



enviar

## Empreender na Universidade

Vasco Eiriz • *ECONOMISTA E PROFESSOR NA ESCOLA DE ECONOMIA E GESTÃO DA UNIVERSIDADE DO MINHO. TEXTOS ELABORADOS EM COLABORAÇÃO COM A ORDEM DOS ECONOMISTAS*

em foco

[grande plano](#)

[tema de semana](#)

[preto no branco](#)

[sociedade](#)

[política](#)

[opinião](#)

[economia](#)

[mundo](#)

[grande porto](#)

[grande lisboa](#)

[sénior](#)

[país](#)

[polícia](#)

[cultura](#)

[etcetera](#)

[televisão](#)

[desporto](#)

[última](#)

[ficha técnica](#)

[fale connosco](#)

O desenvolvimento da capacidade empreendedora da Universidade é um desafio importante. É importante porque o seu sucesso depende largamente dessa capacidade. Empreender na Universidade implica uma postura que reconheça o conhecimento como um bem que se cria, desenvolve e transmite.

Convencionalmente, a transmissão pode ser feita para os alunos, mas pode também envolver a comercialização de serviços e produtos no mercado. Se isto é verdade nas universidades das sociedades mais desenvolvidas, mais verdade o é num contexto de escassez de financiamento público e pressão para gerar receitas próprias. Simultaneamente, as transformações em curso no mercado de trabalho obrigam ao fomento do espírito empreendedor do aluno, não só pela crescente instabilidade e insegurança dos percursos profissionais, mas também pela incapacidade das empresas instaladas absorverem toda a mão-de-obra disponível. O desenvolvimento numa universidade empreendedora pode ser alcançado por três vias que não são substitutas, mas sim complementares.

Numa dessas vias, desenvolver o empreendedorismo na Universidade implica, em primeiro lugar, criar uma cultura de risco, procura e descoberta. Fomentar essa cultura passa pela inovação nos métodos de ensino e de aprendizagem. Quando esses métodos incentivam o aluno a ser autónomo, independente e a procurar activamente respostas, estão a contribuir para fomentar o espírito empreendedor, não só do aluno, mas também do docente que tem assim de recorrer a métodos diferentes que envolvem mais experimentação e risco. Uma universidade pode, assim, criar um círculo virtuoso em que a exigência dos docentes orientada para ensinar num ambiente criativo e empreendedor fomenta a exigência dos alunos para aprender nesse ambiente. Esta via para tornar a Universidade empreendedora é importante, mas não suficiente.

É também necessário que uma cultura empreendedora seja incentivada por programas de formação sobre criação de empresas e lançamento de novos negócios. A formação em empreendedorismo é hoje tão necessária a um aluno de Gestão ou de Economia, como a um aluno de Engenharia ou Letras. Empreender contribui para ganhos de natureza económica como a criação de riqueza, assegurar rendimentos ou ocupação profissional, mas também ganhos de natureza sociopsicológica, frequentemente associados a estilos de vida, realização pessoal, autonomia ou altruísmo. Os programas de empreendedorismo deverão estar claramente vocacionados para fornecer enquadramentos e ferramentas que facilitem a criação de condições para o sucesso empresarial.

Finalmente, a terceira via obriga a que a Universidade como organização seja também ela empreendedora, não só nos seus programas de formação, mas também na sua forma de actuação. A Universidade deve ser capaz de comercializar muitos dos seus serviços e empresarializar algumas das suas estruturas. Na verdade, o mercado ajuda a testar o valor de alguns serviços da Universidade. Pelo menos assim tem sido e não parece haver forma de inverter esta



[futebol](#)

[biografias](#)

[RTPi](#)

[câmbios](#)

[tempo](#)

[cinemas](#)

[cyber utilidades](#)

[férias](#)

[lazer](#)

tendência. Sem pôr em causa a sua missão, a Universidade precisa de repensar a sua oferta e os seus mercados. Muitos dos mercados e serviços em que a Universidade não está ainda presente requerem novas estruturas, sistemas e estratégias. Requerem uma abordagem empreendedora que incentive a inovação e compense o esforço. As três vias para desenvolver uma universidade empreendedora são importantes. Nenhuma substitui as outras duas. Elas complementam-se.



TSF

DN

JN

NATIONAL GEOGRAPHIC

Jornais Regionais

Lojas e Serviços



Multimedia

Copyright © 2001 Empresa do Jornal de Notícias, S.A.  
Todos os direitos reservados  
[Fale connosco](#) | [Ficha técnica](#)

