva o indivíduo a reconhecer seu valor e sua capacidade de realizar feitos.

Se empreendedores são pessoas que inovam para extrair os melhores benefícios, que tem energia para realizar e habilidade de equilibrar o sonho com a realização (BERNARDI, 2003), os empreendedores sociais direcionam as ações para o social, como é o caso daqueles que se envolveram no programa PNP, como os funcionários e colaboradores que acreditaram no programa e, sobretudo, os idealizadores do PNP.

Os funcionários e colaboradores do programa apresentam as características de empreendedores sociais, protagonizam importantes papéis na sociedade, buscando mudanças, provocando-as, agindo e assim, estimulando os próprios jovens a se tornarem, também, empreendedores, buscarem um sonho e realizá-lo.

Aquele que direciona seus esforços de disciplina, inovação e determinação ao encontro de paixão por uma missão social, combina os elementos essenciais do empreendedorismo social e é capaz de gerar grandes mudanças com resultados concretos refletidos no foco de ação, uma comunidade, por exemplo, e no todo, como no país que acredita e incentiva tais ações (OLIVEIRA, 2004).

Verificando a compatibilidade do programa PNP e suas características com aquelas encontradas nos projetos de empreendedorismo social, temos que quanto ao objetivo, foco, beneficiários, dinâmica de funcionamento e escopo de atuação, todos os pontos se identificam.

O objetivo de dar poder à comunidade para que ela possa agir por suas próprias iniciativas, cientes de suas capacidades e de seu envolvimento ativo no desenvolvimento global é atingido, pois os jovens são então motivados a lutar e estabelecer um novo padrão de sociabilidade, se sentindo valorizados e capazes de realizar grandes feitos.

Com foco no desenvolvimento comunitário, ideal de uma ação de empreendedorismo social, o PNP, a partir da demanda de soluções para a

criminalidade e falta de sentimento de possibilidade de melhoria de vida nas comunidades, criou processos de participação ativa dos jovens na comunidade, não só saindo das ruas e da criminalidade, mas desenvolvendo potencial positivo, artístico, profissional, realizando trabalhos a partir do que aprenderam no programa, exposições e outras atividades.

Quanto aos beneficiários e dinâmica de funcionamento, o programa PNP também gerou a integração dos jovens com a comunidade e reconfigurou esta relação, atribuindo um caráter mais consciente de cidadania, respeito com o próximo e com o coletivo, inserido de forma positiva no mercado de trabalho, valorizado e ciente de suas oportunidades.

A cooperação e as parcerias estabelecidas com empresas e com a própria comunidade reforçaram a potencialidade de efeitos positivos que surgem de relações solidárias e fortificadas, capazes de transformar uma comunidade em um ambiente com melhores condições de vida e pessoas com valores positivos.

Por meio de seu escopo de atuação e com base na credibilidade conquistada ao longo dos anos, o programa PNP cresceu e teve a oportunidade de se estender quantitativa e qualitativamente, empreendendo novos núcleos, ampliando as modalidades artísticas e esportivas, gerando mais trabalhos e renda para a comunidade, e integrando cada vez os jovens em um contexto social que respeita e valoriza a cultura, o conhecimento e a canalização do potencial de ação individual.

Mais do que um programa empreendedor, o Picasso Não Pichava é um ponto de início para muitos jovens e marco para diversas comunidades. A valorização de um bem ou serviço é meta de qualquer ação empreendedora principalmente em um mundo tão competitivo e dinâmico como o do século XXI, e como tal, o PNP também atribui valor aos participantes, bem como gera outros impactos.

No ponto de vista pessoal, os jovens que participam do projeto tiveram e tem resgatados o potencial e os valores humanísticos e éticos, suas habilidades desenvolvidas, têm a oportunidade de se expressar e serem reconhecidos, participando e sendo agentes de mudança, inclusão social e desenvolvimento social.

Tem os jovens, com a participação no programa PNP, aumento de sua auto estima, melhora na sua capacidade de expressão, menor vulnerabilidade aos caminhos da criminalidade e violência, e maior propensão ao estudo e busca pelo crescimento pessoal.

Sensibilizados quanto à importância de responsabilidade com o social, respeito ao meio ambiente e, principalmente, do poder da juventude, os jovens do programa transformam sua realidade, agarrando oportunidades de trabalho, de aperfeiçoamento, desenvolvendo suas habilidades para o para o mercado, resultado em participação social e geração de renda.

Analisando os impactos nas comunidades nas quais o programa PNP é realizado, uma série de pontos positivos são observados, tanto no sentindo imediato quanto mediato.

O primeiro impacto, imediato, é a redução dos índices de violência e criminalidade, com o redirecionamento dos agentes para ações de caráter construtivo, saindo do da marginalização e gerando maior segurança para a comunidade.

A partir de uma comunidade mais segura, jovens cientes de seu potencial, voltados para os estudos e para o trabalho digno, a qualidade de vida da comunidade aumenta, levando em consideração fatores como a perspectiva de vida gerada pela educação, o bem estar tanto físico quanto emocional e psicológico dos moradores, os relacionamentos que se desenvolvem a partir de uma comunidade mais tranqüila e solidária, e até mesmo a prosperidade financeira.

O desenvolvimento das comunidades, então, é o resultado mediato e indireto das ações do programa PNP, da SSP DF. O papel desempenhado pelos agentes sociais, agora cientes de suas potencialidades e obrigações com uma rede solidária, em interação com o estado, gera uma renovação no exercício da cidadania, trazendo benefícios para os dois lados da relação.

A partir disso, é possível perceber a importância do apoio a ações que objetivam mediata ou imediatamente, desenvolver pessoas em seus atributos pessoais, profissionais e sociais, comunidades e sociedades inteiras, a partir de

iniciativas disseminadoras de ideais de cidadania, respeito, oportunidade e atitudes empreendedoras.

Sem o apoio de empresas como o BRB, um programa como o PNP não se desenvolveria com a efetividade que de fato teve, podendo, inclusive, ter sido bem maior se outras parcerias fossem feitas, sendo possível imaginar de imediato o tamanho dos benefícios obtidos quando há a união de forças que acreditam em uma idéia, como mais centros de juventude, mais jovens assistidos pelo programa dentre outros.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A existência de atitudes empreendedoras é pressuposto cada vez mais relevante nas relações humanas. Os avanços econômicos, sociais e o progresso de um país dependem de um conjunto de fatores que desafiam a sociedade ao mesmo tempo em que são desafiados por ela.

A evolução do homem e a capacidade de criar soluções a novos caminhos construíram o ambiente coletivo regado pelo respeito à diversidade e preocupação com o futuro, tendo sempre a visão de que o desenvolvimento é e deve ser contínuo, atuando da forma mais ampla possível e coerente com a idéia de solidariedade.

Com o poder de agir em mãos, a sociedade pode optar por um caminho que objetiva o lucro pessoal, em uma ação de empreendedorismo corporativo, por exemplo, criando empresas capazes de transformarem mercados e a história, inovando em produtos, serviços, agregando valor. Mas, há uma outra forma de agir, que age em prol da cidadania, sustentabilidade, da sociedade agindo pelo social, é o empreendedorismo social (OLIVEIRA, 2004).

O crescimento do empreendedorismo social é uma nova força a ser administrada pelos agentes de transformações sociais e a ser copiada pelos que se sensibilizam concretamente com questões coletivas e sociais. A mídia traz, diariamente, exemplos de problemas sociais e a luta por recursos que se mostram escassos, a insatisfação das pessoas com a situação do país, dentre outras ocorrências de fatos passíveis de ações que objetivam a melhora efetiva e duradoura de questões sociais problemáticas.

Observou-se identidade entre os ideais do programa Picasso Não Pichava, da Secretaria de Segurança Pública do DF com aqueles defendidos por um projeto de empreendedorismo social, em seus cinco elementos: objetivos, foco, beneficiários, dinâmica de funcionamento e escopo de atuação. Seguindo um caminho por meio de atos e iniciativas que buscam diminuir o potencial negativo de jovens do entorno do DF, a fim de converter esta força em atitudes positivas, o PNP pode ser visto como um programa de práticas bem sucedidas advindas do empreendedorismo social.

Tais práticas que contam com oficinas de artes, música, grafite dentre outras, transformam o jovem e o estimulam a trabalhar seu potencial em prol de si mesmo e da própria comunidade, gerando impactos tais como maior auto estima, inserção social, perspectivas de vida melhores com empregos dignos e consciência da importância de interações positivas com a comunidade que prezam a solidariedade, o respeito e a cidadania.

Se, de um lado, o indivíduo cresce, como consequência o meio em que ele vive percebe isso e reage, com melhores condições para receber esta nova pessoa, em um ambiente mais harmônico, com menos violência, menos criminalidade, maior prosperidade e maior integração com seus membros.

Em resposta ao problema de pesquisa, esta monografia buscou analisar o programa Picasso não Pichava, da Secretaria de Segurança Pública do DF, em conjunto com estudos acerca da teoria existente sobre empreendedorismo, empreendedorismo social, empreendedor e empreendedor social, a fim de identificar os impactos que este tipo de iniciativa geram em uma sociedade, tanto para os indivíduos como para o ambiente comum.

A partir disso, os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois os resultados do programa e seus impactos nas comunidades em que foi realizado puderam ser identificados, como também restaram relacionados aos conceitos primordiais de empreendedorismo e empreendedorismo social, ressaltando a partir dessa identificação e análise a importância do apoio a projetos com os elementos constitutivos do tema desta monografia.

Dessa forma, pode concluir que o programa Picasso não pichava tem caráter de empreendedorismo social, por possuir ações que, por meio de parcerias, trabalhos de cooperação, processos de integração, participação e solidariedade, visam implementar um modelo econômico auto sustentável, focando no jovem como agente realizador e receptor de mudanças, e na sociedade como beneficiária mediata de ações desta natureza.

Ao longo do trabalho foram encontradas limitações quanto à acessibilidade de informações do programa PNP na *internet*, fonte primeira de busca, por ter apenas duas páginas no *site* da SSP e endereços eletrônicos para contato inválidos.

Neste contexto, sugere-se para dar continuidade ao estudo, a avaliação de outros projetos ou programas de empreendedorismo social no DF ou mesmo no Brasil, tanto de origem pública ou privada, sendo proposta pesquisa de ações privadas, a fim de comparar os resultados e traçar diferenças importantes para quem deseja se aventurar pelo empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*/ Luiz Antonio Bernardi. São Paulo: Atlas, 2003.

BONAVIDES, Paulo. *Ciência Política*. 15 ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio*/ Idalberto Chiavenato.- 3.ed.- São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. *A vez do sonho: casos em forma de entrevista com empreendedores*. São Paulo: Cultura, 2000.

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

_____. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*/ José Carlos de Assis Dornelas. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR. *Relatório executivo*. Curitiba/2007.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar Projetos de Pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael p. *Empreendedorismo*. 5ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. *Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MORMAI. *Empresa*. Disponível em: <http://www.mormaii.com.br>. Acesso em: 24 maio 2009.

NASCIMENTO, Dinalva Melo. *Metodologia do Trabalho Científico: Teoria e prática*. 1.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

OLIVEIRA, Edson Marques de. Empreendedorismo Social no Brasil: *atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias*. *Revista FAE*, v.07, n.02, p.9-18. Curitiba: Julho a Dezembro, 2004.

PMBOK. *A guide to the project management body of knowledge*. Pennsylvania: 4. ed. Project Management Institute, 2008

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA. *Picasso não Pichava*. Disponível em: <http://www.ssp.df.gov.br/>. Acesso em 24 maio 2009.

SOARES, Magda Lucia A. *Bibliotecas virtuais*. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: http://listas.ibict.br/pipermail/bib_virtual/2006-March/002475.html. Acesso em: 24 maio 2009.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

O que é o Programa Picasso Não Pichava?

Qual é o público alvo do programa?

Quais são os objetivos centrais do PNP?

Há quanto tempo é realizado no Distrito Federal e em quais localidades?

Como funciona o Programa? Há parcerias com a comunidade?

Os alunos participam regularmente?

O trabalho realizado é o mesmo até hoje?

Como os alunos aplicam o que aprendem com o programa PNP?

Os resultados verificados condizem com os esperados pelo programa?

Como a vida dos inscritos no Programa mudou? Quais as conquistas obtidas?

Como a sociedade se beneficiou com o PNP?

ANEXOS