

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
GESTÃO EM NEGÓCIOS**

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: O CASO DO CURSO DE INGLÊS
INSTRUMENTAL PARA EVENTOS**

HENRIQUE FREIRE DE OLIVEIRA

**Orientador: Prof. Francisco Vidal
Barbosa**

**BELO HORIZONTE
2011**

HENRIQUE FREIRE DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: O CASO DO CURSO DE INGLÊS
INSTRUMENTAL PARA EVENTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à diretoria do curso de pós-graduação da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios, sob a orientação do Prof.º Francisco Vidal Barbosa

**BELO HORIZONTE
2011**



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Departamento de Ciências Administrativas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização e Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do(a) Senhor(a) **HENRIQUE FREIRE DE OLIVEIRA**, REGISTRO N° **2010701890**. No dia 21/03/2012, às 18:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização e Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: O CASO DO CURSO DE INGLÊS INSTRUMENTAL PARA EVENTOS**", requisito para a obtenção do **Título de Especialista**. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor(a) Francisco Vidal Barbosa, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno(a) para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do(a) aluno(a). Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do(a) aluno(a) e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

() APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (PRAZO MÁXIMO de 60 SESSENTA DIAS)

() NÃO APROVADO

O resultado final foi comunicado publicamente ao(a) aluno(a) pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 21/03/2012.

Prof. Francisco Vidal Barbosa
(Orientador)

Prof. Robert Aldo Iquiapaza Coaguila

Agradeço ao professor e orientador Francisco Vidal Barbosa, pelo apoio e encorajamento contínuos na pesquisa, aos demais Mestres da casa, pelos conhecimentos transmitidos, à Diretoria Do curso de pós-graduação em Gestão de Negócios da Universidade Federal de Minas Gerais pelo apoio institucional e pelas facilidades oferecidas e aos alunos do I curso de Inglês Instrumental para Eventos, sem os quais não seria possível o desenvolvimento desse trabalho.

“O que importa é alimentar gente, educar gente, empregar gente. História é gente. E descobrir e reinventar gente é a grande obra da cultura.”

Betinho

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1. Contextualização.....	10
1.2. Problematização	10
1.3. Objetivos	12
1.3.1. Objetivos Gerais	12
1.3.2. Objetivos Específicos	12
1.4. Relevância	13
1.5. Estrutura do Trabalho.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1. Empreendedorismo	15
2.2. Empreendedorismo Social	19
2.3. Inovação Social.....	23
2.4. Voluntariado	26
3. METODOLOGIA	30
3.1. Estudo de Caso.....	30
3.2. Análise de conteúdo.....	30
3.3. Desenvolvimento da metodologia	31
4. O SETOR.....	34
4.1.1. Cidade dos Meninos em Ribeirão das Neves – MG.....	35
5. ANÁLISE DOS DADOS	37
6. CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
APÊNDICE I: PESQUISA DE OPINIÃO	50

RESUMO

O presente trabalho propõe a criação de um modelo para o desenvolvimento de um empreendimento social na área da educação. A Copa do Mundo de 2014 a ser sediada no Brasil mostra duas facetas do país: se por um lado sustenta uma pujante economia movida a riquezas naturais, tecnologia de ponta em certos setores industriais e o enorme talento de sua população em vários aspectos; é atualmente um dos países mais assolados pela desigualdade social. Para se reverter esse quadro, tem-se no investimento na educação e capacitação da população uma importante etapa. Nesse contexto, surge o trabalho voluntário desempenhado por instituições do Terceiro Setor (ONGs e instituições filantrópicas) como um poderoso complemento aos esforços do Estado para se melhorar o quadro da educação brasileira.

Com o intuito de se nortear outras iniciativas voluntárias em prol da educação, foi criado um curso de Inglês Instrumental para Eventos, focado em situações de conversação que poderão ocorrer durante a Copa do Mundo. A escolha do inglês se deve pela importância do idioma no mercado de trabalho, e por estar em carência no ensino público brasileiro. A avaliação da efetividade do curso foi feita através de uma pesquisa de opinião com o público-alvo.

ABSTRACT

This work proposes the creation of a model for the development of an initiative within the field of social entrepreneurship in education. The 2014 World Cup to be held in Brazil puts in evidence two aspects of this country: if on one hand it boasts a thriving economy sustained by natural resources, advanced technology in certain industries and the enormous talent of its population in many aspects; on the other hand it is currently one of the countries with the most social inequality. To fix this scenario, investments in education are an important step. In this context, it is of great importance the voluntary work performed by Third Sector groups (NGOs and philanthropic institutions) as a complement to State efforts in order to improve education in Brazil.

With the purpose of guiding other voluntary initiatives for the education, it was created an English course for events, focused on conversational situations that may occur during the World Cup. The choice for English is due to the importance of this language in the Brazilian market, and because of the fact that public education lacks proper teaching of this subject. The evaluation of the course effectiveness was performed through an opinion research with the audience.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

A copa do mundo de futebol sediada no Brasil em 2014 é um evento que traz oportunidades para a população brasileira, uma vez que o país se vê na obrigação de investir em infraestrutura, saúde, saneamento básico, segurança, energia e telecomunicações (TERRA, 2009). No entanto, se por um lado o torneio representa um trunfo para micro e pequenos empresários brasileiros (GASPARIN, 2010), também evidencia um dos maiores obstáculos do país, não só no que se diz respeito à sua capacidade de sediar grandes eventos internacionais, como também quanto ao desenvolvimento sócio-econômico brasileiro: a desigualdade social.

1.2. Problematização

O alto índice de desigualdade social é um dos problemas mais evidentes no âmbito demográfico do Brasil e da América Latina (TONINI ET AL, 2002; KLIKSBURG, 2001). Um estudo do coeficiente de Gini do país revela que países mais economicamente desfavorecidos como Nigéria ou Bangladesh são menos desiguais socialmente que o Brasil (DAVIES ET AL, 2008). O coeficiente de desigualdade social Gini é uma escala que varia entre 0 e 1, sendo que se o coeficiente for igual a 1, 100% da renda do país está concentrada nas mãos de apenas uma pessoa. Embora não chegue nesse extremo, o Brasil é um dos países que se situam mais próximos dessa situação, com um Gini de 0,784; o que indica que boa parte da distribuição da renda brasileira está concentrada nas mãos de uma pequena parcela da população. A Tabela 1 mostra como o Brasil se situa em relação às maiores economias do mundo no quesito da desigualdade social calculada pelo coeficiente de Gini.

Para se reverter esse quadro, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) em 1999 já recomendava que os governos, empresas e ONGs deveriam se aliar para formar a capacidade humana através da educação, promovendo seu acesso pelas pessoas socialmente desfavorecidas. A disparidade de renda reside principalmente no ativo da educação sendo que a desperção salarial varia principalmente com os diferentes níveis de aptidão. (KLIKSBURG, 2001).

País	Coeficiente de Gini	País	Coeficiente de Gini
Mundo	0.804	Canadá	0.688
EUA	0.801	Vietnã	0.682
Brasil	0.784	Índia	0.669
Indonésia	0.764	Alemanha	0.667
México	0.749	Bangladesh	0.660
Argentina	0.740	Taiwan	0.655
Nigéria	0.736	Países Baixos	0.650
França	0.730	Austrália	0.622
Turquia	0.718	Itália	0.609
Tailândia	0.710	Coréia do Sul	0.579
Rússia	0.699	Espanha	0.570
Paquistão	0.698	China	0.550
Reino Unido	0.697	Japão	0.547

Tabela 1 – Coeficientes de Gini das maiores economias do mundo

Nesse cenário, as universidades brasileiras têm um importante papel na redução da desigualdade social brasileira, sendo agentes capazes de criar o senso crítico, através da pesquisa, compreensão e análise do contexto social. Além de desenvolverem indivíduos tecnicistas, têm a missão de formar cidadãos pró-ativos perante a sociedade (VEIGA, 2007). Portanto, devem ter papel de liderança nos esforços em prol da integração social da parcela com renda mais baixa da população brasileira, através de iniciativas inovadoras e abrangentes na comunidade na qual estão inseridas.

Ciente de sua missão de desenvolvedor social, a Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, através do grupo de pesquisa Empreendedorismo, Inovação, Conhecimento, Inteligência e Sustentabilidade (EICIS), desenvolveu o Curso de Formação em Cidadania, constituído de uma programação que envolve o ensino de ética, valores, comportamento humano, direitos do cidadão, noções de empreendedorismo, microfinança, dentre outros temas.

O curso, cujo público alvo é o quadro de funcionários e terceirizados da UFMG, se trata de um empreendimento social com o objetivo de formar cidadãos pró-ativos que, cientes de sua função na sociedade brasileira, busquem ampliar seus conhecimentos de maneira a galgar melhores condições financeiras e pleitear mais qualidade de vida e melhores condições de trabalho.

Relacionado à esse empreendimento, e frente à demanda por voluntários bilíngues para a copa do mundo de 2014 (ERNST & YOUNG, 2010), também foi instaurado, em 2011, o Curso de Inglês Instrumental para Eventos, que visa fornecer um primeiro contato com a língua inglesa à população que não teve oportunidade de estudar o idioma, através do ensino de noções básicas de leitura, escrita, escuta e conversação, ministrado por voluntários nas instalações da Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG.

Além de sua função educacional, esse curso também representa um experimento social, de maneira a se levantar dados sobre como não somente instituições de ensino, como também ONGs e empresas, poderão contribuir para o desenvolvimento social do país através de iniciativas voltadas para a educação da parcela mais economicamente desfavorecida da população brasileira.

1.3. Objetivos

Os parâmetros utilizados para caracterizar a adequação aos objetivos do Curso de Inglês Instrumental para Eventos não são apenas o grau de conhecimento obtido na língua inglesa dos alunos após essa introdução ao idioma, mas também o impacto que o curso teve no indivíduo no que diz respeito ao seu comportamento, à sua auto-estima, à sua auto-realização, aos seus valores e à sua cultura.

1.3.1. Objetivos Gerais

Elaborar um modelo a partir de uma análise crítica-analítica do Curso de Inglês Instrumental para Eventos para empreendimentos sociais em prol da redução das desigualdades sociais e do desenvolvimento social brasileiro no quesito relacionado à cidadania.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar o perfil dos indivíduos que têm demanda pelo Curso de Inglês Instrumental para Eventos, determinando sua inserção na sociedade brasileira.
- Desenvolver uma metodologia de ensino da língua inglesa em nível básico, que contemple a leitura, escrita, escuta e conversação do idioma.

- Avaliar como o ensino de uma língua estrangeira é capaz de aprimorar as noções de cidadania da comunidade e os possíveis efeitos dessa mudança no cenário de desigualdade social do país.
- Listar as características do Curso de Inglês Instrumental para Eventos que poderão ser aplicadas na oferta de outras disciplinas à comunidade.

1.4. Relevância

O aprendizado da língua estrangeira é uma possibilidade de aumentar a autopercepção como ser humano e como cidadão, promovendo o aprendizado sobre um mundo plural marcado por valores culturais diferentes e maneiras diversas de organização política e social. Embora o conhecimento da língua inglesa tenha sido sempre altamente prestigiado na sociedade, por muitos anos, como disciplina, se encontrou deslocada do ensino fundamental – daí a proliferação de vários cursos particulares. (MEC, 1998). Portanto, a criação do Curso de Inglês Instrumental para Eventos tem importante relevância para suprir as demandas educacionais e sociais da comunidade.

1.5. Estrutura do Trabalho

O presente trabalho se trata do desenvolvimento de uma *grounded theory*, ou seja, uma teoria substantiva desenvolvida através de dados coletados em uma pesquisa qualitativa (HOPFER e LIMA, 2008).

O referencial teórico contempla os principais estudos do setor, com foco em estudos de casos sobre outras iniciativas voluntárias voltadas para o desenvolvimento social e redução da desigualdade social; além de uma contextualização e descrição sobre o empreendedorismo e empreendedorismo social, inovação social e trabalho voluntário – elucidando algumas pesquisas desenvolvidas sobre esses temas.

A descrição da metodologia mostra todos os procedimentos para caracterização do perfil dos alunos do Curso de Inglês Instrumental para Eventos, indicando a aplicabilidade dos métodos empregados nesse curso para outras comunidades; o processo de desenvolvimento das aulas de inglês e ensino do material didático; o levantamento de dados para avaliação do curso de inglês como

ferramenta para promoção da cidadania, através de uma pesquisa de opinião oferecida aos alunos durante o curso, assim como as observações críticas dos promotores do Curso de Inglês Instrumental para Eventos; e a compilação das melhores práticas adotadas no curso que poderão ser utilizadas em outros empreendimentos que têm como objetivo a redução da desigualdade social do país.

A análise de dados é feita através da compilação dos resultados das pesquisas de opinião e das observações dos promotores do curso, trazendo uma avaliação final sobre a eficácia do curso mediante sua proposta como empreendimento social, ou seja, se além de propagar o conhecimento sobre a língua inglesa e instigar a proatividade dos alunos em buscar mais conhecimentos no idioma, o curso também teve sucesso em criar no indivíduo um senso de cidadania, aumentando sua auto-estima e contribuindo para sua cultura.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo

“O empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade e cria meios (nova empresa, área de negócio, etc.) para perseguir-la. O processo empreendedor envolve todas as funções, ações, e atividades associadas com a percepção de oportunidades e a criação de meios para perseguir-las.”

(Dornelas, 2003)

Segundo Dornelas (2001), o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil a partir do final da década de 1990. Nos Estados Unidos, o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado há muitos anos, e portanto, com o recente crescimento econômico brasileiro, não é de se admirar que tenha despertado o interesse da comunidade financeira e acadêmica do país. Soma-se a isso o fato de que no Brasil há uma preocupação com o aumento da expectativa de vida das pequenas empresas, frente às várias tentativas de estabilização da economia pelo governo e do aumento da competitividade e redução de custos pelas grandes empresas (DORNELAS, 2001).

Dornelas (2003) diz ainda que o velho modelo econômico, utilizado na era da manufatura, era caracterizado pelos seguintes fatores:

- Modelos clássicos dirigiam a economia;
- Materiais raros, como metais preciosos, eram os recursos escassos;
- Os retornos sobre o investimento eram pequenos;
- A força de trabalho se caracterizava pelo poder dos músculos;
- Presença de economias de escala;
- Supremacia dos ativos físicos.

Ainda segundo Dornelas (2003), o novo modelo econômico, presente na era da inovação empreendedora, que iniciou na década de 90, passou a contar com as seguintes características:

- Economia dirigida por novos modelos de negócios;
- Imaginação e conhecimento figurando como os recursos escassos;
- Maiores retornos sobre os investimentos;
- A importância dos ativos intelectuais sobre os físicos;
- O poder da informação e do conhecimento.

O empreendedorismo no Brasil, segundo Dornelas (2001), ganhou força somente a partir da década 1990, quando a abertura da economia propiciou o surgimento de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Antes desse momento, o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada, uma vez que o país vivenciava um ambiente político e econômico pouco favorável. Dornelas salienta que até então os empreendedores brasileiros atuaram em um cenário obscuro, trabalhando arduamente em seus empreendimentos, muitas vezes sem conhecerem formalmente finanças, marketing, organização e outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, o célebre industrial Francisco Matarazzo, e tantos outros que contribuíram para o desenvolvimento da economia do país.

Rimoli et al (2004), partindo de uma contextualização dos estudos já realizados em torno do conceito de empreendedorismo, define o conceito que estabeleceu os parâmetros para as análises da etapa do estudo de casos. O empreendedorismo é definido, então, como um conjunto de comportamentos necessários para um bom negócio, além de objetivos que devem envolvê-lo, como o envolvimento em inovação de modo que seja possível alterar o mercado.

Algumas características são essenciais para uma trajetória de empreendimento ter maior chance de sucesso. Um primeiro passo é o surgimento de idéias ou o engajamento em oportunidades que se apresentam ou se busca. Ambos os inícios são possíveis, porém idéias estão sempre surgindo. Assim, uma oportunidade deve haver para que o empreendimento prossiga, faz-se necessário, então, atentar-se para oportunidades de negócio, pois assim se cria valor. Tais oportunidades estão envolvidas com a relação que se deve ter com o mercado onde se está atuando. Por conseguinte, para que se coordenem todas as ações na elaboração de uma idéia em conjunto com as oportunidades de negócio, recomenda-se o desenvolvimento de um plano de negócios. Planejar é essencial para se ter um controle dos riscos possíveis a fim de preparar ou escapar deles e conseqüentemente reduzir as causas de insucesso. Posteriormente, os autores fazem uma revisão de critérios de sucesso e insucesso que podem afetar um empreendimento, em escala maior ao analisar o empreendimento como um todo e menor ao analisar os produtos (RIMOLI ET AL, 2001).

Rodrigues et al (1997) pesquisaram sobre a construção de um sistema de ciência, tecnologia e inovação eficiente após 1990. A pesquisa, do tipo documental, mapea os dados disponíveis a cerca do que se tem feito no Brasil em relação ao desenvolvimento de inovações e suas aplicações. As análises foram orientadas em dois eixos, um envolveu a análise da estrutura básica necessária à viabilização do processo de inovação tecnológica, outro o nível de produção científica e tecnológica de empresas e centros de desenvolvimento de ciência, tecnologia e ensino.

No estudo de Rodrigues et al, a infra-estrutura foi analisada nos diversos níveis que a constituem: gestão de ciência e tecnologia (C&T), recursos humanos e tecnológicos, dispêndios em ciência e tecnologia, processo educacional e a infra-estrutura. Os resultados encontrados para a gestão de C&T demonstrou avanços, embora apontem dificuldades que precisam ser superadas, como a desarticulação e pouco envolvimento das instituições, além da falta de clareza de políticas públicas devido ao fato de serem fortemente centralizadas no governo federal. Por último, foi percebido que o campo da pesquisa está concentrado em grupos de professores e pesquisadores, que por sua vez concentram grande parte do financiamento. Apesar disso, não têm atuação significativa na elaboração e formulação das políticas públicas que lhes cabem. Os autores apresentam indicadores de ciência e tecnologia na categoria sistema educacional para C&T e demonstram que há um número muito restrito de pesquisadores no país (2%) e menos ainda de pesquisadores e engenheiros no total de população ocupada (0,7%). Essa situação traz conseqüências ao contexto nacional de busca pela inovação tecnológica concretizada em bens comercializáveis para que a inserção no mercado global seja mais efetiva e lucrativa.

Paiva Júnior et al (2006) estudaram sobre as características comuns aos empreendedores de sucesso. A partir das entrevistas, as competências foram identificadas e novas codificações foram feitas, pois grupos de comportamentos foram identificados para cada competência. O referencial teórico no qual os autores se basearam para definir essas competências estabelece que existem sete possíveis e mais uma identificada por um segundo referencial: competências de oportunidade, competências de relacionamento, competências conceituais, competências administrativas, competências estratégicas, competências de comprometimento, competências de equilíbrio trabalho/vida pessoal. Os dados

obtidos foram organizados a partir dessas codificações para posteriormente se fazer uma análise da frequência de cada código utilizado na pesquisa.

No estudo de Paiva Júnior et al, a competência mais freqüente e, conseqüentemente, mais relevante foi a competência conceitual, seguida pela competência administrativa. O destaque para as competências conceituais pode ser explicado pelas subcategorias geradas frente à capacidade de inovar, lidar com o risco e sensibilidade e vontade de aprender, por exemplo. Estas corroboram a tendência e demanda global por profissionais que saibam fazer e saber ser, principalmente no caso da nova economia, em que situações inesperadas são recorrentes e exigem habilidades específicas para uma prática empreendedora.

Todas as competências foram encontradas nos dirigentes entrevistados por Paiva Júnior et al. A surpresa foi encontrar competências de equilíbrio como forma de conciliar as esferas do trabalho e da vida pessoal. Essa observação indica uma dimensão humanista nesses dirigentes, que trabalham dessa maneira na busca por esse equilíbrio. Outra surpresa foi a limitação do planejamento formal ao início do empreendimento, já que ele não faz parte das práticas administrativas do dia-a-dia.

Silveira et al (2007), apontam que o conceito de empreendedorismo não teve grande variação no tempo. Apontam que, normalmente, há uma confusão entre empreendedores e administradores, porém a partir do levantamento bibliográfico realizado perceberam que nem sempre um administrador é empreendedor e vice-versa, mesmo que isso seja desejável. Para um administrador possuir ou desenvolver características empreendedoras pode ser útil para olhar mais longe, ter uma visão de futuro que lhe permita planejar o presente.

No estudo de Silveira et al é ainda apontado que nem todos os profissionais em uma organização serão empreendedores, e que dependendo da atividade isso nem é desejável, visto que o empreendedor precisa ter ao lado pessoas com características diversas para enriquecer sua equipe e garantir diferentes olhares. Existem empreendedores natos, porém existe também a possibilidade de desenvolver características empreendedoras, por isso o Sebrae, Senai, Senac, e muitas escolas de administração, economia, engenharia, dentre outras possuem na grade curricular uma disciplina voltada ao empreendedorismo.

2.2. Empreendedorismo Social

“O ‘mercado’ de bens sociais em países ainda não plenamente desenvolvidos é imaturo, ou seja, se para os bens de consumo em geral esses mercados apresentam um estágio anterior aos de países mais avançados, é de se esperar que também em bens sociais haja esse descompasso.”

(Oliveira e Vidal, 2002)

Noletto e Wertheim (2004) definem que a pobreza é o pior aspecto da desigualdade social, e como mitigação para esse problema, propõem que a inclusão social deveria ser viabilizada, tanto no aspecto econômico quanto no desenvolvimento social e humano.

Hitaka e Santos (2007) indicam que no Brasil, tamanha é a gravidade dos problemas sociais, que o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome foi criado como tentativa à redução da desigualdade social no país.

Mesmo com o empenho dos órgãos governamentais na criação de programas como o Bolsa Família e o Bolsa Escola, Janvry et al (2005) mostram que em certas regiões há uma variabilidade muito grande na qualidade da distribuição desse tipo de benefício, devido à uma confusão das prefeituras nos seus papéis na escolha dos beneficiários e falta de critérios padronizados na indicação dos beneficiários; o que leva à exclusão de famílias com necessidade desses programas contribuindo para o aumento da desigualdade social.

Nesse contexto, para complementar os trabalhos desempenhados pelo governo no âmbito social, Oliveira e Vidal (2002) mostram que surgem oportunidades para empreendimentos por um emergente ‘terceiro setor’, um grupo de instituições filantrópicas, com objetivos sociais, por vezes ligadas a capitalistas de sucesso que após fazerem fortuna nos negócios dedicaram seu trabalho às causas sociais.

Esses empreendimentos fazem parte de uma abordagem conhecida como empreendedorismo social, em que o objetivo, segundo Waddock e Post (1991), é chamar a atenção para uma causa de interesse público, despertando um interesse que resulte na emergência de novas soluções para o problema.

Cunha (2005) definiu a surgimento do empreendedorismo da seguinte maneira:

“O empreendimento social surgiu tanto embalado pela incapacidade dos Governos resolverem os problemas sócio-ambientais, quanto pela maior consciência dos cidadãos sobre a necessidade de contribuir para a resolução destes problemas”

Melo Neto e Fróes (2002) diferem o empreendedorismo tradicional do social citando que o segundo não produz bens e serviços para venda no mercado, tendo como objetivo a solução de problemas sociais, principalmente os mais críticos como a exclusão social, pobreza, miséria e o risco de vida.

Odara (2003) define as características do empreendedor social da seguinte forma:

“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o imprevisto.”

Oliveira e Vidal (2002) citam ainda que o empreendedorismo social pode ser confundido com o termo responsabilidade social. Enquanto no primeiro caso o foco principal é a dedicação à causa social, no segundo, há uma restrição a cidadãos e entidades privadas que atuam em causas sociais variadas – como saúde, educação, meio-ambiente – constituídas como organizações sem fins lucrativos. Indicam também que algumas empresas privadas que investem em projetos de fundo social se beneficiam mercadologicamente através do aprimoramento de sua imagem. Isso está de acordo com Karkotli (2006), que diz:

“Organizações públicas e privadas têm utilizado algumas formas de assistência social, com o objetivo de melhorar a imagem de sua marca, produto ou serviço junto à comunidade ou sociedade, porém esquecendo de ser responsáveis sociais, mantendo uma preocupação de fazer somente caridade social.”

As diferenças entre o empreendedorismo privado, responsabilidade social e o empreendedorismo social podem ser sumarizadas na tabela 2.

Empreendedorismo Privado	Responsabilidade Social Empresarial	Empreendedorismo Social
É individual	É individual com possíveis parcerias	É coletivo e integrado
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para si e para a comunidade	Produz bens e serviços para a comunidade, local e global
Tem o foco no mercado	Tem o foco no mercado e atende à comunidade conforme sua missão	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o retorno aos envolvidos no processo (stakeholders)	Sua medida de desempenho são o impacto e a transformação social
Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio	Visa a agregar valor estratégico ao negócio e a atender expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores	Visa a resgatar pessoas da situação de risco social e a promovê-las, e a gerar capital social, inclusão e emancipação social

Tabela 2 – Diferenças entre empreendedorismo privado, responsabilidade social empresarial e empreendedorismo social (MELO NETO e FRÓES, 2002)

Um importante aspecto que deve ser levado em conta é a mensuração do sucesso de um empreendimento social. Dees (1998) disserta sobre esse aspecto, indicando que as leis de mercado, que têm como eficazes indicadores de sucesso medidas como o lucro ou parcela de mercado, não se aplicam no campo do empreendedorismo social. Com efeito, a valorização das melhorias sociais ou bens públicos não é obtida facilmente utilizando as leis de mercado. Ainda, o autor cita que não necessariamente o crescimento e a sobrevivência de um empreendimento social estão alinhados com a eficiência ou eficácia para se melhorar as condições sociais.

O empreendimento social exitoso é aquele capaz de manter a durabilidade de um impacto social, com retornos sociais de longo prazo, ou seja, no lugar de um rápido acerto, uma melhoria duradoura e sustentável. O empreendedor social de sucesso é aquele que consegue (DEES, 1998):

- **Adotar uma missão de gerar, mais que valor privado, um valor social:** deverão atacar as causas básicas dos problemas sociais, ao invés dos sintomas. Ainda, deverão reduzir as necessidades no lugar de apenas identificá-las, criando mudanças sistêmicas e melhorias sustentáveis, e estimulando mais melhorias globais no meio no qual estão atuando.
- **Reconhecer e buscar insaciavelmente novas oportunidades em prol dessa missão:** encarando problemas como oportunidades e guiados pela percepção de uma necessidade social ou meramente compaixão, deverão ser persistentes e estarem dispostos a ajustar o modelo utilizado no empreendimento para enfrentar os obstáculos.
- **Envolver-se em um processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo:** não necessariamente deverão ser inventores, porém, deverão ter a criatividade suficiente para poder manter um empreendimento de maneira inovadora, principalmente no aspecto da captação de recursos, que deverão estar disponíveis no momento em que estiverem gerando capital social. O empreendimento que não teve sucesso não deverá ser visto como uma tragédia pessoal e sim uma experiência de aprendizado.
- **Agir de maneira ousada independente dos recursos disponíveis:** os recursos escassos deverão ser alavancados através de parcerias e colaboração com outros. Todos os recursos são válidos, da filantropia pura aos métodos comerciais da economia. Administram os riscos, dividindo-os somente com parceiros com maior tolerância ao risco, e as más fases do empreendimento, de maneira a se minimizar os eventuais prejuízos.
- **Exibir um elevado senso de transparência para com os seus sócios e o público e pelos resultados obtidos:** deverão primeiramente compreender a fundo as necessidades e valores do público alvo e das comunidades onde atuam, conciliando-os com os valores dos investidores e apostadores – gerando benefícios para ambas as partes. Avaliam seu progresso através dos resultados sociais, financeiros e de gestão – no lugar de tamanho, produtos

gerados e processos – dividindo essas informações com seus *stakeholders* e as utilizando para ajustes de percurso no empreendimento.

2.3. Inovação Social

O conceito de inovação, voltada para o mercado, até os dias atuais é influenciado pela teoria de desenvolvimento econômico desenvolvida por Schumpeter (1934), que define a inovação como um processo dinâmico no qual novas tecnologias substituem as antigas, existindo cinco tipos de inovação:

- Introdução de novos produtos;
- Introdução de novos métodos de produção;
- Abertura de novos mercados;
- Desenvolvimento de novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos;
- Criação de novas estruturas de mercado em uma indústria.

Ainda segundo Schumpeter (1934), a prosperidade e o desenvolvimento só surgem a partir da inovação, com a substituição de formas antigas por novas formas de produzir e consumir. Essa constante mudança de produtos, processos e modelos é definida como “destruição criativa”, efetuada por indivíduos com características empreendedoras.

Os sistemas culturais e empresariais, contudo, consolidaram modelos de gestão que não têm sido capazes de suprir as demandas sociais criadas após o desenvolvimento econômico, e por isso, movimentos em várias frentes têm sido verificadas para se diminuir as mazelas sociais vividas nas diferentes realidades. O desenvolvimento de novas estratégias é a condição para superação dos desafios sociais da era pós-moderna, considerada por muitos estudiosos um momento de transição histórica (FARFUS e ROCHA, 2007).

Segundo Castro Silva (2010), não há como promover desenvolvimento e coesão social, com redução da pobreza, desigualdade social e inserção eficaz em um mundo globalizado sem inovação, geração de conhecimentos e empreendedorismo, requisitos indispensáveis para o progresso dos povos.

Nesse contexto, surge o conceito de inovação social, que é definido como um processo que gera mudança social, desencadeando uma mudança nas relações de

poder, atendendo a satisfação de necessidades humanas não supridas pelo mercado, promovendo a inclusão social e capacitando agentes sujeitos à marginalização e exclusão social (ANDRÉ E ABREU, 2006).

Ainda segundo André e Abreu (2006), a inovação social pode se situar em domínios da sociedade muito variados. Citam como exemplo o sistema de microcrédito como inovação social no domínio da economia; a organização de manifestações políticas através de e-mail e redes sociais como inovação social nos domínios da política e tecnologia; e a permissão de casamento entre pessoas do mesmo sexo como inovação social no campo da ética.

Apesar da inovação tecnológica e a social terem em comum o conhecimento como elemento essencial; diferentemente da inovação tecnológica, que busca lucro e competitividade frente à concorrência no mercado, a inovação social apresenta caráter coletivo e inclusivo, visando transformações nas relações sociais e geração de coesão social (CASTRO SILVA, 2010).

No campo da inovação social, são empregadas as “tecnologias sociais”, que segundo Lassance Jr e Pedreira (2004), são as técnicas, materiais e procedimentos metodológicos testados com significativo impacto social, criados a partir de necessidades sociais, com o intuito de se sanar um problema social. Uma tecnologia social considera as realidades sociais locais e é associada a formas de associação coletiva, representando soluções para a inclusão social e melhoria da qualidade de vida.

Assim, as tecnologias sociais são produtos, técnicas e metodologias que podem ser reaplicáveis, propiciando desenvolvimento social em escala. São desenvolvidas na interação com um determinado público e que representem soluções de transformação social efetivas, fundamentadas na disseminação de soluções para problemas relativos a demandas e carências concretas como alimentação, educação, energia, recursos hídricos, meio ambiente, saúde, dentre outras. As tecnologias sociais poderão conciliar a sabedoria popular, organização social e conhecimento técnico-científico (BAUMGARTEN, 2005).

Segundo divulgação do ITS (Instituto de Tecnologia Social) (2007), as tecnologias sociais envolvem uma abordagem sistêmica que considera os seguintes fatores:

- Compromisso com a transformação social;

- Criação de um espaço de descoberta de demandas de necessidades especiais;
- Relevância e eficácia social;
- Sustentabilidade socioambiental e econômica;
- Inovação;
- Organização e sistematização;
- Acessibilidade e apropriação de tecnologias;
- Processo pedagógico para todos os envolvidos;
- Diálogo entre diferentes campos de conhecimento;
- Difusão e ação educativa;
- Processos participativos de planejamento, acompanhamento e avaliação.

É importante ressaltar que segundo André e Abreu (2006), as inovações sociais, fora do âmbito mercantil, raramente são auto-sustentáveis. Isso se deve ao fato de que, uma vez reconhecida a eficácia desse processo, é um procedimento “absorvido” pelas instituições, o que lhe retira a feição inovadora passando a fazer parte das rotinas. No entanto, segundo os autores, as inovações sociais de maior impacto na transformação das relações de poder são mais dificilmente absorvidas, o que pode levar ao abandono da ideia ou da prática, a repressão do conceito ou a adaptação do mesmo de maneira a se originar outra onda de inovação. Citam ainda que raramente e em casos extremos, a inovação social pode originar uma revolução – o que pode ser exemplificado pelas recentes revoluções políticas observadas no norte da África, iniciadas pela população através das redes sociais na internet e que levaram à significativas mudanças nas relações de poder político nessas regiões.

Contextualizando-se a inovação em seu caráter social, o conceito é revestido de qualidade cidadã e transcende o sentido meramente de valor econômico, por trazer uma destinação social. Essa relevância social conduz para propostas no enfrentamento de problemas como problema e ausência de cidadania (FARFUS e ROCHA, 2007).

O conceito de inovação social pode-se estender ainda mais, no contexto de uma sociedade democrática, sendo associado a dois processos (FLEURY, 2001):

- A transformação de estruturas de gestão pública como forma de inclusão de interesses dominados pela esfera pública, para além da forma tradicional de representação;
- Geração de redes associativas, capaz de gerar processos sinérgicos entre as instituições estatais democratizadas e as organizações da sociedade.

O conceito de inovação social também é visto como um processo de reconstrução das relações sociais:

“O processo de inovação tem o efeito de reconstruir os sistemas de relações sociais e a estrutura de regras e recursos que reproduzem aqueles sistemas. Podemos falar de uma inovação social quando as mudanças alteram os processos e relações sociais, alterando as estruturas de poder preexistentes.”

(Fleury, 2001)

A inovação social, enquanto processo de mudança nas estruturas de poder preexistentes, em que um indivíduo reconhece o outro como produtor de conhecimento, ocorre de forma gradativa e de ritmo lento. Por isso, é necessária a presença de um agente com espírito empreendedor para catálise do processo inovador, uma vez que os recursos existentes são contemplados com nova capacidade de gerar riquezas (FARFUS e ROCHA, 2007).

Assim, com base nos conceitos coletados, verifica-se que a inovação social não é vinculada a uma metodologia ou um processo, mas sim a uma visão sustentada em princípios éticos que buscam a redução da desigualdade social existente nas diferentes sociedades, a promoção do exercício da cidadania, a solidariedade na propagação do conhecimento e a melhoria nos processos de comunicação e educação junto à sociedade.

2.4. Voluntariado

De acordo com o Soares (2009), o voluntariado é uma ação transformadora realizada por um indivíduo ou grupo, sendo a doação de tempo, trabalho e talento por uma causa social. Esse tipo de trabalho é realizado pela sociedade e para a sociedade, atuando em diversas áreas como defesa do ambiente, saúde, educação, esporte, cultura. Devido à característica de transição aberta, dinâmica e permanente

do trabalho voluntário, há uma promoção da melhoria entre iniciativas privadas e o público, servindo como uma articulação entre a sociedade civil e as entidades públicas.

Santos (2007) disserta sobre a história do trabalho voluntariado no Brasil. A origem do voluntariado no Brasil se deu com a implantação da 1ª Santa Casa de Misericórdia, em 1543 em Santos, SP. O trabalho voluntário brasileiro em seus primórdios esteve associado por muito tempo a trabalhos religiosos, assistencialistas e paternalistas, de ajuda à pessoas carentes e menos favorecidas. As raízes do trabalho voluntário no país remontam ao processo de dominação estrangeira pelo qual passou o Brasil, caracterizado pela presença do trabalho escravo, do qual partiu os princípios fundamentais que nortearam o início do voluntariado brasileiro: caridade, solidariedade e indignação.

Nos séculos XVI e XVII, a assistência a crianças abandonadas era efetuada pelas câmaras municipais e a Santa Casa de Misericórdia. Os custos dessa assistência eram motivos de atritos entre o governo real e a Irmandade da Santa Casa de Misericórdia. Desde então, pois, já era possível ver as dificuldades na obtenção e gestão dos recursos públicos na assistência aos necessitados, uma situação que se perpetua até hoje (IGETEC, 2006).

Na década de 30, o governo passou a desenvolver políticas públicas voltadas para a assistência social com atuação nas instituições filantrópicas, criando em 1935 a Lei de Declaração de Utilidade Pública para regular a colaboração do estado nessas instituições. As iniciativas do Estado foram pressionadas pelo movimento médico higienista e pela demanda crescente, por parte de alguns setores, da construção de uma rede profissionalizante de ensino, separada da assistência aos desvalidos (PILOTTI e RIZZINI, 1995).

Após a segunda guerra mundial, houve o surgimento do Terceiro Setor, constituído pelas organizações não governamentais, fundações e entidades sem fins lucrativos. O objetivo era fornecer uma alternativa à carência do Estado em atender a crescente demanda por serviços sociais, uma vez que o bem estar social se encontrava em difícil situação em vários países (CARNEIRO et AL, 2003).

Na década de 90, o trabalho voluntário no Brasil passa por profundas mudanças, tornando-se mais consistente e atraindo mais seguidores, principalmente devido às causas do Terceiro Setor que começaram a surgir em várias partes do planeta, impulsionando grupos de pessoas a se unir em organizações sem fins

lucrativos, aproximando-se do mundo corporativo de forma mais clara e objetiva em prol de um bem comunitário (SALADO, 2007 apud SANTOS, 2007).

Conforme Peliano (2001), no Brasil, a década de 90 foi decisiva no processo de consolidação das ações voluntárias e no avanço das organizações do Terceiro Setor. A autora diz que o início dessa década foi marcado pela confluência da abertura da economia, privatização das empresas estatais, crise política e econômica, fortalecimento da sociedade civil, maior envolvimento das ONGs, busca por melhorias na qualidade dos processos de gestão das empresas brasileiras, mudanças no mercado de trabalho, redução na capacidade de atuação do Estado e envolvimento das empresas sociais em ações sociais.

“É dessa época a criação do Movimento pela Ética na Política, que se notabilizou na luta pelo impeachment do ex-presidente Collor, desdobrando-se na campanha da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida. A Ação da Cidadania evocou o sentimento de solidariedade nacional em favor dos excluídos e promoveu inúmeras campanhas de distribuição de alimentos em todo o país, impulsionadas pelo sentimento de indignação contra a fome, a miséria e a exclusão. No centro desse movimento destacou-se a participação de Herbert de Souza, o Betinho, então presidente do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), que lançou ampla campanha nacional convocando as empresas públicas e privadas para maior engajamento no combate à miséria e à elaboração de seu balanço social”

(Peliano, 2001)

Assim, para reduzir os gastos, o governo passou a priorizar a flexibilização de atividades consideradas atribuições do Estado (ofertadas de forma sistêmica, ancoradas no princípio da igualdade) para ONGs de todo tipo como cooperativas, fundações e associações. Essas instituições lograram em manter essas atividades com recursos financeiros inferiores, à custa da desregulamentação do serviço público. O estado, pois, passou a diminuir seu tamanho e abrangência, substituindo a oferta sistêmica dos serviços sociais por atividades pontuais focadas na redução da pobreza – logo abandonando o princípio da igualdade (SOUZA, 2008).

Segundo Ayres (2003), o voluntariado tem diferentes formas e significados em diferentes contextos, e é fortemente influenciado pela história, política, religião e cultura de uma região. Em alguns países o que é um trabalho sub remunerado pode ser visto em outros como trabalho voluntário. No entanto, é possível detectar algumas características-chaves sobre a ação voluntária.

Segundo a ONU (1999), o conceito de voluntariado passa por três aspectos:

- **Espontaneidade:** a atividade deverá ser desempenhada pela própria vontade de quem a realiza – ainda que alguns programas escolares requeiram atividades voluntárias como parte do currículo escolar;
- **Não retribuição material:** a realização da atividade não deverá ser motivada por ganhos financeiros, embora reembolsos financeiros e ajudas de custo possam ser considerados;
- **Finalidade humanitária do ato:** uma atividade feita em benefício de outra pessoa que não o próprio voluntário que realiza a ação, mesmo que seja sabido que o voluntariado traz significativos benefícios para o voluntário.

Ayres (2003) revela que há um estrangulamento entre o potencial voluntário e a oportunidade de ação, devido à percepção no Brasil de que o trabalho voluntário é atrelado a uma instituição social e que deverá ser organizado, o que não corresponde à diversidade e à riqueza das ações voluntárias no Brasil. O autor cita que o perfil do voluntário padrão se assemelha ao do cidadão comum, se destacando apenas pela maior frequência a cultos religiosos – o que condiz com as origens religiosas desse tipo de atividade conforme já visto –, e assim, é possível comprovar como há diversidade e heterogeneidade no trabalho voluntário desempenhado no Brasil.

De acordo com Reis (2001), a motivação para o desempenho do trabalho voluntário é a satisfação do executor em praticar um ato de cidadania e amor ao próximo. Não apenas para exercitar a caridade, os voluntários se engajam nessas atividades para exercer suas cidadanias na defesa de seus direitos e dos outros.

3. METODOLOGIA

3.1. Estudo de Caso

O dicionário Merriam-Webster (2009) define um estudo de caso como uma análise intensiva de uma unidade individual (uma pessoa ou comunidade), focando em fatores de desenvolvimento em relação ao ambiente. Essa “unidade individual” é definida por Stake (2008) como um “sistema limitado”.

O fator decisivo para se definir um estudo como um estudo de caso é a escolha da unidade individual do estudo e a definição de seus limites. A unidade individual poderá ser estudada de diversas maneiras, qualitativamente ou quantitativamente, analiticamente ou hermeneuticamente, ou por métodos misturados. A forma de estudo não é decisiva para se definir o estudo como um estudo de caso, mas sim a delimitação de seus limites.

Ainda, essa definição estipula que os estudos de caso são intensivos. Portanto, são estudos constituídos em mais detalhes, riqueza, plenitude e profundidade para a unidade de estudo, do que um estudo mais generalizado.

Adicionalmente, os estudos de caso têm foco em “fatores de desenvolvimento”, o que significa que um caso tipicamente evolui com o tempo, geralmente como uma sequência de eventos concretos e interrelacionados que ocorrem em um determinado período e local, e que constituem o caso em si quando postos em visão macro.

Finalmente, os estudos de caso têm foco na “relação com o ambiente”, ou seja, o contexto. A delimitação dos limites para a unidade individual de estudo decide o que é parte do caso e o que é o contexto do caso.

3.2. Análise de conteúdo

A análise de conteúdo é uma metodologia utilizada para descrever e interpretar todas as formas de manifestação de comunicação. Através de descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, é possível se reinterpretar as mensagens de maneira a se haver uma compreensão de seu significado além da leitura comum.

Essa metodologia tem significado especial nas investigações sociais, constituindo-se em uma abordagem metodológica com características e

possibilidades próprias que vão além de uma mera técnica de análise de dados (MORAES, 1999).

Segundo Moraes (1999), a análise de conteúdo tem sido utilizada de maneira quantitativa ou subjetiva. Contudo, ao longo do tempo, a abordagem qualitativa, com uso da indução e intuição como estratégia para atingir níveis de compreensão mais profundos nos fenômenos investigados tem sido mais valorizada.

A análise de conteúdo, como método de investigação, compreende procedimentos especiais para o processamento de dados científicos. Trata-se de uma ferramenta renovada em função dos problemas cada vez mais diversos a qual propõe a investigar. É um instrumento único, marcado pela grande variedade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto, qual seja a comunicação.

A análise de conteúdo pode ser aplicada para análise de qualquer tipo de comunicação verbal ou não-verbal, como relatos auto biográficos, discos, fotografias, vídeos, etc. Os dados extraídos dessas matérias-primas vêm de forma bruta, necessitando ser processados para se facilitar o trabalho de compreensão, interpretação e inferência ao qual aspira a análise de conteúdo.

3.3. Desenvolvimento da metodologia

O Curso de Inglês Instrumental para Eventos foi criado para suprir uma demanda que surgiu para a Copa do Mundo de 2014: a necessidade de se ter conhecimentos na língua inglesa para recepção dos turistas que visitarão Belo Horizonte.

O curso foi divulgado nas dependências da Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG, para os funcionários terceirizados; assim como para o público em geral. O princípio é que todas as pessoas são bem vindas para o aprendizado, independente de sua idade, religião, etnia, classe social. A inscrição do curso é feita mediante doação de 3kg de alimentos não perecíveis, que são doados à instituições de caridade em Belo Horizonte. Com os dados coletados no momento da inscrição, foi possível determinar um perfil dos alunos. Um total de 163 alunos se inscreveram para o curso.

O curso é constituído em aulas semanais de duração de uma hora e meia, sendo que o conteúdo ministrado tem enfoque nas mais prováveis situações de diálogo com turistas, como comércio, alimentação, solicitação de informações e

direções. Uma equipe de voluntários de diversas origens foi empregada para desenvolvimento do curso. Professores e estudantes universitários, estudantes estrangeiros em intercâmbio e profissionais da indústria constituíram a equipe de voluntários.

O material didático foi desenvolvido pelos próprios professores, contendo frases úteis para que o aluno pudesse consultar após as aulas. As frases são expostas de três maneiras: em português, em inglês, e a pronúncia da frase em inglês – exposta de maneira que o leitor do português irá ler a frase pronunciando a frase em tonalidade próxima à da língua inglesa. A figura 01 mostra um exemplo de slide que constitui o material didático fornecido aos alunos.

O que você quer fazer?		
		
O que você gostaria de fazer?	What would you like to do?	Uát wud iú láique tchu du?
Aonde você gostaria de ir?	Where would you like to go?	Uér wud iú láique tchu gou?
O que você quer fazer?	What do you want to do?	Uát du iú uont tchu du?
Aonde vamos?	Where are we going?	Uér ar uí gouim?
Você quer comer?	Would you like to eat?	Wud iú láique tchu it?
Quer ir ao banheiro?	Do you want to go to the restroom?	Du iú uont tchu gou tchu de rest rum?



FIGURA 01: Exemplo de slide que compõe o material didático

Ao longo do curso, provas escritas e orais são aplicadas para avaliação do aprendizado dos alunos. Trabalhos em duplas e grupos também são explorados para que os alunos possam fazer apresentações diante dos colegas. A apresentação é um momento de fundamental importância no curso, pois visa à desinibição do estudante na fala do inglês.

Para avaliação da efetividade do curso não somente no ensino da língua inglesa, mas também como ferramenta para melhoria da auto-estima e conceito de

cidadania do público alvo, foi aplicado o questionário exposto no Apêndice I a 25 alunos, o que constitui 15% do total de inscritos.

De posse do perfil dos alunos que participaram do curso, das respostas dos questionários, dos depoimentos dos alunos e com a experiência e observações dos professores voluntários foi possível esboçar uma metodologia para elaboração de um empreendimento social voltado para a educação como o Curso de Inglês Instrumental para Eventos.

4. O SETOR

A exclusão social no Brasil e no mundo é de tanto marcante que faz tornar um projeto de ética e cidadania ter a inclusão como desejo; o que por sua vez somente será estabelecido com grandes transformações sociais e políticas.

Mittler (2002) elucida algumas facetas relacionadas à exclusão social no que tange à educação:

- 125 milhões de crianças, sendo dessas dois terços meninas, não frequentam a escola em todo o mundo;
- 150 milhões de crianças abandonam a escola antes de aprender a ler e ou escrever em todo o mundo;
- Anualmente, 12 milhões de crianças morrem por doenças relacionadas à pobreza;
- Um quarto dos adultos em países em desenvolvimento são analfabetos; sendo que desse percentual, dois terços são mulheres;
- Cerca de 1% dos deficientes físicos frequentam a escola nos países em desenvolvimento.

Segundo o MEC (2004), o cenário brasileiro não está muito distante dessa realidade mundial, sendo necessária a busca por estratégias que possam melhorar as condições de vida da população, promovendo igualdade na busca de oportunidades para todas as pessoas, além da construção de valores éticos socialmente desejáveis pelos integrantes das comunidades escolares. Essa é um caminho viável para inclusão social, que visa a democracia e a cidadania.

De acordo com Stainback (2002), progressos significativos nas áreas de diversidade e equidade têm ocorrido, com a existência de melhores oportunidades educacionais e disponibilidade de informações necessárias a educadores de grupos de estudantes diversos. Contudo, a promoção de ambientes educacionais flexíveis e às necessidades individuais dos alunos não tem sido uma tarefa fácil no contexto da educação tradicional.

Mudanças na educação, ao longo dos anos, foram promovidas de diversas maneiras e progressos graduais foram observados, de maneira que os critérios educacionais e sociais se tornaram mais inclusivos. A educação antes de poucos privilegiados se dirigiu à população geral; ao desenvolvimento de classes e escolas especiais; ao enfoque no direito da criança à educação; ao reconhecimento dos talentos que cada aluno tem a oferecer para sua comunidade; ao reconhecimento da

necessidade da interação entre alunos de diferentes características, sem discriminação, nos ambientes escolares.

Como exemplificação de que um empreendimento social pode trazer resultados positivos para a população, cita-se um estudo de caso de atividades realizadas pelo Terceiro Setor que conseguiram trazer benefícios reais para o público-alvo: a Cidade dos Meninos em Ribeirão das Neves, cujos menores ali abrigados também fizeram parte do projeto do Curso de Inglês Instrumental e do Curso de Cidadania promovido pelo EICIS.

4.1.1. Cidade dos Meninos em Ribeirão das Neves – MG

Oliveira e Vidal (2003) estudaram sobre o empreendimento social desenvolvido por Jairo Azevedo, empresário bem-sucedido da área de relógios e joalheria. Seu trabalho foi elaborado em Ribeirão das Neves, uma das cidades mais carentes de políticas sociais efetivas na região metropolitana de Belo Horizonte. A criação do Lar dos Meninos de São Vicente de Paulo foi efetuada como uma proposta para minoração da questão dos menores abandonados ou carentes, uma séria preocupação para a sociedade brasileira.

O empresário procurou abordar essa questão dos menores de uma forma inovadora, criando um local como uma espécie de lar para abrigar crianças e adolescentes carentes, fornecendo-lhes assistência integral: alimentação, ensino, formação profissional, saúde, esportes, dentre outros. A obra foi concebida com a idéia de que se haveria uma maior agilidade e poder de decisão local, caso contrário, seria impossível cumprir a ambiciosa missão do empresário.

Por trás da Cidade dos Meninos, há a Associação de Promoção Humana Divina Providência, onde o conceito de “promoção” reflete no objetivo da instituição, que é promover o ser humano, garantindo-lhe a dignidade e não só adotando uma postura paternista ou assistencialista. A Cidade dos Meninos se propôs a criar condições para a inserção dos jovens abandonados das redondezas de Ribeirão das Neves através da educação, formação profissional, moral e cristã e no desenvolvimento físico pela prática de esportes. Apesar da orientação católica, todas as religiões são bem-vindas no empreendimento.

A filosofia da Cidade dos Meninos é fundamentada nos seguintes aspectos:

- **Amor e carinho:** o *staff* e voluntários da instituição devem ver cada menor como seu próprio filho, aceitando suas qualidades e defeitos, sendo educadores e sendo um exemplo;
- **Disciplina rígida:** regras e horários são claros e iguais para todos, havendo um limite imposto aos menores para manutenção da ordem. Mesmo assim, há um ambiente favorável para que os menores expressem suas opiniões.
- **Ociosidade zero:** as atividades ocorrem das 6 horas da manhã até as 21 horas.

5. ANÁLISE DOS DADOS

Com posse dos dados relativos a inscrição dos alunos, foi feito um mapeamento do público do Curso de Inglês Instrumental para Eventos I.

Foi possível observar, conforme exposto no gráfico I, que a maioria das pessoas que freqüentaram o curso eram jovens com idade entre 16 e 30 anos de idade. Se por um lado isso já era esperado, uma vez que se trata de um grupo de pessoas que está tendo suas primeiras experiências no mercado de trabalho, onde o inglês é ferramenta fundamental, mostra que a oferta do curso poderá ser melhor divulgada de tal maneira que o empreendimento possa abranger um público de faixa etária melhor distribuída; principalmente para pessoas com mais de 50 anos, que não vivenciaram quando mais jovens um acesso tão facilmente disponibilizado do idioma como nos dias de hoje.

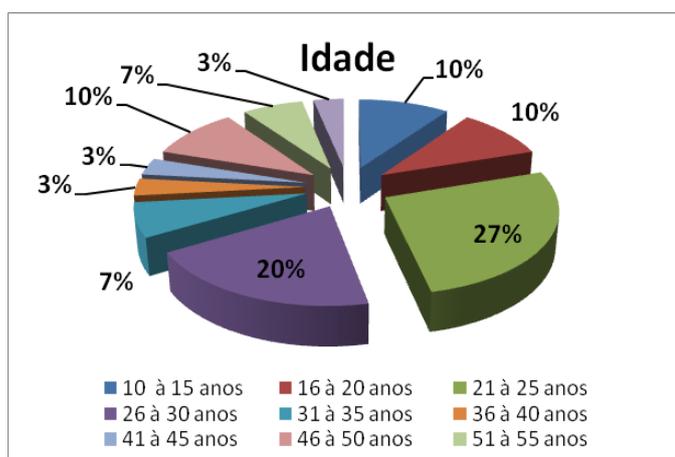


Gráfico I: Distribuição da faixa etária dos alunos

O gráfico II mostra que a oferta do curso atingiu seu principal objetivo quanto ao nível de escolaridade dos alunos: trazer a língua inglesa para pessoas com índices de escolaridade mais desfavoráveis. É possível ver que a maioria das pessoas que frequentaram o curso tem ensino médio incompleto e ensino médio completo, o que indica que a divulgação teve sucesso em captar um público que tem maior potencial em seguir se capacitando, buscando a continuidade dos estudos.

A captação de pessoas para o curso também foi exitosa quanto à renda. O gráfico III mostra que a renda familiar da maioria do público se limitava a até 3

salários mínimos. A matrícula em um curso de inglês particular provavelmente representaria um desafio financeiro para muito das pessoas que frequentaram o curso, portanto, a gratuidade do Curso de Inglês Instrumental para Eventos foi para essas pessoas uma boa oportunidade de se aproximar do idioma.

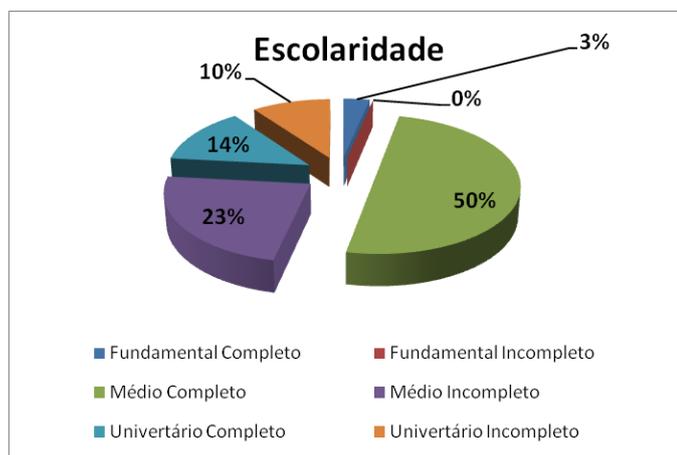


Gráfico II: Distribuição da escolaridade dos alunos

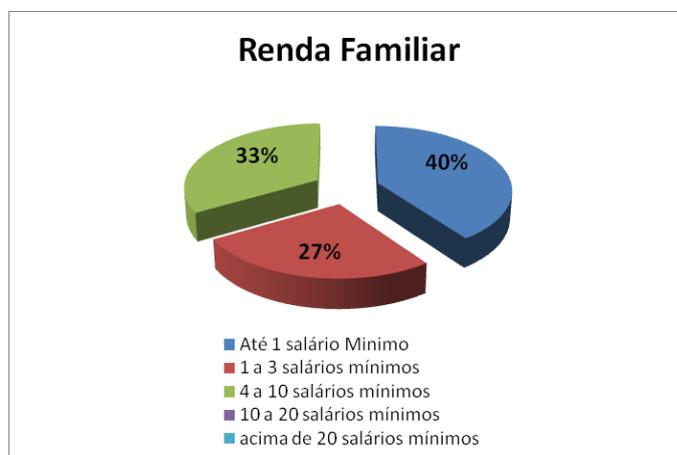


Gráfico III: Distribuição da renda familiar dos alunos

Um questionário foi aplicado para avaliação da eficácia do Curso de Inglês para Eventos I como empreendimento social. Pelo gráfico IV, foi possível observar que a maioria dos alunos tem interesse em seguir estudando o inglês, o que indica que o curso teve interesse em despertar o interesse dos alunos em continuar sua capacitação.

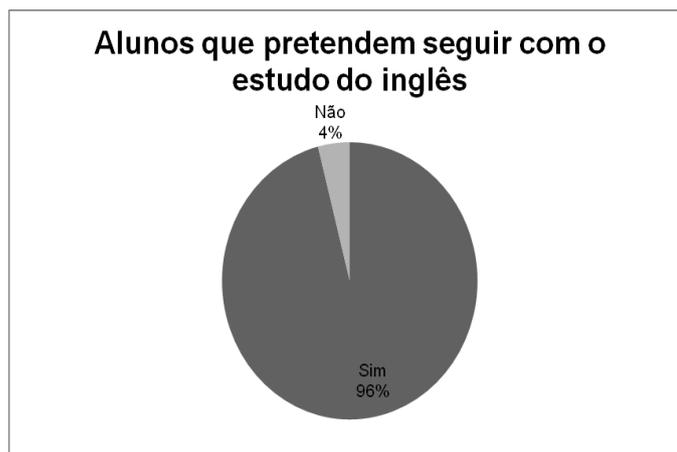


Gráfico IV: Interesse na continuidade do estudo do inglês

Outro aspecto que chama a atenção é o empenho dos alunos durante o curso. Além do baixo índice de ausências observado para as aulas nos sábados, a maioria dos alunos alegou estudar o conteúdo exposto fora de sala de aula pelo menos uma vez por semana, sendo que a maioria estudou diariamente, conforme pode ser observado no gráfico V.

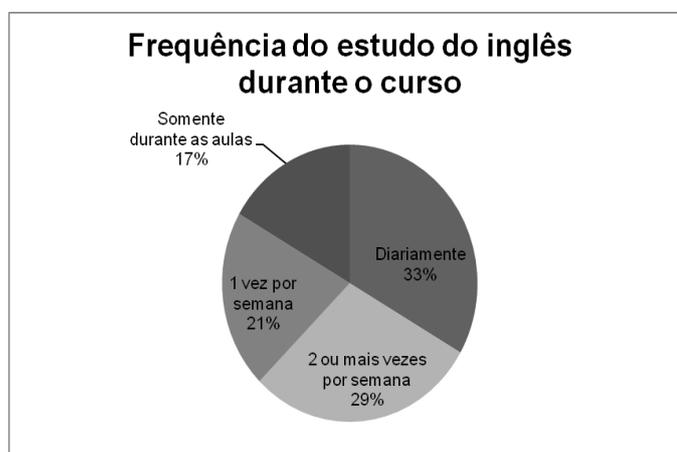


Gráfico V: Frequência do estudo de inglês fora de sala de aula

A maioria dos alunos manifestaram que o material exposto contribuirá de maneira positiva em suas vidas pessoais, conforme pode ser observado no gráfico VI. Isso é um resultado satisfatório para o Curso de Inglês Instrumental para Eventos como empreendimento focado na inversão das relações de poder. Com posse dos

conhecimentos na língua inglesa e com o interesse na continuidade dos estudos, os alunos têm potencial de assumir melhores posições no mercado de trabalho.



Gráfico VI: Uso do Inglês Instrumental para Eventos na vida pessoal

Pelo gráfico VII, é possível avaliar o impacto do curso de inglês na vida dos alunos. Chama a atenção como que a maioria dos alunos citaram aspectos intangíveis, que vão além meramente do aumento do conhecimento adquirido, como a melhoria nos relacionamentos interpessoais, o incentivo à continuação dos estudos e principalmente o auto-reconhecimento. Como esses três aspectos não tangíveis estão relacionados à mudança de comportamento humano, há uma indicação de que o Curso de Inglês Instrumental para Eventos teve êxito como ferramenta de mudanças sociais no longo prazo.



Gráfico VII: Impacto do curso na vida pessoal dos alunos

Os próprios alunos tiveram a oportunidade de registrar o efeito do curso em sua vida profissional. Segundo depoimento da aluna N.R.C.,

“Pretendo aprofundar mais nos estudos, pois isso será bom para meu futuro, no mercado de trabalho de hoje o inglês é muito importante”

Já a aluna M.L.C. enfatizou a importância de se fazer crescer a propagação do conhecimento:

“Minha intenção é ajudar pessoas na sociedade e ensinando a quem precisa”

A melhoria na auto-estima é citada pela aluna M.R.R.:

“No dia a dia já não vou ficar perdida. Em encontros, palestras, cultos, poderei participar de pelo menos uma pequena conversação. Agora não mais falarei ‘I’m not’... Parabéns a todos!”

Outros, como o aluno G.L.G., passaram a se interessar em viagens ao exterior:

“Vou usar o inglês quando estiver junto a estrangeiros em eventos, e quando for ao exterior”

Por fim, é possível ver que o Curso de Inglês Instrumental para Eventos teve um impacto muito positivo para os alunos, melhorando sua autoestima, instigando a continuação dos estudos, melhorando, enfim, a atitude das pessoas perante os desafios impostos pela vida, conforme resume o depoimento da aluna F.F.J.T.:

“A qualidade de um vencedor é nunca desistir! Pois por mais que pareça difícil, eu descobri que sou capaz de aprender o inglês, e tenho certeza que vou falar fluentemente!”

Em suma, é possível formular o seguinte cânone para criação de um empreendimento social voltado para a educação, fundamentado nas experiências com o Curso de Inglês Instrumental para Eventos:

- **Exploração da internet para captação do público alvo:** a divulgação do curso foi efetuada por internet com disponibilização da ficha de inscrição por e-mail
- **Criação de material didático próprio e intuitivo:** para se evitar problemas com violação de direitos autorais, um material exclusivo foi desenvolvido pelos próprios voluntários. O material foi desenvolvido de maneira intuitiva, de maneira que durante a leitura do conteúdo os alunos já pudessem ler o inglês com a pronúncia correta
- **Inscrição com donativos:** a taxa de inscrição do curso foi 3 kg de alimentos não perecíveis. Duas vantagens foram observadas: o empenho que os alunos demonstraram para fazer valer o pequeno investimento, bem como o volume gerado de alimentos, com destinação a instituições de caridade – ou seja, os benefícios do curso não somente se estenderam aos alunos
- **Investimento em equipe de voluntários:** peça fundamental para o sucesso do empreendimento, a coordenação do curso se preocupou em manter a equipe de voluntários motivados através da delegação de tarefas importantes para os mesmos, deixando-os tomar decisões estratégicas para o bom andamento do curso. Ainda, eventos para socialização foram promovidos entre os voluntários para criação de um melhor senso de equipe, além da criação de oportunidades de capacitação do voluntariado
- **Contato com estrangeiros:** oriundo de outra cultura, um grupo de estudantes alemães em intercâmbio foi convidado para participar das aulas como voluntários. Por não falarem o português, o contato entre eles e os alunos necessariamente deveria ser feito em inglês, o que motivou os estudantes a perguntar, se capacitar, para poder desfrutar do contato com os colegas estrangeiros
- **Uso das instalações da universidade:** somente o fato das aulas terem sido ministradas na UFMG, instituição renomada em todo país cujos estudos tem difícil acesso através do vestibular, foi suficiente para elevação da autoestima

dos alunos; além da universidade dispor de todos os meios audiovisuais necessários para o bom andamento do curso

- **Amor, carinho e disciplina com os alunos:** o curso foi encerrado com a celebração de uma formatura exclusiva para os alunos. Em todo o momento, houve preocupação por parte dos voluntários em lembrar os alunos de que eram capazes de falar inglês, bastando apenas querer. Mesmo assim, a disciplina foi mantida. Alunos que tardaram a entregar os 3kg de alimentos foram cobrados, assim como houve reprovação de alunos que não obtiveram a frequência mínima nas aulas.

Para manutenção do caráter inovador do curso, que irá continuar no ano de 2012, mudanças serão efetuadas, principalmente quanto à forma de divulgação, de maneira a se atrair um público de faixas etárias mais avançadas, assim como mudanças na didática do curso, que passará a envolver atividades mais dinâmicas como provas orais e apresentações de trabalhos, que foram apontados pelos próprios alunos como as formas de aprendizado mais eficientes devido à desinibição proporcionada.

6. CONCLUSÃO

O presente trabalho visou o desenvolvimento de uma grounded theory para elaboração de um empreendimento social voltado para educação. Considera-se a educação como um dos mais importantes caminhos para redução da desigualdade social brasileira e nesse cenário as universidades federais, como instituições de excelência de ensino superior, têm um papel muito importante.

O experimento social utilizado foi a elaboração do Curso de Inglês Instrumental para Eventos, um conjunto de aulas e material didático com enfoque em situações conversacionais com os turistas que visitarão o Brasil durante a Copa do Mundo de futebol de 2014.

O curso foi desenvolvido por voluntários e ofertado visando um público-alvo de baixa escolaridade e baixa renda. O objetivo do curso foi instigar nessas pessoas a necessidade de seguir se capacitando e buscando o aprendizado. As aulas foram ministradas entre agosto e dezembro de 2011 nas dependências da Universidade Federal de Minas Gerais.

A língua inglesa foi escolhida como tema desse curso por ser um conhecimento muito procurado pelos brasileiros, já que é muito exigido no mercado de trabalho. Mesmo com essa realidade, os cursos ofertados pelo ensino público carecem de qualidade, sendo necessário frequentar-se cursos particulares que exigem um investimento financeiramente inviável para a população mais economicamente desfavorecida do país. Assim como muitos dos trabalhos desempenhados pelo Terceiro Setor, esse empreendimento representa um complemento em uma área em que o Estado não tem condições de suprir satisfatoriamente.

As aulas de inglês foram lecionadas com o auxílio de recursos audiovisuais fornecidos pela UFMG, nas dependências da Faculdade de Ciências Econômicas. O conteúdo exposto foi elaborado de maneira que o aprendizado fosse intuitivo aos alunos, sendo que as frases já fossem lidas de maneira que a pronúncia fosse correta.

A análise do perfil dos alunos evidenciou que o empreendimento conseguiu captar um público alvo ideal: pessoas com renda familiar mais reduzida e menores índices de escolaridade. No entanto, o empreendimento ainda tem oportunidades de melhoria na captação, pois o curso poderia ter contado com mais pessoas com faixa

etária a partir dos 40 anos, consideradas como as mais carentes de ensino de inglês, uma vez que a ampla divulgação da língua inglesa e facilidade do acesso ao aprendizado ao idioma somente foi alavancada com o desenvolvimento da internet a partir do fim da década de 90.

A pesquisa de opinião realizada com os alunos teve resultados muito positivos quanto ao despertar do interesse dos alunos pelo idioma e na sequência dos estudos após as aulas. Foi visto também o comprometimento dos alunos para com o estudo do inglês fora de sala de aula, sendo que a maioria praticou o conteúdo exposto pelo menos uma vez por semana. Ainda, foi possível observar que os alunos reconhecem certas mudanças em seus comportamentos após a conclusão do curso de inglês: mais do que simplesmente aumento do conhecimento, muitos puderam perceber um aumento no interesse pelos estudos, melhoria na autoestima e melhoria nas relações interpessoais. Esses aspectos intangíveis são essenciais para a mudança nas relações de poder no país ao longo prazo, fator essencial para a redução da desigualdade social no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TERRA, R.L. **Análise da infraestrutura das cidades candidatas à Copa do Mundo FIFA Brasil 2014**. In: 17ª Feira Internacional da Indústria da Construção. São Paulo, 2009.

GASPARIN, M. **Copa do mundo: Uma 'janela' de oportunidades**. Revista Soluções SEBRAE, n. 8, ano 3. Paraná, 2010.

TONINI, A.M.; MAIA, D.M. & LEÃO, I.Z. **Pobreza, desigualdades e mobilidade social no Brasil e América Latina**. Artigo – Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2002.

KLIKSBERG, B. **Repensando o estado para o desenvolvimento social: superando dogmas e convencionalismos**. Cortez/UNESCO, São Paulo, 1998.

KLIKSBERG, B. **Falácias e mitos do desenvolvimento social**. Cortez/UNESCO, São Paulo, 2001.

VIDAL, F.B.; MOREIRA, V. & FARIAS, I.Q. **Empreendedorismo social e economia solidária: um estudo de caso da rede de desenvolvimento local integrado e sustentável da comunidade do Grande Bom Jardim**. Artigo – Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2003.

VIDAL, F.B. & OLIVEIRA, W.M. **Empreendedorismo social: o caso da Cidade dos Meninos**. Artigo – Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2003.

DAVIES, J.B.; SANDSTRÖM, S.; SHORROCKS, A. & WOLFF, E.N. **The level and distribution of global household wealth**. Economics Dept, University of Western Ontario. Canadá, 2008.

PNUD. **Relatório do Desenvolvimento Humano**. Estados Unidos, 1999

VEIGA, M. & BONETI, L.W. **As políticas públicas de educação inclusiva e a universidade brasileira – como a universidade brasileira deve compreender-se no processo de inclusão**. Artigo – Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Paraná, 2007.

ERNST & YOUNG. **Brasil sustentável: impactos socioeconômicos da Copa do Mundo 2014**. São Paulo, 2010.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Parâmetros curriculares nacionais : terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira**. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília, 1998.

PETRINI, M. & POZZEBON, M. **Usando grounded theory na construção de modelos teóricos**. Revista Gestão e Planejamento, vol. 10, n. 2., Salvador, 2009.

HOPFER, K.R. & LIMA, S. M. **Grounded Theory: avaliação crítica do método nos estudos organizacionais**. Revista FAE, vol. 11, n. 2., Curitiba, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**. Disponível em www.planodenegocios.com.br. Acesso em: 11 out. 2011.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Campus, São Paulo, 2001.

RIMOLI, C.; ANDREASSI, T.; GOUVEA, R. & BRITO, J. **Reflexões sobre empreendedorismo: estudo de casos de empresas de sucesso e insucesso**. Revista de Práticas Administrativas, vol. 1, n. 3., Maringá, 2004.

RODRIGUES, J.C.; FISCHER, A.L.; DUTRA, J.S. & BAIÃO, M.S. **Avaliação de programa de treinamento em gestão de ciência e tecnologia**. Revista de Administração, vol. 32, n. 1., São Paulo, 1997.

PAIVA JÚNIOR, F.G.; LEÃO, A.L. & MELLO, S.C. **Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia**. Revista de Administração Contemporânea, vol. 10, n. 4., Rio de Janeiro, 2004.

SILVEIRA, A.C.; VILLENA, D.J.; GONÇALVES, G.; BONELI, J.J.; CASTRO, N.E. & BARBOSA, P.A. **Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender**. Revista Foco, 2ª edição, Espírito Santo, 2007.

NOLETO, M.J. & WERTHEIM, J. **Pobreza e desigualdade no Brasil: traçando caminhos para a inclusão social**. UNESCO, Brasília, 2004.

HITAKA, E.M. & SANTOS, M.M. **Empreendedorismo social e empreendedorismo empresarial com responsabilidade social – da prática a normalização**. In: V Jornada Científica, Faculdades ASSESC. Santa Catarina, 2007.

JANVRY, A.; FINAN, F.; SADOULET, E.; NELSON, D.; LINDERT, K.; LA BRIÈRE, B. & LANJOUW, P.: **Brazil's Bolsa Escola Program: The Role of Local Governance in Decentralized Implementation**. SP Discussion Paper, n.0542, World Bank Institute, Estados Unidos, 2005.

WADDOCK, S.A. & POST, J.E.: **Social entrepreneurs and catalytic change**. Public Administration Review, vol. 51., n. 5., Estados Unidos, 1991.

CUNHA, C.J.; **Entrepreneurism and social commitment**. World Engineer's Convention Magazine, vol. 1., n. 1., Brasília, 2005.

MELO NETO, F.P. & FRÓES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social**. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001.

ODARA, M. **Empreendedorismo social: construindo o conceito, transformando o setor social**. Disponível em www.ashoka.org.br. Acesso em: 15 out. 2011.

KARKOTLI, G. **Responsabilidade social empresarial**. Vozes, Rio de Janeiro, 2006.

DEES, J.G. **The meaning of “Social Entrepreneurship”**. Stanford Graduate School of Business, Estados Unidos, 1998.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Nova Cultural, São Paulo, 1997.

FARFUS, D. & ROCHA, M.C.S. **Inovação social: um conceito em construção**. Inovações Sociais, v. 2., Paraná, 2007.

CASTRO SILVA, F.C. **Inovação social e coesão social em Belo Horizonte**. In: URB-AL III, Plataforma de Liderazgo Local. Minas Gerais, 2010.

ANDRÉ, I. & ABREU, A. **Dimensões e espaços da inovação social**. Finisterra, v. 41., n. 81., Portugal, 2006.

LASSANCE JR, A.; PEDREIRA, J. **Tecnologias Sociais e Políticas Públicas**. Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento, FBB, Rio de Janeiro, 2004.

BAUMGARTEN, M. **Tecnologias sociais e inovação social**. In: Antônio David Cattani; Lorena Holzmann. Dicionário Trabalho e Tecnologia. 1 ed., v. 1., Porto Alegre, 2005.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL. **Tecnologia social**. Conhecimento e cidadania, v. 1. São Paulo, 2007.

FLEURY, S. **Observatório da inovação social**. In: Congresso Internacional del Clad Sobre La Reforma del Estado y de La Administración Pública. Buenos Aires, 2001.

SOARES, J.B. **Voluntariado Educacional: um dos caminhos para cidadania**. Divulgação do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. São Paulo, 2009.

AYRES, B.R.C. **Informação, voluntariado e redes digitais**. Dissertação de Mestrado/UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2003.

SANTOS, M.A. **Gestão de voluntariado: um desafio da gestão de pessoas. Estudo comparativo entre os programas de voluntariado da associação viva e deixe viver e do projeto entorno**. Monografia de especialização/Universidade São Marcos. São Paulo, 2007.

FLYVBJERG, B. **Case Study**. The Sage Handbook of Qualitative Study, 4th edition. Estados Unidos, 2011.

MORAES, R. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

APÊNDICE I: PESQUISA DE OPINIÃO

Você gostou do curso de Inglês Instrumental para Eventos I?

Pedimos para que responda com franqueza as perguntas abaixo. Não é necessário se identificar.

- 1- Você pretende continuar seus estudos em inglês?
 - a) Sim
 - b) Não
- 2- Com que frequência você estudou inglês durante o curso?
 - a) Diariamente
 - b) 2 ou mais vezes por semana
 - c) 1 vez por semana
 - d) Somente durante as aulas
- 3- Como você pretende aplicar o conteúdo aprendido em sua vida profissional?

- 4- O conteúdo exposto foi exposto de maneira clara? (1 = Ruim, 5 = Excelente)

- 5- O professor conseguiu ensinar de maneira clara e resolver suas dúvidas? (1 = Ruim, 5 = Excelente)

- 6- Como você avalia sua participação durante as aulas? (1 = Ruim, 5 = Excelente)

- 7- Você ensinou a alguma outra pessoa algum dos itens expostos em sala de aula?

- a) Sim
- b) Não

- 8- Você recomendaria a outra pessoa o Curso de Inglês Instrumental para Eventos I?

- a) Sim
- b) Não

- 9- Além dos conhecimentos no inglês, descreva em uma frase o que mudou em sua vida após o Curso de Inglês Instrumental para Eventos I.
