



MANIFESTO DA SBPOT EM DEFESA DAS EMPRESAS JUNIORES

Em 1967, alunos da ESSEC – L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales, em Paris, fundaram a Junior ESSEC Conseil, uma associação de estudantes que promoveria a conexão prática dos conhecimentos acadêmicos com clientes do mercado.

Esse movimento começou em função da necessidade que os estudantes sentiram de dominar as ferramentas utilizadas no mercado em que eles trabalhariam num futuro próximo. O movimento se espalhou entre as escolas de Engenharia e Administração da França, em seguida pelas escolas de comunicação, agronomia e outras universidades. Em 1969 foi criada a Confederação Francesa de Empresas Juniores, a primeira confederação, que reuniu mais de 20 empresas na época.

As empresas juniores são constituídas pela união de alunos matriculados em cursos de graduação, em instituições de ensino superior, organizados em uma associação civil, sem fins lucrativos, com o intuito de realizar projetos e serviços que contribuam para a formação de profissionais competentes, capacitados e comprometidos com o objetivo de desenvolvimento do país.

Nesse sentido, o objetivo principal das empresas juniores é desenvolver pessoal e profissionalmente os seus membros por meio da experiência empresarial, realizando projetos e serviços na área de atuação do(s) curso(s) de graduação ao(s) qual(is) a empresa júnior for vinculada.

Além de atingir seu próprio objetivo, a formação profissional de alunos de graduação, as empresas juniores contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo em sua região. Em alta escala, o Movimento das Empresas Juniores (MEJ) contribui com uma importante parcela para o desenvolvimento empresarial e econômico do país. Atualmente, no Brasil há mais de 700 empresas juniores, contando com mais de 22.000 empresários, oriundos de cursos de graduação, em todas as regiões do país.

Por se enquadrarem no terceiro setor e não possuírem fins lucrativos, as empresas juniores acabam por ter reduzidos custos operacionais e de tributação que permite que elas ofereçam serviços de qualidade a um custo baixo. As empresas juniores atendem principalmente o mercado das micro e pequenas empresas, que frequentemente não tem acesso a consultoria sênior quando enfrentam grandes dificuldades de gestão.

A fim de garantir um excelente resultado e o aprendizado dos alunos, todo o trabalho executado pode e deve ter o acompanhamento e a orientação de um professor da respectiva área do conhecimento. Ex-alunos que passaram por empresas juniores contam com diferencial de conhecer o mercado e a realidade profissional, ainda dentro da Graduação, ter experiência de trabalho, conhecer a prática empreendedora e ter oportunidade de desenvolvimento de suas habilidades no mundo empresarial.



Apesar da grande expansão que envolve essas empresas, elas ainda são cercadas de muitos mitos no contexto das universidades brasileiras no que diz respeito a sua inserção nos cursos de graduação em Psicologia. É sabido que a maior parte das empresas juniores vinculadas aos cursos de Psicologia se concentram em oferecer serviços na área de organizações e trabalho, considerada a área que possui maior conexão com o mercado de trabalho. Essa concentração, entretanto, não precisa acontecer porque todas as áreas de atuação da Psicologia podem oferecer serviços que atendam às necessidades do mercado e às demandas sociais. As demais áreas da Psicologia podem oferecer serviços de orientação vocacional, trabalhos de desenvolvimento de grupos comunitários, formação de cuidadores para pessoas enfermas ou envelhecidas com restrições de locomoção, etc. A oferta de serviços que atendam demandas sociais constitui uma grande fonte de formação e inserção da Psicologia em atividades de extensão universitária.

Provavelmente a fundação de uma empresa júnior no contexto de um curso de graduação em Psicologia pode sofrer da velha influência e das críticas que atingem a atuação do Psicólogo Organizacional e do Trabalho, de que seu trabalho é alinhado aos interesses do capital em detrimento dos interesses dos trabalhadores, o que configura, segundo aqueles que criticam, uma opção pelo poder, pela classe dominante, fortalecendo os controles dos gestores em atividades que não apresentam compromisso social.

Como afirmou o Prof. Virgílio Bastos, em sua conferência no IV Congresso Brasileiro de Psicologia Organizacional e do Trabalho - CBPOT, em São Bernardo – São Paulo, tal posicionamento consagra uma visão simplista, maniqueísta e reducionista com que esta importante questão vem sendo tratada no interior do campo científico e profissional da Psicologia. Tal visão desconsidera a diversidade e o contexto em que o conhecimento está sendo criado, ignora os vínculos da criação do conhecimento e atuação profissional com a realidade social e usa o rótulo de compromisso social para etiquetar coisas que são avaliadas como positivas em oposição ao que é negativo e descartável.

Parece leviano classificar de descomprometida, a atuação das empresas juniores que se destinam ao desenvolvimento e formação de alunos de graduação mais contextualizada com a realidade social e do mercado em que (os alunos) irão atuar. O segundo objetivo de fomentar o crescimento econômico por meio do empreendedorismo e de uma atuação voltada para micro e pequenas empresas também está bastante coadunado com os propósitos de crescimento e expansão da economia brasileira.

A Associação Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho – SBPOT, por meio desse manifesto, torna público o seu apoio à criação e à manutenção de empresas juniores no contexto dos cursos de Psicologia brasileiros. Tais empresas visam principalmente fornecer oportunidade e experiências de trabalho em diversas áreas desse campo de conhecimento e prática profissional aos discentes em processo de formação. Por meio da experiência de diversos papéis profissionais, da construção



de uma rede de contatos oriundos das grandes conexões no universo das empresas juniores, da possibilidade de também realizarem atividades de estágio, os alunos de graduação adquirem amadurecimento profissional ao entrar em contato com as diversas realidades de trabalho existentes no país e ao construir um posicionamento crítico, social e profissional frente às realidades encontradas.

Como uma associação de propósitos científicos e educacionais com a finalidade de promover a produção e divulgar o conhecimento científico e tecnologias na área de Psicologia Organizacional e do Trabalho, a SBPOT, por meio do posicionamento da sua diretoria, se considera como uma entidade que pode orientar a formação das empresas juniores e, portanto, oferecer suporte aos alunos que queiram participar dessa oportunidade em prol do crescimento e amadurecimento profissional. Para tanto, a diretoria pretende criar um espaço de trocas de experiências entre ex e futuros empresários juniores. Além disso, o oferecimento de apoio de natureza jurídica e profissional para criação da empresa também torna-se uma meta da atuação desta Associação.

O objetivo desse manifesto da SBPOT é defender a realização dessa prática de aprendizagem e formação profissional no âmbito dos cursos de Psicologia e fornecer argumentos para que os mitos e ideias generalizadas não se tornem empecilhos para uma formação profissional dos alunos contextualizada com as demandas sociais e econômicas brasileiras.

Brasília, DF, 15 de Dezembro de 2013

Elaine Rabelo Neiva
Presidente