EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR: UMA ABORDAGEM TEÓRICA

Danilo Xavier Saes
Fábio Henrique Soares Pita**

RESUMO

A preparação e formação escolar no Brasil, geralmente, em sua maioria, é voltada para a estabilidade e segurança na empresa em que se irá exercer uma profissão, independente de qual seja. Em outros países, esta formação já está sendo focada na formação de um empreendedor a partir dos primeiros anos escolares, sendo que, em alguns destes países, Empreendedorismo não é apenas uma disciplina ou um módulo, mas sim um Curso Superior. Muitos jovens pensam em se aventurar em um empreendimento após a conclusão da faculdade, porém, se existisse um planejamento executado no decorrer do curso superior ou a orientação voltada à abertura de uma nova empresa, isso não seria apenas uma aventura, mas poderia contribuir de forma positiva para o sucesso do novo empreendimento. Dados do Sebrae informam que, em grande parte dos casos, as micro e pequenas empresas fecham precocemente, antes de 2 anos de existência. Isso ocorre devido a inexperiência e a falta de instrução do novo empreendedor. De forma objetiva, o presente artigo pretende mostrar a importância do estudo do Empreendedorismo, de maneira mais enfática nos cursos de graduação, oferecendo conhecimentos necessários para que, os recém-formados, possam não se aventurar, mas planejar a abertura de uma empresa e minimizar os riscos de insucesso.
Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Empresa. curso superior. Planejamento. Formação de empreendedores. Sucesso.

ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION: A THEORETICAL APPROACH

ABSTRACT

The preparation and training school in Brazil, generally, for the most part is geared to stability and security in the company in which a profession will be exercised, regardless of what profession it is. In other countries, this training has been focusing on the formation of an entrepreneur in the early years of school, and in some of these countries Entrepreneurship is not just a subject or a module, but a Superior Course. Many young people think about venturing in a business enterprise after finishing the graduation course, however, if there were a planning implemented in university course orientation focused on the opening of a new company, it would not be just an adventure, but it could help positively for the success of the new business. Datas from Sebrae inform that in many cases, the micro and small businesses close early, before 2 years of existence, this is due to inexperience and lack of instruction of the new entrepreneur. From an objective way, this article aims at showing the importance of the study of Entrepreneurship in a more emphatic way graduation programs, providing knowledge required for the newly graduated to not only venture, but plan the opening of a business and minimize the risk of failure.
Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Company. superior course. Planning. Entrepreneur's formation. Success.

* Pós-Graduado em Gestão Estratégica de Empresas. Faculdade Maringá Instituto Paranaense de Ensino. Maringá-Paraná. Técnico em Processamento de Dados, Empresário e Professor. E-mail: danillo@onlinetotal.com.br
* *Pós-Graduado em Gestão Estratégica de Empresas. Faculdade Maringá Instituto Paranaense de Ensino. Maringá-Paraná. Técnico em Processamento de Dados, Empresário e Programador. E-mail: fabio@produsys.com.br

INTRODUÇÃO

A figura do empreendedor tem reconhecimento recente no cenário econômico nacional como agende transformador e gerador de riquezas para a economia moderna. Surgido no século XII, passou a receber atenção e interesse crescentes apenas nas últimas décadas, sendo que, o termo empreendedorismo, apesar de não ser novo, tem recebido maior atenção e vêm ganhando espaço no decorrer dos anos.

Segundo o Relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2001 do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o Brasil ficou entre os 5 países mais empreendedores do mundo, sendo que, 14,2% da população adulta, estava criando ou administrando uma nova empresa. Para Peters (2002), existem melhores empreendedores no Brasil que nos Estados Unidos, devido às várias crises e situações adversas que os brasileiros conseguem superar.

No início da década de 90, o SEBRAE e outros órgãos de fomento começaram a se preocupar com a profissionalização dos empreendedores, porém, é notável que em todos os níveis escolares do país, da pré-escola à graduação, a dedicação ao ensino do empreendedorismo é mínima.

Diversos autores afirmam que a empresa é um sonho que se faz realidade. Para Dolabela (2006), mesmo o empreendedor sendo um gênio na arte de fazer pão ou de projetar softwares, nada conhece de finanças, marketing e organização, porém, não precisa sofrer para aprender. Com base neste pensamento, nota-se a necessidade de se implantar de maneira mais enfática o ensino do empreendedorismo nos cursos superiores, de forma que estes estudos possam contribuir para a preparação do futuro empresário.

Estatísticas do SEBRAE (2007) indicam que mais da metade dos novos postos de trabalhos, em qualquer lugar do mundo, são gerados por empresas com menos de cinco anos de existência. Dados como estes comprovam a importância da figura do empreendedor no cenário econômico mundial, pois contribuem para o progresso e geração de riquezas.

Devido à necessidade de uma mudança de conceitos e metodologias de ensino, a preparação dos profissionais do futuro e as rápidas transformações na sociedade têm sido temas discutidos no meio acadêmico. A maioria das instituições de ensino não prepara os acadêmicos para serem empreendedores e enfrentar o mundo dos negócios. Em conseqüência disso, parece existir uma lacuna entre instituições e empresas. O ideal seria uma sintonia fina entre ambas as partes, de forma a preparar os futuros profissionais, não somente na teoria, mas, principalmente, na prática, para que possam constituir empresas que desenvolvam produtos e serviços, e contribuam para o crescimento da economia.

Às instituições, fica a responsabilidade de semear a cultura empreendedora e desenvolver competências que estejam à altura de disputar um espaço em um mercado altamente competitivo, cabendo a elas o desenvolvimento do perfil destes profissionais.

As taxas de mortalidade de micro e pequenas empresas são elevadas nos primeiros anos de existência. Segundo Peters (2002), estas empresas "são o coração e a alma do sucesso econômico, no Brasil ou nos EUA". Em muitos casos de mortalidade precoce de empresas, a justificativa é a falta de preparo, conhecimento e formação administrativa por parte de seus proprietários. O mesmo autor afirma que "o grande administrador é aquele que sabe lidar com situações adversas e perigosas", porém, caso o gestor da empresa não tenha conhecimento suficiente, a probabilidade de insucesso é quase certa.

O presente artigo visa mostrar a real importância de se dar mais ênfase ao ensino do

empreendedorismo em cursos superiores, mostrando a contribuição que este tipo de estudo possibilita aos futuros profissionais, sejam eles empresários ou não.

CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Empreendedorismo

O termo Empreendedorismo deriva da palavra entrepreneurship, que contém idéias de iniciativa e inovação. Foi utilizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1950, como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações (WIKIPEDIA, 2007). Para Dolabela (2006), empreendedorismo "é um termo que implica em uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar [...] é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem".

Uma das definições, provavelmente, mais antigas e, talvez, que melhor explica o espírito empreendedor é de Josh Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2005):

> O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

O empreendedor é aquele que, independente do ramo de atividade, cria uma nova empresa ou adquire uma já existente e introduz inovações, assumindo os riscos que existem com o empreendimento. É um agente de mudanças que aproveita oportunidades. É um indivíduo aberto, que enxerga nas pessoas a maior fonte de seus aprendizados. Também pode ser considerado empreendedor um funcionário que realiza inovações na organização, conseguindo assim, agregar mais valor ao seu produto ou serviço.

Na visão de Dolabela (2006), o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade, é protagonista e autor de si mesmo e da comunidade em que vive. Sendo assim, contribui de forma considerável para o crescimento econômico e desenvolvimento social, dinamizando a economia por meio da inovação.

Uma das mais difíceis tarefas de um empreendedor é inovar e também conciliar todas as forças em funcionamento no ambiente. Segundo Hisrich e Peter (2004), a capacidade de inovar pode ser observada no decorrer da história, desde os egípcios que criaram as grandes pirâmides com blocos de pedras que pesavam muitas toneladas, até o módulo lunar Apolo. Embora as ferramentas tenham mudado com os avanços na ciência e tecnologia, a capacidade de inovar está presente em todas as civilizações.

Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo começou a ganhar força no território nacional na década de 90, com a abertura da economia. Os produtos importados ganharam mercado, o que ajudou no controle dos preços. A entrada destes produtos contribuiu para o crescimento do país, porém, de outro lado, alguns setores passaram por dificuldade (BERTASSO, 2006).

Com a competitividade em alta, empresas de diversos tamanhos precisaram se modernizar para voltar a obter crescimento. Passando os anos, a estabilidade foi retomada juntamente com planejamento, e milhares de postos de trabalhados foram sendo criados pelo país afora. Investidores de outros países voltaram a dar credibilidade para o Brasil, contribuindo também para o aumento das exportações.

Mas, segundo Bertasso (2006), os maiores problemas dos empreendedores brasileiros são a falta de preparo, planejamento e conhecimento específico sobre o negócio. Hoje é fundamental

o aprendizado e a formação de empreendedores.

Empresas

Na visão de Chiavenato (2005), uma empresa é o conjunto de pessoas que trabalham juntas, no sentido de alcançar objetivos, por meio da gestão de recursos humanos, materiais e financeiros. Geralmente, as empresas são compostas de várias pessoas, embora existam empresas individuais, formadas por um só indivíduo. As pessoas juntam-se para atingir objetivos que, isoladamente, jamais conseguiriam alcançar sem às colaborações.

Segundo o Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas do Sebrae (2005), pode-se classificar as empresas por porte, como descrito abaixo:

» Microempresa: na indústria, até 19 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, até 09 pessoas ocupadas;
» Pequena empresa: na indústria, de 20 a 99 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, de 10 a 49 pessoas ocupadas;
» Média empresa: na indústria, de 100 a 499 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, de 50 a 99 pessoas ocupadas;
» Grande empresa: na indústria, acima de 500 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, acima de 100 pessoas ocupadas.

Ainda segundo Chiavenato (2005), em virtude do ramo de atividade, as empresas podem ser classificadas em:

» Industriais: produzem bens de consumo ou bens de produção mediante a transformação de matérias-primas em mercadorias ou produtos acabados.
» Comercias: vendem mercadorias ou produtos acabados diretamente ao consumidor ou aquelas que compram do produtor para vender ao varejista.
» Prestadoras de serviços: oferecem trabalhos especializados como transporte, educação, saúde, comunicação, lazer, serviços de manutenção entre outros.

Empreendedor

Chiavenato (2005) considera o empreendedor uma pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com tudo isso, o empreendedor consegue transformar idéias em realidade, e idéias simples e mal estruturadas em algo concreto e bem-sucedido.
Segundo Hisrich e Peter (2004):

> Para alguns homens de negócio, um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto, para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir.

ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

A realização de um sonho ou projeto pessoal é um motivo forte que leva a pessoa a criar um novo empreendimento. De outro lado, a falta de oportunidade no mercado de trabalho também é um fator que pode levar o indivíduo a se aventurar como empresário e abrir seu próprio negócio. Em muitos destes casos, devido à inexperiência e pouco conhecimento, o novo empreendimento pode ser colocado em risco.

A busca pela realização pessoal e profissional é algo que faz parte da natureza humana, porém não de todos. Segundo Farah e Cavalcanti (1992):

> Na maioria dos casos existe uma tendência dos novos empresários abrirem seus negócios sem fazer qualquer indagação anterior à abertura e implantação dos mesmos. Tal precipitação é a causa, muitas vezes, da mortalidade precoce destas organizações que poderiam se transformar em empresas bem sucedidas.

Devido a estes fatores, nota-se a importância em se preparar melhor antes de criar ou comprar uma empresa. Segundo Filion (2007), em comparação com países norte americanos, "na América do Norte não existe mais praticamente nenhuma instituição de ensino superior que não apresente, em seu currículo, ao menos um curso de empreendedorismo".

Para uma pessoa ser considerada empreendedora, deve possuir algumas habilidades técnicas, gerencias e algumas características pessoais. No campo técnico, deve ser capaz de captar informações, ter o dom da oratória, liderança, trabalhar em equipe, dentre outros fatores. As habilidades gerenciais fazem com que o empreendedor saiba lidar com marketing, finanças, logística, produção, tomada de decisão e negociação. Deve possuir como características pessoais, disciplina, persistência, habilidade de correr riscos, inovar, e outras características inerentes a este indivíduo (DORNELAS, 2001 apud PREVIDELLI, 2006, p.23).

No Brasil, o número de pequenas e micro empresas vem aumentando a cada ano. Dados do SEBRAE demonstram que a contribuição das PMEs para a economia nacional é enorme. Em contrapartida, é nítido a alta taxa de mortalidade destas empresas nos primeiros anos de vida, em torno de 80% nos dois primeiros anos. Esta informação vem comprovar a necessidade dos novos empreendedores se prepararem de maneira mais sólida para garantir o sucesso do novo empreendimento.

De acordo com Marques (2006):

> O brasileiro, tradicionalmente, não é preparado para ter seu próprio negócio. Mais do que isso, muitas das instituições de Ensino Superior ainda não se preocupam em preparar o jovem para encarar as dificuldades da economia.

Em sua grande maioria, os cursos de administração e afins, preparam o acadêmico para administrar o dinheiro de outras pessoas e não para multiplicar sua própria renda. Tal preparação pode ser realizada no decorrer do curso de graduação, que é um período em que o acadêmico, e, possível futuro empreendedor, está disposto a adquirir novos conhecimentos. A falta de preparo e pouca informação e planejamento são os maiores problemas enfrentados. Bertasso (2006), afirma que "O brasileiro é empreendedor, mas tem de se preparar melhor".

Riscos sociais, financeiros e psicológicos fazem parte do cotidiano de uma empresa. Ao iniciar um negócio é importante que o indivíduo esteja preparado para enfrentar estes possíveis riscos. Determinação e força de vontade são características importantes, porém, não são suficientes. Uma preparação e aprendizado que contribua eficazmente com a formação dos empreendedores são de vital importância para obter êxito com o novo empreendimento.

O Ensino do Empreendedorismo

Com o passar do tempo, aumenta cada vez mais o número de pessoas interessadas em compreender melhor suas organizações, porém, existe uma dúvida que paira nos pensamentos de muitas destas pessoas: um indivíduo pode aprender a ser um

empreendedor ou isso é apenas um dom nato?

Para Dolabela (2006) e Filion (2007), modelos de influência são de vital importância para a concepção de um comportamento empreendedor, ou seja, o futuro empresário observa e segue um modelo, na maioria dos casos, de dentro da própria família, mostrando que a prática é o fator principal para aquisição de uma cultura empreendedora.

Hoje em dia, acredita-se cada vez mais que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento (DORNELAS 2005).
Filion (2007) afirma que:

O empreendedor é com freqüência considerado uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócios, os nichos de mercado e que sabe se organizar para progredir. Assim, a essência do trabalho do empreendedor consiste em definir contextos.

Desta forma, a implantação de aulas de empreendedorismo, seja como módulo ou como um Curso Superior, deve ser planejada de forma a não podar a prática empreendedora dos acadêmicos, sendo ministrado de forma dinâmica e que instigue desafios aos alunos, utilizando estudos de caso, trabalhos práticos e mantendo um relacionamento com pessoas que já praticam o empreendedorismo.

Na visão de Marques (2006):

> Parte das universidades que apostam no empreendedorismo o faz de forma combinada. Ao mesmo tempo em que os professores levam o tema para a sala de aula (e é lá que, no relacionamento diário, o aluno ganha confiança), a instituição cria condições para o desenvolvimento dos alunos. É o que acontece, por exemplo, com as empresas juniores, em que os alunos passam a ter contato com gestão desde cedo - e também são incentivados a tomar decisões empreendedoras.

Para implantação destes estudos, é importante também levar em consideração os stakeholders, que, segundo Bernardes e Martinelli (2004) apud Freeman (1984), são "todos os grupos ou pessoas que podem afetar ou são afetados pelos resultados da ação organizacional." Desta forma, toda a comunidade (local, empresários, governo, instituições financeiras, etc.), que possui ligação com a comunidade acadêmica, poderá ser envolvida no processo de preparação dos novos empreendedores.

Bernardes e Martinelli (2004) exemplificam que a aplicação do estudo do empreendedorismo gera resultados positivos, podendo ser observados em Centros e Programas de Desenvolvimento de Empreendedorismo, no Canadá e Estados Unidos. O objetivo destes programas é propagar as práticas e compartilhar os resultados, fazendo assim, com que a compreensão de riscos e facilidades fiquem mais claras, e a que a troca de experiências possa enriquecer o grau de conhecimento dos que estão envolvidos.

O Papel do Professor

É importante que professores e Instituições de Ensino unam forças para levar não apenas conceitos, mas também incentivar a prática do empreendedorismo nas salas de aula. Este é um desafio que pode ser aplicado em todas as áreas de conhecimento, sejam elas humanas, exatas ou biológicas.

Estimular os alunos a pensar como empreendedores, incentivá-los a colocar em prática o

que aprendem e superar alguns desafios práticos transmitidos em aula, são ações que podem contribuir na formação dos acadêmicos. De acordo com estudos realizados pelo Universia, Rede de Universidades, Rede de Oportunidades, (2006), neste processo, os professores universitários exercem um papel importante, e é na sala de aula, muitas vezes, que esse estímulo acontece.

É importante realizar a condução das aulas de forma a não comprometer o conteúdo técnico, porém os alunos devem conhecer a realidade do mercado e do mundo dos negócios. Estudos de caso realizados, também pelo Universia (2006) na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, mostram que professores que mantém esta postura e estimulam os estudantes nesta direção, costumam transformar suas idéias em oportunidades.

No caso do ensino do empreendedorismo, ensinar é algo além do que simplesmente transferir informações e conhecimentos, da mesma forma que é feita com outras disciplinas, como Matemática e História, por exemplo. Por não ser um tema cognitivo, ou seja, simplesmente um processo de conhecimento que tem como material a informação do meio em que se vive e o que está registrado na memória, empreendedorismo diz respeito à cultura, valores e crenças.

Em entrevista cedida ao Universia (2005), o professor Dolabela afirma que:

> Aprende-se a ser empreendedor através da convivência com pessoas que sinalizam positivamente para os valores empreendedores, como criatividade, inovação, rebeldia, autonomia, independência, auto-suficiência, enfim, de protagonismo. São esses valores que devem ser desenvolvidos.

Desta forma, é fundamental que os professores demonstrem atitudes empreendedoras, as quais podem estimular os estudantes a colocar em prática suas idéias e realizar seus objetivos.

A maioria dos seres humanos possue o desejo de realizar algo diferente ou de sua própria autoria, e obter reconhecimento perante a sociedade. Sendo isso algo da própria natureza humana, os mentores dos acadêmicos precisam apenas estimular e fomentar as suas atitudes empreendedoras, dando incentivo à criatividade e pensamentos inovadores.

Experiências reais enriquecem o ambiente em sala de aula, transformando-a em um laboratório de conhecimentos. Os empreendedores já estabelecidos podem contribuir positivamente com o conteúdo das aulas, relatando seus casos e testemunhando para os estudantes, a realidade de um empreendimento.

Todo tipo de mudança, seja ela simples ou revolucionária, terá aceitação de uns e reprovação de outros. Porém, estudos de caso do Universia (2006) mostram que professores tentam transformar a sala de aula em um universo de negócios e, em pouco tempo, alunos e professores conseguem enxergar através desta metodologia de trabalho uma forma de aproximar o ambiente acadêmico com a realidade profissional, fazendo com que os acadêmicos saiam da graduação, sintonizados com as expectativas do mercado.

CONCLUSÃO

O presente artigo teve como principal objetivo mostrar a real importância do ensino do Empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior, além de expor sugestões, opiniões e experiências de autores renomados, de que esta metodologia, mesmo sendo revolucionária, tem obtido resultados satisfatórios nas instituições que a adotaram.

Manter uma empresa estabilizada no mercado não é uma tarefa fácil. Sem experiência e conhecimentos administrativos, o empresário pode sofrer dificuldades ainda maiores. Como foi exposto, as pequenas e micro empresas contribuem significativamente para a economia do país. Porém, a grande maioria se extingue antes de completar dois anos de existência.

A realidade acadêmica atual, mais voltada para a área de administração, é a de preparação para administrar empresas de terceiros. É necessário que esta metodologia de ensino seja revista de forma a preparar o futuro administrador ou até mesmo um profissional de curso técnico, para administrar seu próprio negócio.

Este tipo de mudança requer o envolvimento não apenas da instituição que a aplica, mas da comunidade como um todo, em especial, de empreendedores já estabelecidos, os quais podem levar suas experiências e vivências para o interior da sala de aula, tornando assim, o conteúdo mais dinâmico e atrativo.

Sabe-se que a maneira de encarar e se dedicar ou não a uma determinada disciplina acadêmica varia de uma pessoa para outra, porém, a vivência prática em relação a esta disciplina pode fazer a diferença no resultado com os estudantes.

É importante ressaltar que existe uma barreira psicológica entre o ser humano e uma possível mudança, seja ela física ou não. No entanto, como foi demonstrado no artigo, alguns estudos comprovaram que após a realização de algumas aulas, empreendedores, professores e alunos conseguem enxergar a positividade destas mudanças, que aproximam o universo acadêmico do mundo dos negócios.

O professor exerce um papel muito importante diante destas modificações, sendo que a ele será dada a responsabilidade de fazer com que os alunos sejam estimulados a pensar e agir como empreendedores, pois na verdade, este espírito de desejo em realizar algo diferente, novo e revolucionário, que é característica de um empreendedor, já faz parte da natureza humana, estando apenas adormecido no ser humano.

REFERÊNCIAS

BERTASSO, A. de L. R. Comportamento estratégico empreendedor. Maringá, 2006. Apostila didática.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, F. O segredo de Luisa. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2005

FARAH, O. E.; CAVALVANTI, M. Empresas: criação & administração. São Paulo: Érica, 1992.

FILION, L. J. Empreendedorismo como tema de estudos superiores. Disponível em: < http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf >. Acesso em: 11 dez. 2007.

HIRICH, R. D.; PETER M. P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARQUES, R. Empreender para surpreender: para jovens, sala de aula poder incentivo para o empreendedorismo. Disponível em: <http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=10539>. Acesso em: 13 nov. 2007.

PETERS, T. Não é hora para conservadorismo. Folha de São Paulo, São Paulo, 1 set. 2002.

PREVIDELLI, J. J.; SELA, V. M. Empreendedorismo e educação empreendedora. Maringá: Unicorpore, 2006

SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br >. Acesso em: 13 nov. 2007.

UNIVERSIA. Disponível em: < http://www.universia.com.br>. Acesso em: 13 nov. 2007.

WIKIPÉDIA. Disponível em: <http://www.wikipedia.org.br>. Acesso em: 13 nov. 2007.