

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade

**O empreendedorismo e suas características
comportamentais: uma análise da percepção da atitude
empreendedora em teses publicadas no Brasil de 2007 a
2019**

Sueli Aparecida Zambon

SÃO CARLOS – SP

2021

SUELI APARECIDA ZAMBON

**O empreendedorismo e suas características
comportamentais: uma análise da percepção da atitude
empreendedora em teses publicadas no Brasil de 2007 a
2019**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Ciência, Tecnologia e Sociedade, do Centro de
Educação e Ciências Humanas, da Universidade
Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a
obtenção do título de Doutora em Ciência, Tecnologia
e Sociedade.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luzia Sigoli Fernandes Costa
Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Mara Silvia Aparecida Nucci
Morassutti

São Carlos – SP

2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade

Folha de Aprovação

Defesa de Tese de Doutorado da candidata Sueli Aparecida Zambon, realizada em 19/02/2021.

Comissão Julgadora:

Profa. Dra. Luzia Sigoli Fernandes Costa (UFSCar)

Profa. Dra. Ariadne Chloe Mary Furnival (UFSCar)

Prof. Dr. Roberto Ferrari Junior (UFSCar)

Profa. Dra. Solange Oliveira Rezende (USP)

Prof. Dr. Lucas Bueno Ruas de Oliveira (IFSP)

*Aos meus queridos pais Irineu e Aparecida (in memoriam),
que fizeram de mim o que eu sou,*

*Aos meus filhos queridos Anderson e Melanie
razão maior da minha existência...*

AGRADECIMENTOS

A Deus, meu Pai Maior, obrigada por mais este presente, por me proporcionar empreender mais esse sonho e as palavras são poucas, mas nunca serão suficientes,

À Prof^a Luzia Sigoli Fernandes Costa, muito obrigada por me escolher como orientanda, por ter parte relevante na realização deste sonho e por me ajudar a trilhar o caminho sempre difícil e cheio de tropeços de um doutorado; e à Prof^a Mara Silvia Aparecida Nucci Morassutti, muito obrigada pelo auxílio precioso na coorientação, pela amizade, pela presença, pelo carinho,

Aos membros titulares da banca, por tudo o que me ensinaram desde sempre e por enriquecerem meu trabalho com suas contribuições, professores doutores Ariadne Chloe Mary Furnival, Roberto Ferrari Jr., Lucas Bueno Ruas de Oliveira, Solange Oliveira Rezende; e também às suplentes, professoras doutoras Luciana de Souza Gracioso, Marcela Avelina Bataghin Costa e Rita de Cássia Arruda Fajardo,

À Empresa Júnior de Estatística (EJE) da UFSCar, por toda a atenção e suporte,

Ao PPGCTS , muito obrigada por me aprovar e por tornar este sonho possível,

Aos amigos da Turma 2017, especialmente à Adriana Arruda - muito obrigada por caminhar comigo, muito obrigada pela amizade, coisas que a gente nunca vai esquecer...

Um carinho especial à Prof^a. Dr^a. Solange e ao Bruce Neves dos Santos (seu orientando), muito obrigada pelas ricas e inteligentes contribuições, você são anjos na minha vida.

Ao pessoal da SeRA (DiGRA/UFSCar), muito obrigada por serem minha segunda família.

Tempo

Oh tempo onde estará?

Alguém já o viu passar?

*Tempo é peralta, corre ligeiro,
Tempo é amigo, abraça o mundo inteiro.*

Tempo que chega e logo se vai

Tempo que entra, tempo que sai

É tempo de quê? Tempo de flores?

É tempo de frio, tempo de amores.

Tempo de Sol, tempo de chuva,

Tempo de regata, tempo de luva.

Tempo cruel! Tempo impiedoso!

Muda nossa vida, prazeroso!

O tempo adora brincar, como se viu

Somos seus fantoches... Ele ri!

Tempo zombeteiro, tempo artista!

Tempo de passeios, tempo de revista.

Oh tempo onde estará?

Alguém já o viu passar?

*Tempo é peralta, corre ligeiro,
Tempo é amigo, abraça o mundo inteiro.*

Melanie Zambon Bueno

(filha poetisa)

O EMPREENDEDORISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DA ATITUDE EMPREENDEDORA EM TESES PUBLICADAS NO BRASIL DE 2007 A 2019

Estudos sobre o tema empreendedorismo continuam sendo um dos grandes desafios deste século, mesmo no panorama atual de alto desenvolvimento científico e tecnológico. Embora as pesquisas apontem para traços comuns ou características semelhantes nos empreendedores, ainda não há um conjunto claro dessas características que sejam aplicáveis a todos os empreendedores. Considerando que o empreendedorismo, embora compreendido como desejo de construção do próprio negócio, tem também em seu significado a realização do indivíduo, seja como empregado, seja como empregador, a presente pesquisa teve como objetivo geral identificar a relação entre as dimensões e características da atitude empreendedora a partir dos olhares e percepções de pesquisadores nas teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil. Os objetivos específicos incluíram: (i) apresentar os conceitos de empreendedorismo e atitudes empreendedoras, (ii) fornecer uma retrospectiva histórica do desenvolvimento do empreendedorismo como um campo intelectual, (iii) traçar um panorama do empreendedorismo e das atitudes empreendedoras responsáveis por acelerar o crescimento pessoal e profissional do indivíduo, (iv) identificar as habilidades que reforçam a jornada de autoconhecimento e capacitação, (v) apresentar uma análise das teses publicadas no período de 2007-2019, que tiveram como principal temática o empreendedorismo e a compreensão das atitudes empreendedoras no entendimento dos pesquisadores, a fim de identificar as atitudes empreendedoras, (vi) mapear e comparar os resultados das análises sobre atividades empreendedoras divulgadas em âmbito acadêmico no período de 2007-2019, e apresentar tendências da temática como campo de estudo e possíveis aplicações. A metodologia utilizada combinou: (i) revisão bibliográfica da literatura a fim de avançar o conhecimento sobre o estado da arte referente ao tema pesquisado, com abordagens de administradores, sociólogos, filósofos e sociólogos modernos e contemporâneos, bem como artigos, dissertações, teses, e jornais, (ii) seleção de teses por meio de uma revisão sistemática e construção de quadros-resumo para investigação detalhada; (iii) análise descritiva exploratória dos dados por meio da construção de um Dendrograma representativo do agrupamento de palavras de maior incidência e (iv) construção de nuvens de palavras para facilitar a visualização dos resultados e tabelas indicativas dos percentuais encontrados. Os resultados mostraram que, tanto a literatura nacional quanto a internacional associam o empreendedorismo à realização do indivíduo, revelando um propósito que ultrapassa a necessidade do lucro financeiro na preocupação de elevar os níveis de motivação, autonomia e empatia com os interesses próprios e da sociedade. Observou-se que as teses, na perspectiva de seus autores, apresentam a ideia de que o comportamento empreendedor e a atitude empreendedora sejam meramente direcionados para a abertura de empresa, permanecendo a necessidade de explorar outras concepções que possam ser apropriadas para uma educação empreendedora. No sentido de ampliar a visibilidade dos problemas ainda presentes na educação empreendedora, esta tese aponta sugestões que vão ao encontro destas necessidades.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Atitude empreendedora. Educação CTS. Revisão sistemática.

THE ENTREPRENEUR ATTITUDE AND ITS BEHAVIORAL CHARACTERISTICS: AN ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF THE ENTREPRENEURIAL ATTITUDE IN A THESIS PUBLISHED IN BRAZIL FROM 2007 TO 2019

Studies on the subject of entrepreneurship continue to be one of the great challenges of this century, even in the current scenario of high scientific and technological development. Although research points to common traits or similar characteristics in entrepreneurs, there isn't still a clear set of these characteristics that are applicable to all entrepreneurs. Considering that entrepreneurship, although understood as a desire to build their own business, also has in its meaning the achievement of the individual, either as an employee or as an employer, the present research had as general purpose to identify the relationship between the dimensions and characteristics of the entrepreneurial attitude based on the views and perceptions of researchers in theses defended between 2007-2019 in Brazil. Specific purposes included: (i) to present the concepts of entrepreneurship and entrepreneurial attitudes, (ii) to provide a historical retrospective of the development of entrepreneurship as an intellectual field, (iii) to do an overview of entrepreneurship and entrepreneurial attitudes responsible for accelerating individual personal and professional growth, (iv) identifying skills that reinforce the journey of self-knowledge and training, (v) present an analysis of theses published in the period 2007-2019, whose main theme was entrepreneurship and the understanding of entrepreneurial attitudes in the understanding of researchers, in order to identify entrepreneurial attitudes, (vi) map and compare the results of the analyzes on entrepreneurial activities published in the academic sphere in the period of 2007-2019, and present trends in the theme as a field of study and possible applications. The methodology that was used was composed of: (i) a bibliographical review of the literature in order to advance the knowledge about the state of the art regarding the researched topic with approaches from administrators, sociologists, philosophers and modern and contemporary sociologists, as well as articles, dissertations, thesis, newspapers, etc. that helped in the process of understanding the relevance of entrepreneurial attitudes as an important development of entrepreneurship spirit; (ii) the selection of theses through a systematic review and construction of summary tables for a detailed investigation; (iii) an exploratory descriptive analysis of the data through the construction of a Dendrogram representative of the grouping of words with the highest incidence, the construction of word clouds to facilitate the visualization of the results and tables indicating the percentages found. The results showed that both national and international literature associate entrepreneurship with the achievement of the individual, revealing a purpose that goes beyond the need for financial profit in the concern to raise the levels of motivation, autonomy and empathy with self and society's interests. It was observed that the theses, in the perspective of their authors, present the idea that entrepreneurial behavior and entrepreneurial attitude are merely directed towards starting a company, remaining the need to explore other concepts that may be appropriate for an entrepreneurial education. In order to increase the visibility of the problems still present in entrepreneurial education, this thesis points out suggestions that meet these needs.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial attitude. STS education. Systematic review.

EL EMPRENDIMIENTO Y SUS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTALES: UN ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN TESIS PUBLICADAS EN BRASIL DESDE 2007 A 2019

Los estudios sobre el tema de emprendimiento continúan siendo uno de los grandes desafíos de este siglo, incluso en el escenario actual de alto desarrollo científico y tecnológico. Si bien la investigación apunta a rasgos comunes o características similares en los emprendedores, aún no existe un conjunto claro de estas características que sean aplicables a todos los emprendedores. Considerando que el emprendimiento, aunque entendido como un deseo de construir su propio negocio, posee también en su significado la realización del individuo, ya sea como empleado o como empleador, la presente investigación tiene como objetivo general identificar la relación entre las dimensiones y características de la actitud emprendedora a partir de las visiones y percepciones de los investigadores en las tesis publicadas en el período de 2007 a 2019 en Brasil. Los objetivos específicos incluyen: (i) presentar los conceptos de emprendimiento y actitudes emprendedoras, (ii) proporcionar una retrospectiva histórica del desarrollo del emprendimiento como campo intelectual, (iii) esbozar una visión general del espíritu emprendedor y las actitudes emprendedoras responsables por acelerar el crecimiento personal y profesional del individuo, (iv) identificar las habilidades que refuerzan el camino del autoconocimiento y de la capacitación, (v) presentar un análisis de las tesis publicadas en el período 2007-2019, cuyo tema principal fue el emprendimiento y la comprensión de las actitudes emprendedoras en la comprensión de los investigadores, con el fin de identificar las actitudes emprendedoras, (vi) mapear y comparar los resultados de los análisis sobre las actividades emprendedoras publicados en el ámbito académico en el período de 2007-2019, y presentar tendencias en el tema como campo de estudio y posibles aplicaciones. La metodología empleada se ha constituido por: (i) una revisión bibliográfica de la literatura con el fin de avanzar el conocimiento sobre el estado del arte en torno al tema investigado con enfoques de administradores, sociólogos, filósofos y sociólogos modernos y contemporáneos, así como artículos, disertaciones, tesis, periódicos, etc. que ayudaron en el proceso de comprensión de la relevancia de las actitudes emprendedoras como un desarrollo importante del espíritu emprendedor; (ii) la selección de tesis a través de una revisión sistemática y construcción de cuadros resumen para una investigación detallada; (iii) análisis descriptivo exploratorio de los datos mediante la construcción de un Dendrograma representativo de la agrupación de palabras con mayor incidencia, la construcción de nubes de palabras para facilitar la visualización de los resultados y tablas indicando los porcentajes encontrados. Los resultados mostraron que tanto la literatura nacional como la internacional asocian el emprendimiento con el logro del individuo, revelando un propósito que va más allá de la necesidad de lucro económico en la preocupación por elevar los niveles de motivación, autonomía y empatía con uno mismo y los intereses de la sociedad. Se observó que las tesis, desde la perspectiva de sus autores, presentan la idea de que el comportamiento emprendedor y la actitud emprendedora se dirigen meramente a la creación de una empresa, quedando la necesidad de explorar otras concepciones que puedan ser apropiadas para una educación emprendedora. Con el fin de aumentar la visibilidad de los problemas aún presentes en la educación emprendedora, esta tesis señala sugerencias que responden a estas necesidades.

Palabras clave: Emprendimiento. Actitud emprendedora. Educación CTS. Revisión sistemática.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	As três eras do pensamento empreendedor.....	27
Figura 2	Ciclo de vida do empreendedor.....	60
Figura 3	Processo para tomadas de decisão.....	62
Figura 4	Convergência: atitudes empreendedoras / inteligência coletiva/Futuro.....	85
Figura 5	Modelo de cinco etapas para a educação em empreendedorismo experiencial.....	104
Figura 6	Temáticas de acordo com a faixa etária (JEPP).....	112
Figura 7	Desenho das etapas da Pesquisa.....	135
Figura 8	Caminho para a interpretação das palavras.....	141
Figura 9	Desenho da revisão sistemática das teses.....	151
Figura 10	Dendrograma 1 – Formação de grupos.....	157
Figura 11	Dendrograma 2 – Representação dos 6 grupos de estudo.....	160
Figura 12	Nuvem de palavras representativas do Grupo 0.....	162
Figura 13	Nuvem de palavras representativas do Grupo 1.....	181
Figura 14	Nuvem de palavras representativas do Grupo 2.....	202
Figura 15	Nuvem de palavras representativas do Grupo 3.....	206
Figura 16	Nuvem de palavras representativas do Grupo 4.....	214
Figura 17	Nuvem de palavras representativas do Grupo 5.....	218
Figura 18	Palavras mais visualizadas nas nuvens apresentadas nos grupos 0, 1, 2, 3, 4 e 5.....	222

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Abordagens da pesquisa dentro dos dois paradigmas principais....	20
Quadro 2	Pressupostos dos dois paradigmas principais e o interpretativismo no estudo das atitudes empreendedoras.....	20
Quadro 3	Quem e como é o sujeito empreendedor?.....	45
Quadro 4	A evolução do pensamento sobre o empreendedorismo.....	31
Quadro 5	Comparação entre saberes complexos e empreendedorismo.....	81
Quadro 6	Contexto histórico das quatro revoluções industriais.....	127
Quadro 7	Síntese comparativa das teorias sobre as sociedades contemporâneas e o saber empreendedor.....	129
Quadro 8	As novas tecnologias da 4ª. Revolução Industrial.....	132
Quadro 9	Codificação das frases que remetem à atitude empreendedora.....	140
Quadro 10	Critérios para seleção das teses.....	167
Quadro 11	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 0.....	175
Quadro 12	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 1.....	185
Quadro 13	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 2.....	205
Quadro 14	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 3.....	209
Quadro 15	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 4.....	217
Quadro 16	Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 5.....	221

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	BoW-TF para as frases exemplo (f1 e f2).....	155
Tabela 2	Exemplo de uma matriz de consenso.....	157
Tabela 3	Palavras mais citadas em 24 trabalhos que compõem o grupo 0....	163
Tabela 4	Palavras mais citadas em 34 trabalhos que compõem o grupo 1....	183
Tabela 5	Palavras mais citadas em 2 trabalhos que compõem o grupo 2.....	204
Tabela 6	Palavras mais citadas em 10 trabalhos que compõem o grupo 3....	208
Tabela 7	Palavras mais citadas em 1 trabalho que compõe o grupo 4.....	216
Tabela 8	Palavras citadas em 1 trabalho que compõe o grupo 5.....	220
Tabela 9	Palavras mais citadas nas Tabelas 5, 6, 7, 8, 9 e 10.....	224

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABSTARTUPS.....	Associação Brasileira de Startups
AGGITEC.....	Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia da Universidade Federal de Santa Maria - RS
BDTD.....	Biblioteca Digital de Teses e Dissertações
BOW.....	Bag Of Words (Saco de palavras)
CTS.....	Ciência, Tecnologia e Sociedade
CAV.....	Ciclo de Aprendizagem Vivencial-SEBRAE
EJ.....	Empresa Júnior
MBA/GEITec.....	Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica – UFSCar - Sorocaba
IES.....	Instituição De Educação Superior
IoT.....	<i>Internet of Things</i>
JEPP.....	Jovem Empreendedor Primeiros Passos
MEJ.....	Movimento Empresa Júnior
NMSU.....	<i>New Mexico State University</i>
OECD.....	Organisation for Economic Co-operation and Development
PPGCTS.....	Programa de Pós Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade da Universidade Federal de São Carlos
SBDC.....	<i>Small Business Development Center</i> (México)
SEBRAE.....	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFSM.....	Universidade Federal de Santa Maria
URI.....	Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
URInova.....	Incubadora de Empresas de Base Tecnológica da URI Santo Ângelo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	REFERÊNCIAS DE PESQUISA.....	18
1.2	JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO TEMA.....	23
1.3	OBJETIVOS.....	24
1.4	PRESSUPOSTOS DA PESQUISA.....	25
1.5	ESTRUTURA DA TESE.....	25
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	27
2.1	O EMPREENDEDORISMO: HISTÓRIA, EVOLUÇÃO E DEFINIÇÕES.....	27
2.2	O EMPREENDEDORISMO E SUA APROXIMAÇÃO COM O CAMPO CTS...	51
2.3	AS ATITUDES EMPREENDEDORAS.....	58
2.4	O EMPREENDEDORISMO E AS ATITUDES EMPREENDEDORAS - A VISÃO DE MORIN, LÉVY E CASTELLS.....	80
2.4.1	O comportamento empreendedor no contexto do pensamento complexo de Edgar Morin.....	80
2.4.2	Pierre Lévy: a Inteligência Coletiva, Ciberespaço e Empreendedorismo..	83
2.4.3	Manuel Castells: A visão capitalista na era tecnológica.....	87
2.5	O EMPREENDEDORISMO NO ÂMBITO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA.....	90
2.5.1	Educação empreendedora: capital humano / capital intelectual / modelos de educação empreendedora.....	96
3	EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO MEIO ACADÊMICO.....	116
3.1	AS EMPRESAS JUNIORES.....	116
3.2	AS STARTUPS.....	120
3.3	AS REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS.....	125
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	134
4.1	DESENHO DA PESQUISA.....	135
4.2	DESCRIÇÃO DA PESQUISA.....	136
4.2.1	Pesquisa bibliográfica e documental.....	136
4.2.2	Revisão sistemática na busca por teses depositadas nos últimos doze anos – procedimentos.....	136
4.2.3	Caminho para a interpretação das palavras.....	140

5	APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO E ANÁLISE DOS DADOS.	143
5.1	ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA.....	143
5.2	REVISÃO SISTEMÁTICA DAS TESES.....	143
5.3	ANÁLISE DESCRITIVA E EXPLORATÓRIA DE DADOS ACERCA DE ATITUDES EMPREENDEDORAS.....	148
5.4	METODOLOGIA PARA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DOS DADOS.....	152
5.4.1	Demonstração do Quadro 11: trabalhos que compõem o Grupo 0.....	165
5.4.2	Demonstração do Quadro 12: trabalhos que compõem o Grupo 1.....	184
5.4.3	Demonstração do Quadro 13: trabalhos que compõem o Grupo 2.....	204
5.4.4	Demonstração do Quadro 14: trabalhos que compõem o Grupo 3.....	208
5.4.5	Demonstração do Quadro 15: trabalho que compõe o Grupo 4.....	216
5.4.6	Demonstração do Quadro 16: trabalho que compõe o Grupo 5.....	220
5.4.7	Análise dos Grupos 0, 1, 2, 3, 4 e 5 e resposta à questão de pesquisa.....	222
6	DISCUSSÃO E LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	228
6.1	DISCUSSÃO.....	228
6.2	LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	233
7	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS...	235
7.1	CONCLUSÃO.....	235
7.2	RECOMENDAÇÕES.....	238
	REFERÊNCIAS.....	239
	APÊNDICE A	272

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, em um contexto geral, é entendido como um processo de inovação constante que exige prática e reavaliação contínua, desenvolvimento de novas ideias, avaliação das oportunidades, do ambiente e análises econômicas. Assim, o empreendedor, através de suas atitudes, é aquele que transforma uma ideia em inovação e quebra paradigmas no sentido de gerar riquezas e reconhecimento de sua ação. Mesmo sendo um campo intelectual e durante muito tempo ter sido considerado como um tema de pesquisa bastante marginal dentro de disciplinas tradicionais como economia e ciências sociais (psicologia e sociologia), o empreendedorismo tem uma longa história, e algumas contribuições pioneiras foram publicadas no século XVIII. Na década de 1980, o empreendedorismo evoluiu para um campo de pesquisa e desde então, tem crescido significativamente nos anos 90. Durante a última década, uma "busca pelo amadurecimento" dentro do campo pode ser identificada, e o empreendedorismo cresceu como fenômeno intelectual.

Destarte, este trabalho resgatou a história do empreendedorismo através dos tempos no sentido de caracterizar a atitude comportamental do empreendedor, sob os olhares de psicólogos, sociólogos, cientistas sociais, historiadores e pedagogos, com relação a essa inquietação motivada pela autorrealização, pela aspiração por independência, pela criatividade e pelo desejo irresistível de propor novas ações, o que na maioria das vezes, evolui para grandes melhorias sociais. Para tanto, buscou-se investigar as características que referem atitudes empreendedoras em teses a fim de se estabelecer uma compreensão com relação ao entendimento dos pesquisadores sobre a relação empreendedorismo - atitudes empreendedoras e verificar sua aproximação com os estudos voltados à Ciência, Tecnologia e Sociedade.

No entendimento de Stefenon e Thom (2020), o reconhecimento do papel central desempenhado pelo empreendedorismo implica uma mudança na visão da política. Isto significa que as políticas de Ciência e Tecnologia e Tecnologia que evidenciam o processo inovativo, não seriam por si mesmas decisivas para a promoção do crescimento econômico, ou seja, é indispensável estimular também a atividade empreendedora.

O objeto deste estudo considerou 72 teses de pesquisadores brasileiros na busca por resposta à seguinte questão:

Qual é a percepção de pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil?

A motivação pela escolha do tema se deu por verificar-se que, apesar de todas as pesquisas sobre o assunto, que se arrastam desde Cantillon em 1730, ainda não se chegou a um parecer exato sobre a natureza do sujeito empreendedor e o que motiva sua atitude empreendedora. A diversidade de opiniões em artigos científicos sobre o assunto versa desde sua equiparação ao capitalismo de lucros até a formação de empresários, sendo também apontado como modelo predador e escravizado ao sistema e às elites.

Diante deste cenário, o estímulo para se estudar o empreendedorismo e as atitudes dos empreendedores é a certeza de que o empreendedorismo, antes de tudo, é a busca pela autorrealização através do conhecimento. As diferentes linhas de pesquisa (economia, psicologia, sociologia, educação) estudadas trazem como contribuição, que empreendedores são pessoas capazes de sonhar e transformar sonhos em realidade, além de buscar e identificar oportunidades de realização individual e social.

A relevância desta tese, inclusive no campo da Ciência, Tecnologia e Sociedade, mostra seu ineditismo nos seguintes aspectos:

(i) Diferentemente de todas as pesquisas, escolheu-se as teses como recorte de estudo.

A motivação pela escolha das teses como objeto de estudo se deu pelos seguintes motivos:

- As teses cumprem um papel relevante na produção do conhecimento. Uma tese tem como requisito principal ser um trabalho original e que represente um novo conhecimento para a área de estudo.
- Sabe-se que a principal função de um texto argumentativo é o posicionamento crítico do pesquisador frente ao recorte de estudo junto à riqueza das citações.
- A exigência para se escrever a tese é demorada, exige esforços, frequência em seminários, congressos e escrita de artigos científicos. É um trabalho de grande consistência e profundidade, demandando muito empenho e estudos na área em busca de solução para o problema.
- A tese deve ser trabalho original, com real contribuição para determinada área do conhecimento, ou seja, deve representar um avanço, uma nova descoberta, um novo algoritmo. Com as teses, a ciência avança e realiza novas descobertas e inovações.

(ii) Inovou-se na escolha do método que envolve a análise descritiva exploratória que adaptou técnicas de inteligência artificial (uso de ferramentas como dendrograma, nuvem, tabelas) à análise das palavras feitas pelo ser humano;

(iii) A análise descritiva exploratória dos resultados permitiu apontar indicativos de fomento às políticas públicas, em especial, no atual momento de pandemia em que se vive desde meados de 2019, no sentido de construir contextos que estimulem o empreendedorismo e o desenvolvimento tecnológico,

(iv) A tese acentuou a importância de um olhar diferenciado das pessoas para o tema empreendedorismo e a relevância das escolas e universidades que promovem a educação empreendedora.

1.1 REFERÊNCIAS DE PESQUISA

Definido como fenômeno plurifacetado, complexo, heterogêneo, caótico, desprovido de qualquer noção de linearidade e marcado por múltiplos caminhos, o empreendedor é descrito através de um aspecto ontológico: a decisão de empreender difere substancialmente da decisão de abrir um negócio próprio; são pessoas diferenciadas que, quando inseridas em organizações desenvolvem a criatividade contributiva, escolhendo, voluntariamente, “se engajar na solução criativa de problemas e que não estão diretamente envolvidas ou ainda a criatividade proativa, na qual buscam os problemas a resolver motivadas por razões interiores”. (BARLACH, 2009, p. 42)

Teorias sobre a conceituação de empreendedorismo, geralmente diferem em função da perspectiva e da rigidez da abordagem teórica. Dessa forma, o campo do empreendedorismo, antes compreendido como elemento útil ao desenvolvimento, tende a avançar para um processo de expansão para o campo das Ciências Humanas, onde os comportamentalistas entendem o empreendedor como pessoa. (DOLABELA; FILION, 2013)

Na aproximação com o comportamento complexo dos empreendedores, Filion (1999) e Dolabela (2011) definem o empreendedorismo como um desafio perpétuo cujo conceito reside na sua forma diferente de ser, um estilo de vida diferenciado, uma maneira de pensar, uma orientação em direção à inovação e à capacidade de produzir mudanças não só em si mesmo, como também no ambiente, e nos meios e formas de buscar a autorrealização, incluindo os padrões de reação a ambiguidades e incertezas. Pinchot (2017) afirma que

empreendedores são como sonhadores que fazem o sonho, com foco nas inovações com abordagem à sociedade e aos problemas ambientais.

Dessa forma, observa-se que Collis e Hussey (2009) apontam para a importância de um olhar às questões filosóficas do empreendedorismo que sustentam a pesquisa. Um novo entendimento proporcionará uma estrutura valiosa de teorias já consolidadas para expressar as ideias. De acordo com os autores, duas abordagens importantes devem ser observadas:

- O paradigma positivista é a crença de que a realidade social é objetiva e externa ao pesquisador. Nesse caso, existe apenas uma realidade e todos têm o mesmo senso de realidade. Positivistas acreditam que apenas fenômenos observáveis e mensuráveis podem ser validamente considerados conhecimento através de uma postura independente e objetiva.
- O paradigma interpretativista e humanista é baseado na crença de que a realidade social é subjetiva porque é socialmente construída. Dessa forma, cada pessoa tem seu próprio senso de realidade e existem várias realidades. A tentativa interpretativista é de minimizar a distância entre o pesquisador e o pesquisado. Eles podem estar envolvidos em diferentes formas de investigação participativa. (COLLINS; HUSSEY, 2009)

Segundo Collis e Hussey (2009) e Novaes e Gil (2009), o positivismo pressupõe que a realidade social seja objetiva e externa ao pesquisador, já no interpretativismo acredita-se que a realidade social é subjetiva, socialmente construída em que cada pessoa tem seu próprio senso de realidade e existem várias realidades. As diferenças nas abordagens explicam os dois paradigmas principais da teoria, conforme explicado no Quadro 1.

Quadro 1 - Abordagens da pesquisa dentro dos dois paradigmas principais

Positivismo	Interpretativismo
Quantitativo	Qualitativo
Objetivo	Subjetivo
Científico	Humanista
Tradicionalista	Fenomenológico

Fonte: Adaptado de Collis e Hussey (2009)

Esta tese foi construída com base no paradigma interpretativo e humanista por meio da abordagem qualitativa, utilizando, também, dados quantitativos apresentados como informação numérica. Conforme descrevem Collis e Hussey (2009), é impossível negar que as pessoas são resultado dos contextos sociais em que vivem. Um projeto de pesquisa bem estruturado deve levar em conta que os pesquisadores não são totalmente objetivos, mas parte do que observam, com seus interesses e valores, e que capturar a inteligência de uma pessoa somente através de dados numéricos pode trazer resultado enganoso. Kuhn (1962) afirmava que o pesquisador era, na verdade, um solucionador de quebra-cabeças e que, durante a busca da solução para um quebra-cabeça determinado, poderia testar diversas abordagens alternativas, rejeitando as que não produzissem o resultado desejado. São as tentativas de acerto feitas pelo cientista - eles testam a si mesmos e não as regras do jogo.

O Quadro 2 mostra os pressupostos citados por Collis e Hussey (2009) e justificativas quanto ao interpretativismo como realidade no estudo das pesquisas sobre atitudes empreendedoras.

Quadro 2 - Pressupostos dos dois paradigmas principais e o interpretativismo no estudo das atitudes empreendedoras

Pressupostos filosóficos	Positivismo	Interpretativismo	Atitudes empreendedoras
Pressupostos ontológicos (a forma e a natureza da realidade)	Realidade social é objetiva e externa ao pesquisador	Realidade social é subjetiva e socialmente construída	Empreender não é exatamente ter uma empresa. O empreendedorismo é relacionado à subjetividade comportamental do indivíduo (SEBRAE, 2017)

continua

Pressupostos filosóficos	Positivismo	Interpretativismo	Atitudes empreendedoras
Pressupostos epistemológicos (natureza do conhecimento, o que constitui conhecimento válido)	O conhecimento vem de evidências objetivas sobre fenômenos observáveis e mensuráveis	O conhecimento vem de evidências subjetivas dos participantes	O indivíduo mantém estreita interação com o ambiente. Suas atitudes são evidências subjetivas do modo pelo qual ele percebe o ambiente onde vive e absorve essas informações, transformando-as em importantes tomadas de decisão (MEZIROW, 2000, p. 19)
Suposição axiológica (o papel dos valores)	O pesquisador é independente dos fenômenos em estudo	O pesquisador reconhece que a pesquisa é subjetiva	É necessário estudar as subjetividades dos aspectos de motivação individual, liderança e comportamentos. Um alto grau de energia despendido para realizar um sonho traz desejos e necessidades que, se liberados, podem não ser satisfatórios, o que sugere um complexo processo de reflexão e de elaboração teórica. (DE VRIES, 1985)
	Os resultados são imparciais e sem valor	As descobertas são tendenciosas e carregadas de valor	Pesquisas que envolvem um aspecto subjetivo podem ter um viés, o que sugere um aprofundamento em pesquisas futuras sobre o tema. As descobertas precisam se basear em evidências e as conclusões do estudo devem espelhar essas descobertas mesmo que contrárias à do pesquisador. Mesmo assim não há estudo isento de viés, pois a subjetividade é inerente ao método qualitativo. (YIN, 2001)
Suposição retórica (a linguagem da pesquisa)	Pesquisador utiliza a voz passiva, aceita palavras quantitativas e aponta definições	O pesquisador usa voz pessoal, aceita termos qualitativos e definições, a priori limitadas	Ao contrário da visão positivista, atitudes empreendedoras não seguem padrões preestabelecidos que podem ser interpretados e estudados de forma estruturada. Na realidade, as atitudes são frutos das interações entre os sujeitos e o mundo ao seu redor, com base nos seus conhecimentos e histórias de vida. Desta forma, o pesquisador tem papel fundamental na interpretação das atitudes do sujeito empreendedor, visto que suas experiências e vivências vão influenciar o entendimento do fenômeno pesquisado dado que há subjetividades e nuances que não são quantificáveis por si só.

continua

Pressupostos filosóficos	Positivismo	Interpretativismo	Atitudes empreendedoras
Pressupostos metodológicos (o processo da pesquisa)	O pesquisador tem uma dedução aproximada	O pesquisador faz uma abordagem indutiva	As características abordadas na literatura sobre o comportamento/atitude do empreendedor são análogas, porém ainda não há um consenso em afirmar que o conjunto destas características reconhece o indivíduo como sendo ou não um empreendedor. (FERNANDES <i>et al</i> , 2020). Se o método indutivo parte de observações particulares para se chegar a conclusões gerais, investigando a observação de instâncias específicas na busca por generalizações (HYDE, 2000) considera-se a abordagem indutiva o caminho para o estudo relacionado a atitudes empreendedoras.
	O pesquisador estuda causa e efeito, usa um design estático onde as categorias são identificadas com antecedência.	O pesquisador estuda o tópico dentro de seu contexto e usa um design emergente onde as categorias são identificadas durante o processo	Na construção das informações, o pesquisador apoia-se na formação de uma síntese teórica, que envolve representações teóricas, valores e intuições, resultantes de novas ideias nem sempre presentes nos conteúdos por ele abordados. (GALLERT <i>et al</i> , 2011)
	Generalizações levam a previsão, explicação e compreensão.	Padrões e / ou teorias são desenvolvidos para a compreensão	As ciências sociais e do comportamento têm se voltado para as questões ambientais em busca da compreensão das relações entre a pessoa e o entorno, considerando a influência que o meio exerce sobre a pessoa, e a influência que a pessoa exerce sobre o meio. (POLLI; KUHNEN, 2011)
	Os resultados são precisos e confiáveis por meio de validade e confiabilidade	As descobertas são precisas e confiáveis através da verificação	É a construção do conhecimento a partir das circunstâncias de uma postura interpretativa onde pesquisa e pesquisador são participantes ativos do processo de construção do conhecimento, e não mais lhes impõe uma postura neutra, afastada, como requer o positivismo. (GOLAFSHANI, 2003)

Fonte: Elaboração própria (2020)

1.2 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO TEMA

Esta pesquisa é centrada na linha de pesquisa Gestão Tecnológica e Sociedade Sustentável do Programa de Pós-graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade (PPGCTS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), e tem como eixo central de pesquisa a caracterização e compreensão da atitude empreendedora enquanto força motriz para o empreendedorismo. O desenvolvimento deste estudo visa diagnosticar e compreender a atitude como preditora da capacidade de empreender, possibilitando o preenchimento de lacunas na compreensão desse campo de estudo ainda pouco explorado. Na visão de McClelland (1961, p. 334) como não existe uma caracterização consistente da atitude empreendedora, percebe-se que as atitudes empreendedoras ainda são uma incógnita.

Ainda que sejam muitos os conceitos de empreendedorismo e os estudos e pesquisas para identificar as características, os comportamentos e as atitudes do empreendedor, é perene a dificuldade de uma definição de consenso, o que leva a discordâncias na sua conceituação. Desperta-se, dessa forma, para uma investigação que clarifique, no comportamento empreendedor, a atitude empreendedora e como ela é conceituada em trabalhos científicos.

A pesquisa aprofundada sobre a temática atitude empreendedora se dá por entender a sua importância como um importante aspecto do empreendedorismo. Para além de significar uma atitude empresarial, o desenvolvimento de uma atitude empreendedora auxilia o indivíduo na conquista dos seus objetivos, a encontrar recursos para o autoconhecimento, a desenvolver novas perspectivas com metas mais claras que tragam respostas e superem entraves emocionais que causam desequilíbrio, proporcionando seu crescimento como ser humano, seja de forma individual, seja dentro de um grupo. O exercício da atitude empreendedora possibilita mudar pensamentos e comportamentos negativos, aprimorar habilidades e enxergar possibilidades e tendências. É saber ler a realidade a partir de novos ângulos, é a capacidade de se auto gerenciar e tomar decisões assertivas por conta própria. A atitude empreendedora é o exercício constante de aprimoramento do instinto de sobrevivência, da ação na busca por alternativas através de características como ousadia, inovação, criatividade, liderança e resiliência.

Neste sentido, os resultados deste trabalho podem contribuir para uma melhor compreensão das atitudes empreendedoras e como elas podem ser desenvolvidas, aprendidas e aprimoradas, sob a ótica de vários autores. Afinal, o que mobiliza as pessoas para uma atitude empreendedora para que vivam intensamente suas metas de vida?

Esta tese estabelece o estado da arte com relação ao entendimento das atitudes empreendedoras bem como aponta alternativas para um aprendizado transformador que forme cidadãos proativos, críticos e reflexivos.

1.3 OBJETIVOS

A presente pesquisa teve como objetivo geral, identificar a relação entre as dimensões e características da atitude empreendedora a partir dos olhares e percepções de pesquisadores, registrados em suas teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil. Para o alcance desse objetivo foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar os conceitos de empreendedorismo e atitudes empreendedoras.
- Fornecer uma retrospectiva histórica do desenvolvimento do empreendedorismo como um campo intelectual.
- Traçar um panorama do empreendedorismo e das atitudes empreendedoras responsáveis por acelerar o crescimento pessoal e profissional do indivíduo;
- Identificar as habilidades que reforçam a jornada de autoconhecimento e capacitação;
- Apresentar uma análise das teses publicadas no período de 2007-2019 que tiveram como principal temática o empreendedorismo e a compreensão das atitudes empreendedoras no entendimento dos pesquisadores;
- Mapear e comparar os resultados das análises sobre atitudes empreendedoras divulgadas em âmbito acadêmico no período de 2007-2019 e apresentar tendências da temática como campo de estudo e possíveis aplicações.

1.4 PRESSUPOSTOS DA PESQUISA

Este estudo partiu de alguns pressupostos que serviram de orientação para o desenvolvimento de suas etapas e para a busca pela explicitação de seus resultados, tais como:

1. De maneira equivocada, a ideia que se tem de um comportamento empreendedor, é a tendência voltada para a iniciativa de abertura de empresas. No entanto, a educação empreendedora pode servir de estímulo, desde cedo, à criação de ideias e de novas soluções em todas as áreas do saber, estimulando a criança e o futuro adulto a planejar e alcançar seus objetivos, seja por meio de um emprego formal ou não.
2. O pouco incentivo das escolas no fortalecimento das atitudes empreendedoras nas crianças contribui para que se tornem adultos frágeis, indecisos, sem ideais e sem sonhos.
3. Não existem estudos aprofundados sobre atitude empreendedora e como ela se manifesta no sujeito para que ele se torne empreendedor.

1.5 ESTRUTURA DA TESE

A presente pesquisa está estruturada em sete seções cuja disposição e conteúdo visa conduzir ao entendimento do tema pesquisado.

- A primeira e presente seção (Introdução) apresenta o tema, sua contextualização no cenário atual, as referências de pesquisa, justificativa e relevância do tema, os objetivos (geral e específicos) e os pressupostos de pesquisa.
- A segunda seção (Fundamentação Teórica) refere-se à base teórico-empírica da pesquisa composta por uma história do empreendedorismo, definições e evolução através dos tempos, sua aproximação com o campo CTS, a educação empreendedora, bem como alguns exemplos de aprendizagem empreendedora, as atitudes empreendedoras no entendimento de sociólogos, pedagogos, filósofos e psicólogos, e, por fim, a atitude empreendedora no entendimento de Morin, Lévy e Castells.
- A terceira seção (Empreendedorismo e Inovação) faz referência à inovação e às Empresas Juniores, uma breve explanação sobre as startups e as FinTech e o empreendedorismo face às revoluções industriais.
- A quarta seção (Procedimentos Metodológicos) descreve a metodologia adotada, o desenho da pesquisa e a descrição dos procedimentos eleitos para este trabalho.

- A quinta seção (Apresentação do Objeto de estudo e Análise das Palavras) apresenta o objeto de estudo e a análise das palavras que formaram os quadros-resumo bem como a metodologia para análise dos dados e os resultados encontrados.
- A sexta seção (Discussão e Limitações do Estudo) apresenta a discussão - as contradições históricas que entendiam o empreendedorismo como capitalismo, as visões diferenciadas de muitos autores em relação ao tema e as limitações encontradas no estudo.
- A sétima e última seção (Conclusões e Recomendações) apresenta as conclusões e recomendações para trabalhos futuros.

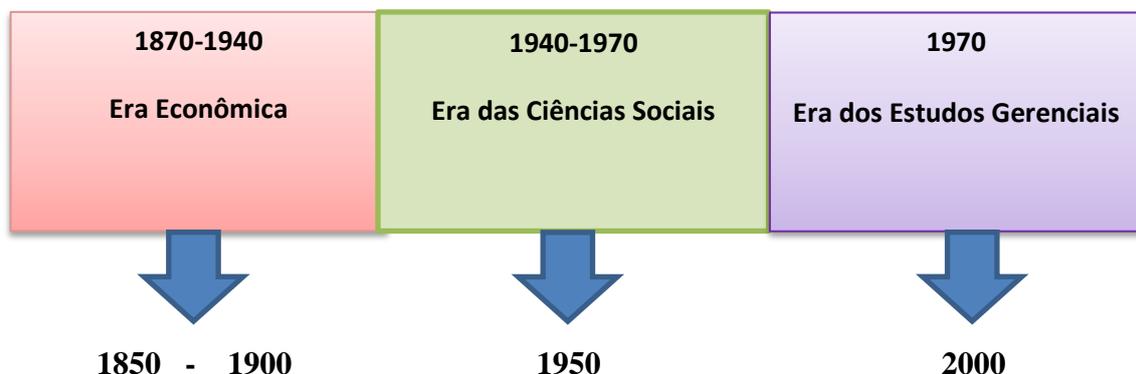
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção apresenta-se os principais conceitos e definições de empreendedorismo e de atitudes empreendedoras situados historicamente e o desenvolvimento do empreendedorismo como um campo de estudo. Além disso, busca-se conceituar as habilidades que reforçam as atitudes empreendedoras como sendo responsáveis por acelerar o crescimento pessoal e profissional do indivíduo por meio do autoconhecimento e pela busca de capacitação e superação de possíveis obstáculos.

2.1 O EMPREENDEDORISMO: HISTÓRIA, EVOLUÇÃO E DEFINIÇÕES

Historicamente, de acordo com dizeres de Landström e Benner (2010, p. 15), o empreendedorismo como campo intelectual tem uma longa história com algumas contribuições pioneiras publicadas desde o século XVIII, conforme mostra a figura 1, embora pesquisas sobre empreendedorismo mais sistemáticas só tenham começado nas décadas de 1970 e 1980. O empreendedorismo, enquanto fenômeno atraiu interesse acadêmico por muito tempo desde as primeiras contribuições no século XVIII. Segundo Landström e Lohrke (2010, p. 20) a evolução das pesquisas sobre empreendedorismo foi ancorada em diferentes teorias. Inicialmente em Economia (1870-1940), seguida pelas Ciências Sociais (1940-1970) e após 1970 em estudos de gestão como mostra a Figura 1:

Figura 1 – As três eras do pensamento empreendedor



Fonte: Landström e Lohrke (2010, p. 20).

Na era econômica o interesse pelo empreendedorismo por parte dos economistas seguiu amparado pelas abordagens de Cantillon¹ que associava o empreendedorismo ao risco. Para Cantillon (2011, p. 32-33-47) o empreendedor era uma espécie de intermediário entre o dono do negócio (comerciante) e os trabalhadores. O dono do negócio, vislumbrando produção lucrativa alugava a terra para o “empreendedor”, que se responsabilizava pela manutenção de mineiros e trabalhadores, o que poderia resultar em grande lucro, ou muitas vezes na ruína. O empreendedor corria o risco de ter que pagar o aluguel contratado e os trabalhadores nas minas, muitas vezes sem saber se haveria boa extração de metal. Dessa forma, o empreendedor poderia calcular seu lucro de acordo com a demanda nas vendas que, vendo um fluxo constante de suas mercadorias, sem dúvida dava-lhe um valor proporcional à sua qualidade ou peso em relação aos outros bens ou mercadorias que ele recebia em troca.

O autor reforça que o empreendedor era mestre em, observando a grande demanda do produto, exigir em troca uma quantidade arbitrária de outros bens e mercadorias. O empreendedor também adquiria alimentos a preços baixos nas aldeias com os seus trabalhadores e levava para a capital para vender a um preço majorado na tentativa de cobrir a manutenção dos equipamentos usados. Dessa forma o risco era iminente causado pelas demandas de mercado, como retratou o autor. No entanto, a ação do empreendedor neste contexto de incerteza e risco, possibilitava que ele organizasse melhor os negócios, viabilizando o progresso da economia. O modelo descrito por Cantillon (2010, p. 14) é uma análise conceitual da emergência da economia de mercado do feudalismo, que demonstra que o interesse próprio do empreendedor regularia a economia tão bem, ou melhor, do que se o dono da propriedade continuasse a tomar todas as decisões.

Essas considerações foram aceitas durante algum tempo, até que em finais do século XIX o economista Jean Baptiste Say (1983, p. 137) autor da hipótese de que a produção cria a sua demanda, descreveu a função empresarial, salientando o fato de “que é a produção que propicia mercado aos produtos”, afinal, deveria haver um esforço conjunto dos fatores produção-gerenciamento-riscos associado ao empreendimento. Landström e Benner (2010, p. 18) reforçam o pensamento de Say que, em contraste com Cantillon, sugeriu outra definição de empreendedorismo, que enfatizava o papel de coordenação na produção e distribuição (ou seja, um coordenador); o empreendedorismo consistia em combinar os fatores de produção em uma organização.

¹ Banqueiro e economista, Cantillon foi o primeiro a publicar um tratado em que apresentava a economia em bases organizadas e científicas, o *Essai sur la nature du commerce en général*, escrito por volta de 1730 e publicado na França em 1755. Disponível em: https://mises-media.s3.amazonaws.com/An%20Essay%20on%20Economic%20Theory_2.pdf.

Nesta mesma época, Vérin (1982) já discutia os significados da palavra “engenheiro” e a definia como uma história complexa entre a engenharia civil e a engenharia militar, onde engenheiros do Estado e engenheiros civis tinham cada qual seu modo empreendedor, ou seja, apresentavam questionamentos e, ao mesmo tempo, exibiam aparente indiferença aos riscos consideráveis e polêmicas que surgiam nessas instituições. A discussão de Vérin (1982) surgiu a partir da criação, em 1829, da Ecole Centrale² que formaria uma nova categoria de engenheiros - os civis, diferenciados dos engenheiros do estado e que se propunha a formar pessoas destinadas a aplicar conhecimentos na indústria privada.

Landström e Benner (2010 p. 25) avançam na pesquisa e salientam que na década de 1940, cientistas sociais, em grande parte ancorados na história econômica e na sociologia, começaram a demonstrar interesse pelo empreendedorismo como fenômeno empírico. Max Weber (2004a) já colocava que empreendedor não é o tipo aventureiro capitalista, preocupado apenas com os ganhos materiais e chamava a atenção para o argumento de que ética capitalista era utilitarista, poupadora, valorizadora do trabalho e do dinheiro ganho de forma legal. Sobre essa afirmação, Martes (2010, p. 258) aponta que,

Weber privilegia o indivíduo em detrimento do contexto socioeconômico ou das instituições. O empreendedor é fruto de uma sociedade específica: a capitalista moderna. Mas, o capitalismo sobre o qual Weber se debruça, é aquele do final do século XIX, que traz impresso as marcas da resistência das instituições tradicionais de base essencialmente agrária contra a mecanização, a industrialização, e que por sua magnitude e oposição contribuíram para transformar, por vezes, o empreendedor em herói.

O estudo histórico do empreendedorismo tipicamente empregou uma abordagem Schumpeteriana e enfocou o processo de modernização das sociedades ao redor do mundo. Sobre a visão schumpeteriana, Alves e Pessôa (2019) explicam que ela tem como foco básico o capitalismo e os seus conceitos sobre a importância do empreendedor e da inovação como fator de desenvolvimento econômico. Para Schumpeter, o empreendedor tem a função de inovador e é o ator principal no processo de inovação que alavanca o sistema capitalista na criação de novas estruturas tecnológicas e na destruição das existentes.

Na década de 1960, essa corrente de pesquisa perdeu força, mas estudiosos da Psicologia entraram no campo com um interesse no empreendedor como um indivíduo, e seus trabalhos começaram a investigar seus principais traços de personalidade.

A partir da década de 1980, o empreendedorismo evoluiu para um campo de pesquisa interdisciplinar em economia e psicologia. Enquanto a Economia e a estratégia geravam um

² *Histoire de L'École Centrale des arts et manufactures (Paris), por Charles de Comberousse, 1879.*

fluxo de estudos sobre o surgimento e o crescimento das empresas, a Psicologia criou um campo da Economia Comportamental. Com essa evolução redirecionada para o foco na sociedade e na dinâmica industrial, o empreendedorismo tornou-se uma peça central no debate político em muitos países ao redor do mundo. O desenvolvimento do empreendedorismo como campo de pesquisa tem a marca de uma intensa imigração de pesquisadores da área mais ampla dos estudos de administração. Após a "decolagem" nos anos 80, o empreendedorismo como campo de pesquisa cresceu significativamente nos anos 90, criando uma forte infraestrutura para pesquisa. A pesquisa sobre empreendedorismo durante a era das Ciências Sociais apresentou uma abordagem distanciada do contexto puramente técnico. Nos anos setenta a pesquisa foi orientada empiricamente, com o objetivo de descrever o fenômeno e torná-lo visível em diferentes contextos. Os autores consideram que isso se reflete em um interesse crescente pelas origens desse campo de pesquisa e pelo alargamento da pesquisa para além do quadro estabelecido pela administração de empresas. Ao longo dos anos, viu-se que o empreendedorismo não é tanto sobre as qualidades inatas de indivíduos especiais quanto as primeiras pesquisas pressupunham. Existem diferenças de personalidade entre "empreendedores" e "outros", mas essas variáveis explicam apenas um percentual muito pequeno da variância. Se a necessidade de realização em um país é alta, provavelmente haverá indivíduos que atuarão como empreendedores. Empreendedores são, nesse aspecto, indivíduos que tomam atitudes, que têm uma alta necessidade de realização, forte autoconfiança e habilidades independentes de resolução de problemas, e que preferem situações que são caracterizadas por risco moderado, acompanhamentos de resultados e feedback, e aceitação de responsabilidade individual. (LANDSTRÖM; BENNER, 2010 p. 15-36; LANDSTRÖM; JOHANNISSON, 2001, p. 225-226; LANDSTRÖM, 2004, p. 23).

O Quadro 4 traz um resumo demonstrativo do entendimento do empreendedorismo na abordagem de autores de destaque sobre o tema e, na sequência, uma rápida biografia e definições importantes sobre as principais contribuições destes autores para o empreendedorismo.

Quadro 4 - A evolução do pensamento sobre o empreendedorismo

Século XVIII (1701 a 1800)	
1755	Richard Cantillon - Criação e crescimento dos negócios, decisões de risco, produção de lucro.
Século XIX (1801 a 1900)	
1832	Jean Baptiste Say - Distinção entre empreendedores: agentes de mudança. Capitalistas: donos do dinheiro.
Século XX – XXI (a partir de 1901)	
1905	Max Weber – Diferencia capitalista do empreendedor. As atividades do empreendedor tinham um caráter puramente comercial. Líderes empreendedores de sucesso têm as qualidades éticas de um tipo bem diferente daquelas adaptadas ao tradicionalismo do passado.
1934	Joseph Schumpeter - Empreendedor é inovador, novas ideias, ousadia, intuição, ataque aos padrões estabelecidos.
1961	David McClelland - Identificou o lado psicológico do empreendedor: motivação, impulso para melhorar, faz a diferença em qualquer atividade humana.
1975	Albert Shapero - Insiste em um estudo mais aprofundado sobre o empreendedorismo no sentido de minimizar o fracasso.
1981	Robert Hisrich - O empreendedorismo é o processo de criação de algo diferente com valor, dedicando o tempo e esforços necessários; assumindo o acompanhamento de riscos financeiros, psicológicos e sociais; e receber as recompensas resultantes de satisfação monetária e pessoal. Empreendedorismo se concentra mais em oportunidades do que recursos; é mais bem sucedido em comunidades que se ajudam mutuamente reinvestindo o excesso do seu capital em projetos de outras comunidades.
1983	Gifford Pinchot III – Desenvolveu o conceito de intraempreendedorismo: empreendedorismo dentro dos limites de uma organização já estabelecida.
1985	Peter Ferdinand Drucker - Inovação é ferramenta dos empreendedores que pode ser aprendida. Empreendedores são indivíduos que, após uma direção negativa, vão em busca de novas oportunidades.

continua

Século XX – XXI (a partir de 1901)	
1988	Karl Hampton Vesper - Empresário é visto de forma diferente por economistas, psicólogos, empresários e políticos. Aposta nas inovações advindas de uma equipe comprometida de intraempreendedores em “fazer bem fazendo o bem”.
2000	Louis Jacques Filion - O empreendedor é criativo por excelência, com uma visão direcionada para atingir os objetivos. Evoluir e inovar fazem parte do seu cotidiano.
2000	Howard Stevenson - Empreender é buscar oportunidades para além dos recursos existentes.

Fonte: Elaboração própria (2020) adaptado de Hisrich (1986, p. 96)

Embora definições mais antigas do empreendedorismo apontem para o comerciante aventureiro de rotas comerciais no extremo oriente, evidências indicam que Cantillon e Say são considerados os primeiros a terem consciência do empreendedorismo e a abordarem o tema. A respeito desta afirmação, Filion (1988, p. 3) reitera que, leitura cuidadosa dos dois primeiros autores - Cantillon e Say - geralmente identificados como os pioneiros do campo, revela que eles estavam interessados não apenas na economia, mas também nos aspectos administrativos das empresas, no desenvolvimento e na gestão de negócios. Filion (1988) segue afirmando que os escritos de Cantillon evidenciam um indivíduo em busca de oportunidades de negócios, com uma preocupação por uma administração econômica e perspicaz, bem como a obtenção de bons rendimentos sobre o capital investido, ou seja, era um empreendedor. E completa que Say foi o segundo autor a se interessar por empreendedores e pelo desenvolvimento econômico, na esperança de que a Revolução Industrial Inglesa³ se estendesse para a França.

Seguindo esta linha de pensamento, Ferraz Gomes, Lima e Cappelle (2013, p. 205) concordam que,

As contribuições dadas pelos economistas para o estudo do empreendedor e do empreendedorismo não foram, no entanto, prestadas apenas pelos economistas neoclássicos, como Schumpeter e Marshall, mas também pelos da escola clássica, por meio de Smith e Say, por exemplo, e também por precursores da teoria econômica, como Cantillon, até que se chegasse ao entendimento atual.

³ A Inglaterra foi o país que saiu na frente no processo de Revolução Industrial, do século XVIII. Este pioneirismo pode ser explicado por diversos fatores. A Inglaterra possuía grandes reservas de carvão mineral em seu subsolo, ou seja, a principal fonte de energia para movimentar as máquinas e as locomotivas a vapor. (<https://www.suapesquisa.com/industrial/>)

(i) Richard Cantillon

Cantillon foi um homem de negócios, de mercado, de ação e que estava o tempo todo em contato com a ciência econômica em seu aspecto mais prático. Pouco se sabe de sua vida particular, apenas que era banqueiro e aventureiro, tinha talento para os negócios e que sua riqueza foi edificada pelo seu conhecimento dos fenômenos inflacionários causados pela coroa francesa.⁴

Cantillon afirmava que o empreendedor, termo concebido em um ambiente de negócios, era aquele que assumia um tipo de risco associado a um empreendimento. Ele intermediava uma transação: recebia uma taxa e pagava funcionários, obtendo lucro com a diminuição dos juros. Como resultado, sua renda poderia ser muito grande, mas ele também poderia enfrentar a perspectiva de falência. (CANTILLON, 2010, p. 73)

Thornton (2006, p. 51) afirma que Richard Cantillon foi pioneiro a observar a natureza cíclica da economia capitalista, e para ele, quando as taxas de juros eram reduzidas por conta do aumento da poupança, o empresário (empreendedor) aumentava o quadro de pessoal, investia na sua qualificação e, conseqüentemente produzia produtos de maior qualidade, gerando mais lucro.

No entendimento de Cantillon (2010, p. 6, 76, 147) o participante mais ativo e central era o empreendedor, que motivava todo o sistema econômico com seu papel vital, sua percepção e seu vigor. Na visão do autor, eram empreendedores os indivíduos que viviam sob incerteza, constituídos com capital para conduzir uma empresa ou mesmo empreendedores de seu próprio trabalho sem capital. No seu entendimento, até os mendigos e os ladrões eram empreendedores dessa classe, e afirmou que havia duas classes de trabalhadores: os empreendedores, em condições não remuneradas e em risco, e os contratados, que tinham salários fixos enquanto houvesse trabalho.

Cantillon (2010, p. 77-91) estabeleceu como princípio que proprietários são naturalmente independentes; todas as outras classes são dependentes, sejam empreendedoras ou contratadas, e que toda a troca e circulação de bens/serviços são conduzidas pelas ações desses empreendedores. Em outras palavras, as pessoas, em sua maioria, são contratadas (têm salário fixo) ou são empreendedores (convivem com a incerteza e um alto grau de risco). A única e principal obra de Cantillon foi “Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral”, considerada por alguns autores como o berço da economia política. O banqueiro desenvolveu

⁴ Dados extraídos de: <https://www.mises.org.br/Article.aspx?id=938>, acesso em 10 mar 2021.

a metodologia de causa e efeito e acreditava que, a partir de estudos e observações, podia-se arriscar e investir no crescimento da economia.

(ii) Jean Baptiste Say

Say era um empreendedor nato, dada sua ampla experiência profissional e o trabalho em banco e corretora de seguros. Na imprensa, exerceu funções de jornalista a diretor; como empresário, operou em uma empresa têxtil e por fim, dedicou-se exclusivamente à academia tornando-se economista. Say foi o primeiro a lecionar em um curso público de economia política na França e continuou sua estada na academia, primeiro no *Conservatoire des Arts et Métiers*, em 1819 e depois no *College de France em Paris*, em 1831.⁵

Say foi um dos primeiros economistas a perceber que o valor de um bem deriva de sua utilidade para o usuário e não do trabalho despendido em sua produção. Sobre os empreendedores, Say (1832, p. 83) observou que, na indústria de manufatura, eles confiavam em cálculos mais seguros, ocupavam menos capital e, quando conseguiam, os processos ficavam menos expostos aos olhos e assim, o empreendedor tinha mais tempo o gozo exclusivo de seu sucesso. Neste sentido, o empreendedor é o centro do processo econômico, é o mediador entre as classes de produtores e consumidores, é o responsável por equilibrar as transações e a figura paciente que não gosta de ver o objetivo de seu trabalho sair de suas mãos antes de ter recebido dele toda a precisão e perfeição que isso acarreta.

Say (1983) enfatizava que o empreendedor tinha o talento necessário para administrar, reunir operários, procurar consumidores e preservar o espírito de ordem e de economia. Para isso, era necessário calcular o produto para a venda e comparar os custos de produção e, para todas essas operações, existem os obstáculos a superar no meio do caminho. Ademais, Say insistia em afirmar que as empresas não se sustentam com indivíduos sem essas qualidades empreendedoras, sendo o empreendedorismo fator relevante da produção e da economia junto aos outros fatores: terra, trabalho, capital.

(iii) Max Weber

Weber foi um importante sociólogo e economista alemão tendo dedicado sua vida ao trabalho acadêmico, escrevendo sobre assuntos variados como o espírito do capitalismo e as religiões chinesas. Estudou nas universidades de Heidelberg, Berlim e em 1889 doutorou-se em direito pela Universidade de Göttingen. A partir de 1893, Weber dá início à carreira docente no ensino superior na Universidade de Berlim e em 1894 é chamado para a cátedra de

⁵ Dados disponíveis em: <https://www.econlib.org/library/Enc/bios/Say.html>. Acesso em 07 mar 2021.

economia política da Universidade de Friburgo. Em 1903, por problemas de saúde, renuncia definitivamente à docência universitária dedicando-se exclusivamente à atividade intelectual como pesquisador em ciência social. Torna-se um dos editores da prestigiosa revista *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, na qual passa a publicar, como artigo, todo ensaio que termina.⁶

Para Weber (2004b) os empresários capitalistas com caráter ético e tradicionalista buscavam a satisfação das necessidades e o ganho, porém priorizando a quantidade tradicional de trabalho, o modo de conduzir os negócios e o relacionamento com os trabalhadores e a freguesia. Ao contrário, os empresários dotados apenas do espírito capitalista, propunham a racionalização da produção que gerava aumento de produtividade do trabalho, inovação e redução de custos com a predominância do poder sobre o trabalhador, o que motivou uma onda de desconfiança moral contra os empresários inovadores. O perigo político da democracia de massas entendida neste contexto puramente capitalista reside na possibilidade de uma forte presença de elementos emocionais na política, ou seja, as pessoas sempre estarão expostas à influência irracional. Weber visualizava o novo empreendedor (empresário) como uma pessoa dotada de características especiais. O homem de negócios que ele vislumbrava como empreendedor moderno surgiu no conceito da conotação religiosa da ética protestante, com ideias, crenças e valores catalizadores das mudanças sociais.

Embora Weber (2003b) não se referisse diretamente ao tema empreendedorismo, a referida ação empreendedora está contemplada nos seus estudos sobre cultura numa perspectiva comportamental de consistências éticas baseadas no entendimento de que o ganho é uma vocação e esta vocação é vinculada ao dever e que os indivíduos devem dispor de liberdade para agir e modificar a sua realidade. Para o autor, uma ordem democrática socialista no sentido das ideologias recusa a coação autoritária contra trabalhadores e empresários, produtores e consumidores.

(iv) Joseph Alois Schumpeter

De acordo com Costa (2006), toda a vida escolar de Joseph Alois Schumpeter se passou na Áustria, da alfabetização ao seu doutorado obtido na Faculdade de Direito da Universidade de Viena em 1906. Trabalhou como advogado no Tribunal Internacional do Cairo até que, em 1909, graduou-se em Viena com um estudo sobre a metodologia sistemática da ciência econômica. Neste mesmo ano foi admitido como professor assistente na

⁶ Dados disponíveis à página 293 (Cronologia) do livro - A ética protestante e o “espírito” do capitalismo, edição 2004 - por Antônio Flávio Pierucci. (vide referências neste trabalho)

Universidade de *Czernowitz*, na Áustria, e em 1911, ingressou como professor titular na Universidade de Graz, também na Áustria. Em 1912 Schumpeter ficou famoso com a "Teoria do desenvolvimento econômico". Em 1919 e 1920 foi ministro das Finanças da Áustria. De 1925 até 1932, ministrou aulas em Bonn (Alemanha) e, a partir de 1932, fixou residência definitiva nos Estados Unidos passando a lecionar na Universidade de Harvard. De 1925 até sua morte em 1950, Schumpeter dedicou-se inteiramente a atividades ligadas à academia.

Schumpeter corroborou com Jean Baptiste Say, afirmando que o inovador ou “empreendedor” é distinguível dos capitalistas, os donos do dinheiro, embora, coincidentemente, possam ser a mesma pessoa. Para Schumpeter (2017, p. 20-21), o empreendedor é mais uma figura heroica do que econômica por seu ímpeto por mudanças, sua vontade de conquistar, seu desejo de criar coisas novas à custa de destruir velhos padrões de pensamento e por relegar a segundo plano os ganhos financeiros, e este mesmo teórico acrescenta que, em qualquer sociedade, essas pessoas são minoria. Landström e Benner (2010, p. 22) apontam para a tradição schumpeteriana e afirmam que, provavelmente, Joseph Schumpeter tenha sido o mais conhecido dos economistas interessados no empreendedorismo no início do século XX.

Schumpeter foi um dos primeiros a considerar as inovações tecnológicas como motor do desenvolvimento capitalista. Além disso, evidenciou a questão da reflexão política com sua teoria democrática que redefiniu o sentido de democracia, que até então, era tida como uma simples maneira de gerar uma minoria governante legítima. Ele observou que existia uma atividade diferente dentro do sistema econômico que criava desequilíbrio no mercado. Schumpeter reconheceu o papel da inovação no crescimento econômico e entendeu que a inovação precisava ser concretizada por alguém – a figura do empreendedor. O empreendedor cria imperfeições e crescimento no mercado, introduzindo inovações. Filion (1999, p. 7) afirma que “Schumpeter não só associou os empreendedores à inovação, mas também mostrou em sua significativa obra, a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico”.

Shane e Venkataraman (2000, p. 218) argumentam que, para entender quem é o empreendedor, uma série de fatores deve ser considerada e envolve dois fenômenos importantes: a presença de oportunidades lucrativas e a presença de indivíduos empreendedores. No entanto, os pesquisadores se limitam às questões: quem é o empreendedor e o que ele faz? Delineando o campo de forma individual, os pesquisadores geram definições incompletas.

Consequentemente, o apoio empírico (ou falta dele) para atributos que diferenciam os empreendedores de outros membros da sociedade é muitas vezes questionável, porque esses atributos confundem a influência de oportunidades e os indivíduos envolvidos. O campo deve envolver o estudo de fontes de oportunidades, os processos de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades e o conjunto de indivíduos que os descobrem, avaliam e exploram, e que têm diferentes opiniões.

Reafirmando a ambiguidade do tema, Newton e Shreeve (2002, p. 31) concluem que a dificuldade em definir o empreendedorismo ou quem é empreendedor, se deve a sua capacidade de ser diferente do seu antecessor ou do seu próximo. Cada empreendedor opera em um país diferente, setor diferente, mercado diferente, com diferentes oportunidades. Os autores têm diferentes origens, e experimentaram diferentes eventos durante a vida. Mas é isso que torna o assunto tão interessante e por que tantos pesquisadores conduzem suas pesquisas na tentativa de descobrir quem e o que faz um empreendedor, o que pensa, como age, sob qual influência ou motivo. Em essência, foi identificado que, embora os empreendedores tenham características muito semelhantes, eles são moldados por uma variedade de experiências de vida diferentes.

Publicação da OECD, *iLibrary Fostering Entrepreneurship* (1998, p. 41-42) evidencia que, apesar de sua importância e presença abrangente em economias de mercado, o empreendedorismo ainda é um conceito indescritível. Em geral, é a capacidade de mobilizar recursos para aproveitar novas oportunidades de negócios. Embora o termo tenha sido usado de várias maneiras e em múltiplos contextos, o empreendedorismo, definido em sentido amplo, é central para o crescimento econômico e social. Nos últimos anos, o empreendedorismo teve dois entendimentos:

1. Criação e crescimento de negócios novos,
2. Descreve uma característica empresarial mais geral já que empreendedorismo implica inovação denotando disposição para correr riscos e ter iniciativa.

Embora a recompensa monetária seja o objetivo claramente central para o empreendedor, nem sempre o dinheiro é a principal motivação. Outras considerações muitas vezes moldam a tomada de decisão: o desejo de independência, autorrealização e atividade criativa. Markman (2012) refere que a verdadeira independência não é independência da realidade ou a atuação cega sobre os sentimentos, nem ação oposta aos outros apenas para ser diferente (conformidade negativa), não é agir de modo irracional. Ser independente não

significa a recusa em ouvir boas ideias. Um empreendedor racional terá o prazer de obter tanto ideias boas quanto possíveis, e usar o melhor julgamento.

(v) David Clarence McClelland

McClelland, conhecido por seu trabalho sobre a teoria das necessidades adquiridas, nasceu Nova York, EUA. Em 1941 obteve seu PhD em psicologia na *Yale University*, tendo obtido antes o bacharelado em artes na *Wesleyan University* em 1938 e no ano seguinte seu mestrado na *University of Missouri*. Foi professor no *Connecticut College* e na *Wesleyan University* antes de se tornar um membro do corpo docente da prestigiosa *Harvard University* em 1956, onde conduziu suas pesquisas por 30 anos, tornando-se um especialista em motivação humana⁷.

McClelland identificou nos empreendedores de sucesso um elemento psicológico crítico, denominado por ele de "motivação da realização" ou "impulso para melhorar". O autor concluiu que o empreendedor é o indivíduo dinâmico, que organiza o negócio de forma a melhorar a capacidade produtiva obtendo capital de seus próprios lucros, gerenciando seu próprio empreendimento, inovando, vendendo, antecipando os acontecimentos e prevendo riscos. O empreendedor é o indivíduo que mais considera as alternativas e suas consequências antes de elas acontecerem, cuja personalidade o leva a atuar sob condições de incerteza, onde seus esforços e habilidades podem fazer a diferença no resultado, dado que a primeira necessidade aprendida durante os primeiros anos de vida do indivíduo é a busca por realização. McClelland ainda apontou a dificuldade em explicar o real significado da frase "de maneira empreendedora" e assim, a atenção primária foi direcionada para a atividade comercial, como são normalmente entendidos, embora considerando dentro dessa esfera, diferentes tipos de atividade comercial: comprar, vender, produzir ou fornecer capital, considerados mais ou menos equivalentes. Não obstante, apontou que qualquer atividade humana pode ser realizada de maneira empreendedora, desde fazer amor até escrever poesia ou liderar um exército em batalha. (MCCLELLAND, 1961, p. 11, 205, 209, 237)

(vi) Albert Shapero

Shapero foi professor de ciência da administração e titular da cadeira William H. Davis no *American Free Enterprise System* como membro do corpo docente da *Ohio State University*, Texas, de 1978 até sua morte em 1986. Com formação e experiência, foi

⁷ Dados disponíveis em: <https://www.famouspsychologists.org/david-mcclelland/>. Acesso em: 04 mar 2021.

trabalhador estrutural, soldado, fazendeiro em um *kibutz* dos EUA, engenheiro de pesquisa, presidente e fundador de uma organização de pesquisa e engenheiro e gerente na indústria de mísseis. Com os diplomas de bacharel em engenharia mecânica e mestre em engenharia industrial pela *University of California - Berkeley*, Shapero tornou-se professor de administração na *University of Texas - Austin* antes de se estabelecer no estado de Ohio. Foi membro de várias associações nacionais e internacionais, autor de inúmeras publicações e consultor de várias agências governamentais e empresas industriais. Suas realizações no campo da ciência da administração incluem empreendedorismo, pequenos negócios, desenvolvimento econômico e industrial e gestão de atividades profissionais, obtendo muitas homenagens e prêmios por seu trabalho.⁸

Shapero (1980) publicou um estudo dos tipos de personalidades associadas a pessoas que se tornam empreendedoras. O autor concluiu que, em sua maioria, os empreendedores são pessoas desalojadas de uma situação confortável e segura e que optaram por mergulhar no mundo empresarial. Em toda a literatura, empreendedores são definidos em termos de fatores operacionais, como indivíduos tomadores de iniciativa, agregadores de recursos, autônomos e visionários. O autor reforça que a maior razão para a criação de um empreendedor parece ser uma mudança na trajetória de vida do indivíduo, especialmente em uma direção oposta como, por exemplo, insatisfação no atual emprego, novas oportunidades e disposição para assumir riscos em um novo empreendimento.

Shapero e Sokol (1982) concordam que formas padronizadas de analisar os aspectos sociais do empreendedorismo são consideradas insatisfatórias e reafirmam que o empreendedorismo é evidenciado pela tomada de iniciativa, consolidação de recursos, gestão, autonomia relativa e tomada de riscos. E completa que informações negativas, eventos ou deslocamentos necessários podem contribuir para um evento empreendedor.

(vii) Robert Hisrich

Hisrich é presidente da cadeira Bridgestone de Marketing Internacional e reitor associado de programas de graduação e programas internacionais do *College of Business Administration - Kent State University – Ohio*, com M.B.A. e doutorado na *University of Cincinnati*. Suas pesquisas são focadas em empreendedorismo e criação de risco: ética empresarial, empreendedorismo corporativo, mulheres empreendedoras e empreendedores de

⁸ Dados obtidos em uma Ata de Formatura de dezembro de 1982, da Universidade Estadual de Ohio quando Albert Shapero foi palestrante homenageado. Disponível em: https://registrar.osu.edu/staff/commence_bulletins/au82_commence.pdf. Acesso em 05 mar 2021.

minorias, financiamento de risco e criação de risco global. Seu interesse em gestão global e empreendedorismo resultou em bolsas Fulbright em Budapeste, Hungria, diplomas honorários da *Chuvash State University* (Rússia) e da *University of Miskolc* (Hungria), além de ser professor visitante em universidades na Áustria, Austrália, Irlanda e Eslovênia. É atuante no conselho editorial de várias revistas importantes e em vários conselhos de administração. (HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2017).

Hisrich, Peters e Sheperd (2017, p. 6) confirmam que o empreendedorismo desempenha um papel importante na criação e crescimento dos negócios. As oportunidades empreendedoras são “aquelas situações em que novos bens, serviços, matérias-primas e métodos de organização podem ser introduzidos e vendidos a um custo maior do que o custo de produção” resultando na introdução de um produto tecnológico existente usado em um mercado para criar um novo mercado. Empreendedores, muitas vezes, tomam decisões em ambientes altamente incertos, onde as apostas são altas, as pressões de tempo são imensas e há um considerável investimento emocional.

(viii) Gifford Pinchot

Pinchot (2017) fundador e presidente emérito da *Pinchot University*, (anteriormente *Bainbridge Graduate Institute*) até 2016, quando foi adquirida pela *Presidio Graduate School*, é um líder no movimento pela inclusão da sustentabilidade e justiça econômica no currículo das escolas de negócios. Formado na área de empreendimentos sustentáveis, acredita que o indivíduo não precisa estar ligado a uma grande empresa para ser um empreendedor. Gifford Pinchot refere que inovações significativas só acontecem quando uma equipe comprometida de intraempreendedores impulsiona a inovação por meio de todas as barreiras, falhas, erros e aproveitamento de oportunidades emergentes que marcam a jornada intraempreendedora.

Intraempreendedorismo é um conceito criado por Pinchot (2017) para designar a ação do empreendedor no âmbito da gestão interna de uma organização empresarial. Ou seja, é a capacidade de o empreendedor inovar e viabilizar mudanças dentro do espaço organizacional. Habilidades como: visão macro, comunicação efetiva, capacidade de resolver problemas e criação de soluções novas para problemas antigos podem elevar o patamar de posição competitiva de uma empresa, gerando valor de mercado de forma sustentável e eficiente. Atualmente, o intraempreendedor é um dos mais importantes recursos nas empresas de alta competitividade.

Os relacionamentos de confiança entre intraempreendedores automotivados movem as inovações para frente através da resistência inevitável de qualquer sistema corporativo. A criação de uma organização intraempreendedora proporciona vantagem competitiva além de contar com um legado de funcionários, fornecedores, parceiros felizes e profundamente engajados, comprometidos com o bem-estar da empresa. Como benefício secundário, há o impacto positivo nos principais problemas da sociedade. O intraempreendedor social é o indivíduo que se concentra em inovações que tornam o mundo melhor, assim como aqueles que se concentram em inovações que abordam problemas ambientais, ou os que ampliam os benefícios da sociedade para os menos afortunados e outros cujo foco é a saúde. Quando bem-sucedidos todos ajudam suas empresas a cumprir um importante papel social. (PINCHOT, 2017)

Seguindo essa compreensão, Takeuchi e Nonaka (2008, p. 76) apontam que, se as organizações adotarem uma atitude aberta e atenta aos sinais ambientais, podem explorar a ambiguidade e o ruído desses sinais para melhorar seu próprio sistema de conhecimento.

(ix) Peter Ferdinand Drucker

Drucker foi doutor em Direito Internacional pela Universidade de Frankfurt tendo se transferido para a Inglaterra em 1933. Em 1937 mudou-se para os Estados Unidos e foi professor do *Sarah Lawrence College*. Entre 1950 e 1971 foi professor de Administração da *Graduate Business School da New York University*. A partir de 1972 ensinou Ciências Sociais e Administração na *Claremont Graduate University* em *Claremont*, Califórnia. Foi colaborador de revistas e colunista do jornal *The Wall Street Journal*, de 1975 a 1995⁹.

Drucker concorda com Schumpeter (2017) no argumento de que a inovação é ferramenta específica dos empreendedores e o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade. Drucker (1985, p. 18-19-22) afirma que desde que Jean Baptiste Say cunhou o termo "empreendedor" e "empreendedorismo" há mais de duzentos anos, não tem havido clareza sobre as definições, mas o empreendedorismo pode ser apresentado como disciplina e pode ser aprendido, pode ser praticado, sempre na busca por fontes de inovação, por mudanças e por oportunidades. E ainda conclui que empreendedores são minoria entre novos negócios, são os que criam algo novo ou diferente, que mudam ou transmudam valores.

Em uma sociedade empreendedora, os indivíduos enfrentam o grande desafio de explorar as oportunidades e manter um aprendizado contínuo. Drucker (1985, p. 263) sustenta

⁹ Disponível em: https://www.ebiografia.com/peter_drucker/. Acesso em 04 mar 2021.

que é preciso aprender a perguntar, em relação a qualquer nova política ou medida governamental: ela promove a capacidade da sociedade de inovar? Promove flexibilidade social e econômica? Ou impede e penaliza a inovação e o empreendedorismo? Drucker já profetizava que uma sociedade empreendedora previa indivíduos dispostos a um aprendizado contínuo e constante. De fato, o grande desafio é encontrar as oportunidades. Segundo Drucker, o aprendizado tradicional tinha tempo de duração e chegava ao fim quando do início da vida adulta, ou seja, tudo seria aprendido até a idade de 21 anos, não havendo mais o que aprender a partir daí. Em uma sociedade empreendedora, no entanto, a suposição correta é que os indivíduos tenham que aprender coisas novas bem depois de se tornarem adultos, por muito mais tempo, por mais de uma vez, pois o que é aprendido agora fatalmente será obsoleto em cinco ou dez anos. A sociedade empreendedora deverá substituir constantemente os aprendizados, incorporando novas atitudes, novas habilidades e novos conhecimentos, implicando que:

Os indivíduos terão cada vez mais que assumir a responsabilidade por sua própria aprendizagem e reaprendizado contínuos, por seu próprio autodesenvolvimento e por suas próprias carreiras. Eles não podem mais assumir que o que aprenderam como crianças e jovens será a "base" para o resto de suas vidas. (DRUCKER, 1985, p. 263)

Indivíduos empreendedores precisam, por conta própria, determinar e desenvolver uma série de carreiras durante suas vidas profissionais. E quanto mais aprenderem, mais exigentes serão seus desafios de aprendizagem, o diferente e o novo estarão sempre à frente dos seus objetivos. Tradição, convenção, corporativismo sempre representarão mais um obstáculo a transpor. Uma sociedade empreendedora desafia hábitos e pressupostos de escolaridade e aprendizado. O surgimento da sociedade empreendedora representa um grande ponto de virada na história a partir de uma série de crises econômicas do final do século XIX e início do século XX. A inovação e o espírito empreendedor são necessários tanto na sociedade quanto na economia, nas instituições públicas tanto quanto nas empresas, avançando continuamente, um produto aqui, uma política ali, um serviço público acolá; porque devem ser planejados, voltados para oportunidades e necessidades específicas; porque são experimentos e devem produzir os resultados esperados e necessários; porque, em outras palavras, eles precisam manter qualquer sociedade, economia, indústria, serviço público ou empresa flexível e em contínua renovação.

Pessoas que atuam em organizações públicas também podem apresentar comportamentos empreendedores, que podem ser induzidos pelos cargos e setores de atuação. Ter iniciativa, gerar ideias e inovações, agir com liderança e comprometimento são

comportamentos empreendedores que podem ser mais ou menos estimulados e desenvolvidos dependendo da mentalidade e dos interesses dos governantes ou gestores públicos.

Para Drucker o empreendedorismo é uma prática que pode ser desenvolvida, ou seja, não tem mágica, não tem mistério, é uma disciplina e, como qualquer disciplina, pode ser aprendida ou, pelo menos, incentivada. (DRUCKER, 1985, p. 18, 263, 264-266; DRUCKER, 2001, p. 69; GORMAN; HANLON; KING, 1997, p. 64)

(x) Karl Hampton Vesper

Vesper, professor norte-americano conhecido como pioneiro no campo da pesquisa sobre empreendedorismo e educação, é bacharel em Engenharia Mecânica pela *Stanford University* desde 1955, onde também cursou seu MBA em 1960. De 1966 a 1969, fez mestrado e doutorado em engenharia mecânica, também pela *Stanford University*. Durante esse tempo foi pesquisador na *Harvard University* e diretor de desenvolvimento de casos na *Stanford University – Engineering* – associado de pesquisa e conferencista em Engenharia Mecânica. Em 1969, ele se tornou Professor de Administração, Engenharia Mecânica e Estudos Marinhos na *Washington State University – Seattle*, maior universidade do noroeste americano e uma das mais antigas e prestigiadas em ensino e pesquisa. Ocupou o cargo até se aposentar em 2007. Durante sua carreira acadêmica, Karl Vesper se concentrou principalmente na educação para o empreendedorismo e na pesquisa sobre a criação de novos empreendimentos comerciais.¹⁰

Vesper ressaltou a importância de um estudo mais aprofundado sobre o empreendedorismo enquanto campo acadêmico legítimo, afirmando que há uma lacuna entre o que está sendo ensinado e o que poderia ser feito melhor. Os tópicos devem incluir análise de startups, estudos de sucesso e fracasso, estudos geográficos comparativos, e estudos experimentais ao invés de simples observação. Estratégias mais rigorosas de pesquisa podem ser adotadas a partir de métodos de outras áreas acadêmicas, medir seus avanços e progressos. Cabe aos pesquisadores o trabalho em projetos experimentais e estudar os paradoxos sobre o assunto. Vesper assume que “é improvável que a pesquisa empreendedora possa se tornar algo próximo a uma ciência geral”. Há que se considerarem antigos paradigmas e estabelecer novas convenções. Vesper aponta para a importância de as pesquisas em empreendedorismo e escolas de negócios facilitarem a participação de empresários nas aulas e usarem projetos de

¹⁰ Dados extraídos da *Academy of Management*. Disponível em: <https://ent.aom.org/committees/history-of-entrepreneurship/pioneers-within-the-field/vesper>. Acesso em 05 mar 2021.

criação de negócios como testes de realização. Além disso, sublinha Vésper, a pesquisa poderia ser mais experimental, envolvendo o desenho de intervenções destinadas a facilitar as startups por meio da educação e da assistência. Experimentar diferentes ideias e abordagens poderia fazer avançar esse importante campo da ciência. (VESPER, 1988). Neste sentido, McMullan e Vesper (2000) estudaram um pós-graduado com formação mínima e interesse mínimo em empreendedorismo para ilustrar um processo de mudança através da educação. O histórico do caso foi então usado como base para o desenvolvimento de um modelo de evolução pessoal necessário para fazer a transição de não-empresendedor para empreendedor. O estudo de caso ilustrou alguns méritos relativos à condução de uma análise de casos aprofundada sobre pesquisas no domínio da educação para o empreendedorismo.

(xi) Louis Jacques Fillion

Fillion é professor titular e diretor da Cátedra de Empreendedorismo *Rogers-J.-A. Bombardier*, da *HEC Montréal* - escola de negócios da *University of Montréal, Canada*. A *HEC Montréal* ficou em primeiro lugar entre as escolas de negócios do Canadá por seu programa de MBA pela *Canadian Business* em 2016. Louis Jacques Fillion é PhD em Sistemas e Empreendedorismo pela *Lancaster University*, Inglaterra e possui larga experiência em empreendedorismo e gestão. Atuou como consultor da *Ernst & Young* e, desde 1981, é professor e pesquisador de empreendedorismo. Em 2004, Fillion recebeu a mais alta distinção do CCSBE (*Council for Small Business & Entrepreneurship*): o “*Lifetime Achievement Award*”, pelas contribuições ao Empreendedorismo. Em 2005, o ICSB (*International Council for Small Business*) atribuiu-lhe também o seu maior reconhecimento: o *Wilford White Fellow*, por suas contribuições ao avanço do empreendedorismo no mundo. Em 2006, recebeu da AIREPME (*Association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME*) o prêmio *Julien-Marchesnay* pelo seu trabalho em empreendedorismo.¹¹

Fillion (1993, p. 55-60-61) interpreta o empreendedor como uma espécie de definidor ou ativador de visões complementares, com habilidade de se comunicar e considerar que o erro e o fracasso são motivações para aprender. Quanto mais experiência o empreendedor tiver adquirido no seu campo, mais apto estará para definir claramente as visões secundárias que deseja que aconteçam. Pensar de acordo com uma visão fornece ao empreendedor estrutura para a reflexão e a ação, uma forma de integrar toda a equipe no projeto. Os elementos fundamentais do empreendedor são o desenvolvimento da imaginação e da

¹¹ Dados disponíveis em: <https://ppgadm.face.ufg.br/n/76477-seminario-ppgadm-louis-jacques-filion>. Acesso em 06 mar 2021.

criatividade, bem como a habilidade de canalizar energia para os objetivos que ele quer atingir.

Dessa forma, o autor conclui que:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel de empreendedor. (FILION, 1999, p. 19).

A definição de Filion (1999, p. 19) sobre o indivíduo empreendedor sugere as interpretações apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3 – Quem e como é o sujeito empreendedor?

Filion (1999, p. 19)	Interpretação
“O empreendedor é uma pessoa criativa...”.	O empreendedor é uma pessoa criativa por excelência.
“... marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos...”.	O empreendedor estabelece seus objetivos na certeza de atingi-los e para isso, se organiza, é tenaz e busca o aprendizado para conseguir o sucesso.
‘... e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios...”	O empreendedor desenvolve a capacidade de detectar oportunidades através do alto nível de consciência do seu espaço.
“... um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios...”.	O empreendedor vive processo de evolução constante, sempre em busca de boas oportunidades.
“... e a tomar decisões moderadamente arriscadas...”.	O aprendizado constante minimiza os riscos associados às decisões.
“... que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor...”.	O Empreendedor gosta de inovar, se realiza quando contribui com uma ideia nova.

Fonte: Elaboração própria (2020)

(xii) Howard Stevenson

Stevenson é professor emérito da Fundação *Sarofim-Rock Baker*, na *Harvard University*. Foi reitor associado sênior e diretor de publicações e relações externas da *Harvard Business School* de 2001 a 2005. A *Sarofim-Rock Chair*, cujos fundadores são *Fayez Sarofim*

e *Arthur Rock*, foi criada em 1982 para fornecer uma base contínua para pesquisa e ensino no campo do empreendedorismo e o Professor Stevenson é o seu primeiro titular. O programa de estudos empreendedores usa uma abordagem multidisciplinar para a criação e manutenção do foco empreendedor das organizações empresariais. Antes de 1978, Howard Stevenson ocupou vários cargos acadêmicos na *Harvard University*, com especialização em gestão de ativos imobiliários e administração geral. Com formação em matemática pela *Stanford University* e M.B.A. na *Harvard University*, recebeu bolsas da ALCOA e da Fundação Ford para estudos de pós-graduação. Em 2007 recebeu o título de doutor honorário pela *Université de Montreal*.¹²

Howard Stevenson assegura que o empreendedorismo se concentra em oportunidades, não em recursos, e que o empreendedor deve ter o compromisso de ajustar as oportunidades às novas informações que surgirem. Todo o processo é multifacetado, limitando o comprometimento dos recursos em cada estágio a uma quantidade suficiente para gerar novas informações. O empreendedor precisa observar que os recursos estão dentro de um controle hierárquico e, portanto, é importante que haja um bom gerenciamento da rede. Pesquisa realizada em mais de quarenta países, concluiu que o empreendedorismo floresce nas comunidades onde os recursos são móveis; o empreendedorismo é mais bem sucedido em uma comunidade em que os membros de uma comunidade reinvestem excesso capital nos projetos de outra comunidade; o empreendedorismo sobressai nas comunidades em que o sucesso de outra comunidade é comemorado em vez de desprestigiado e reitera que é melhor em áreas que entendem mudança como algo positivo e não negativo.

Stevenson (2000) comenta que o campo do empreendedorismo foi descrito em 1983 por um membro sênior do corpo docente da Harvard Business School como “uma cebola intelectual”, onde você retira camada por camada e quando você chega ao centro, não há nada lá, e você está chorando. O autor se referiu a um empreendedor que começa um negócio e está disposto a arriscar a perda para ganhar dinheiro. Talvez o sucesso em superar a reputação de pensar um negócio como uma cebola intelectual tenha sido alcançado com o surgimento de pesquisadores interessados em estudar as características da empresa empreendedora bem como o comportamento dos empreendedores.

Talvez o maior perigo de todos seja que a lista de estudiosos empreendedores se torne, como muitas empresas de sucesso: negócios; e acadêmicos falham em não valorizar mudanças, em proteger o passado, em defender a ortodoxia e em recusar-se a ver que a

¹² Dados extraídos de *Harvard Business School*. Disponível em: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?facId=6560>. Acesso em 06 mar 2021.

sabedoria inerente aos desafios dos jovens e inexperientes levará aos mesmos problemas na educação e nos negócios. É importante ver o empreendedorismo como parte de uma resposta sistêmica à mudança e como um iniciador das transformações. (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2012, p. 372; STEVENSON, 2000, p. 01)

As definições de empreendedorismo passaram por modificações desde a idade média, onde se referia como empreendedores os clérigos, responsáveis por grandes projetos de obras arquitetônicas como castelos, edifícios e catedrais até os séculos XVIII e XIX onde a referência para empreendedor eram os vendedores e negociantes, que assumiam os riscos das vendas. A partir do século XX, as definições de empreendedorismo tomaram outro sentido, desde sua sutil diferença para o capitalismo até a compreensão psicológica da motivação, das atitudes e do impulso empreendedor que mostram outra face dos empreendedores. Ressalta-se que, desde sempre, o que se observa são as características gerais que definem o empreendedor: compromisso, determinação, perseverança, orientação de oportunidade, iniciativa, responsabilidade, ética, tolerância para as ambiguidades, controle, alto nível de energia, criatividade, inovação, visão de futuro, autoconfiança, otimismo, independência, empatia, respeito, etc. Vale registrar o que diz Rita Rocha¹³: a sorte favorece os que são persistentes, enquanto ela não vem, continue caminhando; não há segredos, somente o trabalho duro dará resultado e nada é mais importante do que um fluxo de caixa positivo-a felicidade é um fluxo de caixa positivo.

Se o empreendedor é o indivíduo que busca a mudança, cria algo novo, é inovador e transformador de valores, consegue viver com as incertezas e riscos que um negócio comporta e sabe aproveitar as oportunidades como ninguém, então, o empreendedorismo é fenômeno capaz de provocar profundas transformações sociais, políticas, culturais, econômicas e psicológicas. (DRUCKER, 1985; BOAVA; MACEDO, 2006).

Para Dornelas (2008, p. 6), o momento atual pode ser chamado de “a era do empreendedorismo”, dado que são os empreendedores, essas pessoas com características especiais, que arriscam, questionam, eliminam barreiras culturais e comerciais, encurtam distâncias, criam novas relações de trabalho, quebram paradigmas e promovem a geração de riqueza. No entanto, não se percebe proporcional aumento nas pesquisas acadêmicas que atentem para a comprovação dos fatos, ou seja, persistem os argumentos de Sarasvathy (2004, 2005) no sentido da necessidade de reformulação das questões de pesquisa sobre o fenômeno

¹³ Rita Rocha – trainer/teacher at AEP (Associação Empresarial de Portugal)

“empreendedorismo”. A autora insiste que é necessário entender as barreiras impostas aos indivíduos que desejam se tornar empreendedores - mas não o fazem e, ao mesmo tempo, entender os que se tornam empreendedores - como eles podem projetar empresas, mercados e economias melhores. As duas reformulações se abrem para um trabalho estimulante de Economia Política aliado à cognição humana, que atualmente não são utilizados. (SARASVATHY, 2004, 2005)

Dornelas (2012) adianta que não existe um perfil ou modelo único de empreendedor, pois existem diversos tipos bem sucedidos e com diferentes perfis, o que dificulta criar um rótulo para poder identificá-los. O empreendedor não é necessariamente o empresário até porque, nem todo empresário pode ser considerado um empreendedor.

No entendimento de Filion (1999, p. 19), por exemplo, o empreendedorismo era voltado para a criação de empresas, ou seja, o empreendedor era um indivíduo criativo, que assumia riscos inerentes às atividades econômicas com capacidade para atingir seus objetivos devido ao grande conhecimento do ambiente, usando-a assim, para detectar oportunidades de negócios. Já Dolabela e Filion (2013, p. 135) apontam que o empreendedorismo “é uma cultura que se expressa através de um determinado tipo de pensamento e ação”. Este pensamento se deve ao desenvolvimento do pensamento imaginativo e intuitivo, do ato de sonhar e transformar os sonhos em realidade, não em uma perspectiva surreal do sonho impossível, mas do que se pode construir reinventando o futuro, construindo o novo. Filion e Lima (2010 p.32) destacam a importância da autorrealização das pessoas no processo empreendedor reforçando a ideia do pensamento empreendedor em todo o processo. Dolabela (2005, p. 42) afirma que “o indivíduo que está motivado para realizar seu sonho saberá desenvolver, segundo seu estilo pessoal, métodos para aprender o que for necessário para a criação, o desenvolvimento e a realização de seu sonho”.

Baggio e Baggio (2014, p. 27-36) estabelecem que a natureza do empreendedorismo consiste na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios e sua essência está na mudança. Os autores reiteram que o empreendedor vê o mundo com novos olhos, novos conceitos, atitudes e propósitos; ele é um solucionador de problemas, um construtor de opiniões. Mesmo quando citam as quatro fases do processo de empreender: “identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários; gerenciar a organização”, os autores apontam o empreendedor como um indivíduo voltado para os negócios. As empresas geram empregos e riqueza e sem o dinamismo que trazem para a economia, os desafios da globalização e da mudança estrutural

seriam insuperáveis e, além disso, a cultura empreendedora influencia o crescimento econômico regional. E acrescentam:

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26)

A busca pela inovação é uma característica importante do empreendedor, seja ele empreendedor individual ou empreendedor social, pois ambos atuam na sociedade promovendo mudanças, desconstruindo e reconstruindo os espaços sociais ao lançar um novo produto, ou redesenhando um processo ou mesmo colocando uma prática social em nova dimensão.

O empreendedor é um conquistador silencioso, de espírito inovador, voltado para as oportunidades e necessidades específicas, onde os indivíduos assumem cada vez mais o próprio aprendizado e reaprendizado contínuos, o próprio desenvolvimento e a própria carreira, desafiando hábitos e pressupostos do ensino e aprendizado. (BARROS *et al*, 2014, p. 38; DRUCKER, 2001, p. 70-73)

Ressalta-se que, na busca por abordagens teórico-conceituais que analisam o empreendedorismo enquanto conceito observou-se que, para alguns autores, o fenômeno do empreendedorismo é o capitalismo travestido, ou seja, uma grande ideologia do capital com a necessidade urgente de direcionamento do indivíduo para a criação de um negócio próprio, ou a justificativa para a fuga do desemprego, ou mesmo a atitude empreendedora voltada para o benefício dos grandes impérios.

Gaulejac (2007), por exemplo, descreve o empreendedor como a imagem do mercado financeiro, cuja finalidade é uma competição perpétua onde é preciso inovar sempre, fazer sempre melhor, cada vez mais depressa, com menos meios e aqueles que não seguem as exigências de flexibilidade e de adaptabilidade são considerados inúteis. Ou seja, importam os resultados nesse mundo sem limites, onde imperam a onipotência, o narcisismo e a inveja, em uma corrida ilusória e destrutiva. Dessa forma, os bens, a vida, as emoções, os relacionamentos, a inteligência, a família, a saúde, a educação, os filhos, a cidade, são gerenciados continuamente e esta cultura empreendedora torna-se referência para um mundo que deve ser sempre mais produtivo, inovador e rentável.

Soeiro e Campos (2016) e Barbosa e Ferreira (2015) observam que o empreendedorismo tem se disseminado de forma surpreendente e, por seu poder de persuasão num discurso dominante, inquestionável e sedutor, que se apresenta como panaceia para a desresponsabilização do Estado, ensina os indivíduos a acreditarem que são proativos, inovadores, com senso de oportunidade e com notável capacidade de provocar mudanças. Desta forma, afirmam os autores, fica atribuído à escola preparar recursos humanos capazes de adaptação ao mercado de trabalho e assim, submetendo a educação aos interesses econômicos.

Sabino (2010) complementa que o empreendedorismo apresenta um modelo desigual, predatório e altamente concentrador de riqueza onde os cidadãos devem ser empreendedores, se adequar à lógica liberal do sistema de democracia individual, viver sem questionamentos e desenvolver, de forma criativa, mecanismos alternativos de sobrevivência.

Para Sabino (2010); Soeiro e Campos (2016, p. 9) e Costa, Barros e Carvalho (2011, p. 192), o atual modelo de empreendedorismo deve ser coletivamente repensado sob o ponto de vista das possibilidades reais de transformação social, que objetivem o bem estar e o desenvolvimento humano. Mas, para os autores, infelizmente uma reflexão séria, capaz de promover soluções ou resolver os problemas se mostra inversamente proporcional aos discursos empreendedores, sejam eles vindos de governantes, dirigentes de organizações ou mesmo de palestrantes de autoajuda que lotam as salas de congressos.

Costa (2009, p. 181) afirma que “além de fazer do empreendedorismo uma visão diferenciada, uma maneira de ser, a cultura do empreendedorismo funciona de modo a fragmentar os indivíduos em mônadas¹⁴, cada uma ficando responsável apenas por si mesma”. E López-Ruiz (2007) acrescenta, ainda, que isso concorre para tornar as relações sociais mais frágeis e vulneráveis, movidas pela competição desenfreada por envolver questões financeiras. Carvalho (2012) concorda e acrescenta a questão das dimensões do ensino empreendedor que tornam o professor um grande empresário de si, responsável por aprender sozinho, por aprender a aprender, por aprender sempre, por inovar e por buscar alcançar metas cada vez mais desafiadoras em sua vida profissional, com uma demanda que o sobrecarrega e o torna preso a si mesmo.

Percebe-se que, pela ambiguidade do tema, o empreendedorismo continua sendo um dos grandes desafios deste século, pois se apresenta sem um entendimento completo apesar

¹⁴ Segundo o dicionário Priberan, mônada é substância simples, inacessível a quanto existe e incorruptível, mas sujeita a evoluções e desenvolvimento até alcançar o intelectual (teoria de Leibnitz)

das inúmeras pesquisas e dentro do panorama atual de alto desenvolvimento científico e tecnológico. É certo que o indivíduo empreendedor pode gerar inovação e provocar mudanças importantes no ambiente em que estiver inserido se apresentar uma postura sensível, dinâmica, participativa e ética. Neste contexto, o empreendedorismo e a dinâmica industrial tornaram-se um tema dominante na sociedade por muitos estudiosos de diferentes áreas de estudos de gestão e, desde a década de 1980, vem crescendo o interesse pelo empreendedorismo na sociedade. É fato que esse campo de pesquisa cresceu consideravelmente em termos de número de pesquisadores e em relação ao número de publicações, periódicos e conferências. O empreendedorismo traduz um conceito multiforme que requer o conhecimento de muitos campos de pesquisa diferentes para compreendê-lo e ainda assim, não há consenso sobre o que seria um conjunto de indicadores viável e prático que se aplique a todos os empreendedores. Desta forma, o empreendedor é um líder nato sem, portanto, aquele glamor que caracteriza outros tipos de líder, mas com vontade de conquistar e obter os frutos do seu próprio sucesso. (SCHUMPETER, 1934, p. 13; LANDSTRÖM, 2010, p. 29, 2014, p. 20-23; NECK; GREENE, 2011, p. 55).

2.2 O EMPREENDEDORISMO E SUA APROXIMAÇÃO COM O CAMPO CTS

De acordo com Dagnino (2014, p. 309-310) o Pensamento Latino-americano em Ciência, Tecnologia e Sociedade (PLACTS), surgiu na década de 1960 com a preocupação de aproximar o potencial de desenvolvimento científico e tecnológico das necessidades sociais. Santos e Mortimer (2002, p. 5) afirmam que essa interação entre Ciência, Tecnologia e Sociedade oportuniza o desenvolvimento de valores e ideias, bem como uma visão crítica na tentativa de desfazer o mito da submissão da ciência aos interesses de mercado e de lucro. Para Castells (2000) o atual estágio da sociedade da informação é marcado não só pelo grande volume de informações, mas, sobretudo, pelo acesso a mídias que permitem sua geração e ampla difusão de forma descentralizada (Castells, 2000) tal que Silva, Correia e Lima (2010, p. 214) complementam que a sociedade da informação e o avanço tecnológico pressupõem considerar questões importantes como cidadania, educação, socialização e humanização, precursoras de uma sociedade democrática em que todos tenham igual participação nos avanços tecnológicos e informacionais. Nesta perspectiva CTS, Dagnino (2014, p.107) entende o conhecimento científico e tecnológico como um processo de construção social. Linsingen (2007, p. 2, 10) concorda, afirmando que,

O processo de consolidação do campo CTS em países da América Latina emerge da reação ao modelo hegemônico de percepção das relações sociais da ciência e da tecnologia, com penetração significativa em distintos campos do saber e nas políticas públicas, e com notória filiação a diferentes linhas de pensamento e ideologias. Na educação, é perceptível a intensificação de abordagens alternativas no ensino de ciências e tecnologia e também a discussão de necessidades nos diferentes níveis de formação, considerando suas especificidades e finalidades, sob influência dos ECTS. No âmbito acadêmico, desde os primeiros programas vinculados a universidades como a da Pensilvânia nos EUA e de Edimburgo no Reino Unido nas décadas de 1960 e 1970, CTS é já considerado um campo consolidado em várias universidades e centros educativos em outros países.

Marcuse (2001, p. 57) já defendia que as características opressivas da sociedade tecnológica não se deviam ao excessivo materialismo e tecnicismo, mas à detenção dos valores desse materialismo e da tecnologização, e que o funcionamento e crescimento da sociedade dependeriam da manutenção dos limites impostos. Bourdieu (1983) já observava que o campo científico era um lugar de conflitos, luta concorrencial e existência do monopólio da autoridade científica com o conseqüente acúmulo de capital científico. O autor defendia a interdisciplinaridade nas ciências humanas e sociais, associada à constante busca por independência intelectual, apesar da concorrência existente entre os agentes sociais e das relações de poder:

Ainda que os campos científicos sejam universos de exceção (e tanto mais quanto são mais autônomos), nem tudo é para o melhor, no melhor dos mundos possíveis, e há obstáculos sociais à instauração da comunicação racional que é a condição do progresso da razão e do universal. (BOURDIEU, 2003, p. 65)

Em razão disso, o autor ressalta que é preciso lutar politicamente para dar força à razão, instaurando um dispositivo de discussão coletiva orientado para a invenção de novas estruturas organizacionais nas quais se pode e se deve responder eficazmente. (BOURDIEU, 2003)

No entanto, Gibbons *et al* (1994) já assinalavam que a nova produção do conhecimento voltada para a ciência enquanto presente e futuro da humanidade, prestava contas não mais a restritas comunidades de pesquisadores, envolvendo, porém, um amplo espectro de interesses, de firmas a laboratórios, de associação de consumidores a governos, das empresas às agências reguladoras, e neste sentido produzia avaliações mais reflexivas. O controle de qualidade não era avaliado através do modelo tradicional de “revisão por pares”, mas apresentava-se a uma perspectiva dentro de maior espectro de atores envolvidos na avaliação, cada qual com seus critérios de julgamento.

Já havia sinais de um jogo com o futuro, um debate contínuo sobre a produção do conhecimento em contextos sociais. Lembrando Latour (2000, p. 17):

[...] a primeira decisão que temos de tomar: nossa entrada no mundo da ciência e da tecnologia será pela porta de trás, a da ciência em construção, e não pela entrada mais grandiosa da ciência acabada [...] o caminho de entrada já foi decidido [...]

Os estudos CTS, segundo Palácios *et al* (2003, p. 127) se desenvolvem em três direções: a) no campo da pesquisa: alternativa à reflexão tradicional sobre ciência e tecnologia promovendo uma nova visão socialmente contextualizada da atividade científica; b) no campo da política pública: através de novos mecanismos de criação das políticas científico-tecnológicas; c) no campo da educação: favorecendo programas e materiais CTS no ensino secundário e universitário em muitos países. Nesta perspectiva, os autores apontam que a proposta geral dos programas e materiais CTS é:

[...] entender a ciência-tecnologia não como um processo ou atividade autônoma que segue uma lógica interna de desenvolvimento em seu funcionamento ótimo (resultante da aplicação de um método cognitivo e um código de conduta), mas sim como um processo ou produto inerentemente social onde os elementos não-epistêmicos ou técnicos (valores morais, convicções religiosas, interesses profissionais, pressões econômicas etc.) desempenham um papel decisivo na gênese e na consolidação das ideias científicas e dos artefatos tecnológicos. (PALÁCIOS *et al*, 2003, p. 126)

Para Palácios *et al* (2003) é importante que haja uma democratização da inovação tecnológica com a participação pública dos atores sociais envolvidos, com a simulação de processos de avaliação de tecnologia contextualizados socialmente, no interior das instituições de ensino, em seus laboratórios com efetiva participação social. Há que se considerar: diálogo entre os atores envolvidos, avaliação da tecnologia simulada em processo contínuo, as implicações da conexão entre as tecnologias novas e as já existentes, o fornecimento de ferramentas aos atores para avaliação e impacto das consequências sociais, culturais e ambientais das inovações tecnológicas, a participação pública no controle das tecnologias novas antes que tal participação não seja mais possível. Essas simulações educacionais de educação tecno-científica não devem se limitar à aquisição de rotinas ou esquemas rígidos, mas podem e devem levantar polêmicas públicas para discussão, uma vez que a implantação de algum processo tecnológico gera incertezas sobre suas implicações sociais. Cada um dos atores sociais poderia legitimar sua posição no processo e apresentar perspectivas sobre as implicações sociais do desenvolvimento tecnológico surgido.

Em sua complexidade, o empreendedorismo tem o potencial de emprestar conceitos e teorias de outros campos de pesquisa, como por exemplo, da educação CTS que é direcionada

a formar cidadãos científica e tecnologicamente alfabetizados, preparados para tomar decisões que promovam ações sustentáveis e que reflitam no seu ambiente social, contribuindo para melhorar a qualidade de vida do seu entorno. Os autores afirmam que a interação entre ciência, tecnologia e sociedade propicia o desenvolvimento de valores e ideias por meio de estudos de temas locais, políticas públicas e temas globais. A educação com enfoque CTS contempla os objetivos do empreendedorismo inovador no sentido de constituir uma ação fundamental para a criação de um ambiente estimulador, gerador de reflexões, troca de ideias e experiências, tornando os indivíduos mais capacitados. É a possibilidade de preparar indivíduos para novas oportunidades de atuação, inovação, intervenção responsável e com uma posição crítica na sociedade. O empreendedorismo, moldado à educação CTS, estimula a construção de novos conhecimentos, abrindo caminhos para que se aflore o caráter inovador a partir de iniciativas pessoais e também coletivas. Mesmo em ambiente sujeito à competitividade e ao individualismo, abordagens orientadas no enfoque CTS consideram as atividades não apenas por seus valores de mercado, ganhos e interesses corporativos, mas levam em consideração as verdadeiras demandas sociais, o respeito ao meio ambiente, o combate ao consumismo desenfreado e outros desvios que tem sido a causa de danos irreversíveis às pessoas e ao planeta. Desse modo, é possível ao indivíduo tornar-se um empreendedor de sucesso e ao mesmo tempo proporcionar ações e diretrizes que promovam o bem-estar social e o equilíbrio ambiental. (SANTOS; MORTIMER, 2002, p. 115-126; SILVA; SCHIMIGUEL; ARAÚJO, 2015, p. 135, 138)

[...] não menos desafiador é conceber uma perspectiva de educação que ao estimular a criação de seres empreendedores esteja também atenta à necessidade de desenvolver competências e habilidades complementares capazes de estimular uma participação social responsável dos indivíduos. Essa responsabilidade deve envolver preocupações ambientais e sustentabilidade, apoiar-se na ética, na solidariedade e em outros elementos e valores formativos amplamente disseminados quando se emprega o enfoque CTS. (SILVA; SCHIMIGUEL; ARAÚJO, 2015, p.134)

Latour (2020) aceita que, como regra, se estude a ciência em ação e não a ciência ou a tecnologia pronta até porque mesmo quem não pertence ao mundo da ciência, pode discordar de uma sentença. É necessário chegar antes que fatos e máquinas se tenham transformado em caixas-pretas, ou então acompanhar as controvérsias que as reabrem. A objetividade ou subjetividade de uma afirmação, a eficiência ou a perfeição de um mecanismo não são observadas por suas qualidades intrínsecas, mas por todas as transformações que esse objeto ou afirmação sofrem. Na realidade, diante da ciência, da tecnologia e da sociedade existe uma

gama de associações mais fracas e mais fortes e, portanto, entender o que são fatos e máquinas é o mesmo que entender o que as pessoas são.

A expressão “CTS” é o objeto de estudo das relações ciência-tecnologia-sociedade e teve sua origem na Universidade de Edimburgo (Grã-Bretanha) entre os anos 60/70, ganhando forma primeiramente nos EUA e em alguns países europeus. Ciência, tecnologia e sociedade é um campo de trabalho acadêmico cujo objeto de estudo compreende os aspectos sociais da ciência e da tecnologia; é a educação científica e sua integração com aspectos econômicos, éticos, sociais e políticos. Estudos CTS integram trabalho recente e heterogêneo, de caráter crítico e interdisciplinar por estar presente em disciplinas como a filosofia, a história da ciência e da tecnologia, a educação e a economia, onde a busca pela compreensão social da ciência e da tecnologia se aproxima não só dos fatores sociais, mas também dos seus impactos éticos, ambientais e culturais. O aspecto inovador do enfoque CTS está na caracterização social dos fatores responsáveis pela mudança científica com práticas que compactuam positivamente com a atitude de empreender dentro de uma visão de responsabilidade social e de forma sustentável. Ao enquadrar o processo tecnocientífico no contexto social e defender a necessidade de participação democrática na direção de seu desenvolvimento, os estudos CTS adquirem relevância pública de primeira magnitude. Hoje as questões relacionadas à ciência, à tecnologia e sua importância na definição das condições da vida humana vão além da esfera acadêmica para se tornar o centro de atenção e interesse da sociedade como um todo. (PALÁCIOS *et al*, 2003, p. 7-23-119-125)

Ressalta-se que uma sociedade de conhecimento não é simplesmente uma sociedade massiva de dispositivos tecnológicos e mais interpretações de especialistas do que interpretações de participantes; é uma sociedade entrelaçada com práticas de conhecimento e culturas de conhecimento, ou seja, é a presença de contextos e estruturas relacionados com o conhecimento e processos sociais. (KNORR-CETINA, 1999, p. 377)

O movimento CTS despertou interesse no Brasil, embora haja ainda pouca bibliografia específica em relação ao tema. Inicialmente tímido, trouxe consigo a marca da ciência como solução e causa de problemas. Começam os questionamentos sobre a autonomia da ciência, há a concepção de que a ciência deve ser dirigida para os problemas sociais e o palco começa a ser dividido entre cientistas, servidores e políticos na discussão de definição das prioridades. O movimento CTS ganha força no final da década de 1970 (meados do século XX) quando a sociedade passa a reivindicar transparência a respeito das atividades científicas e tecnológicas. Ocorrem mudanças curriculares na educação básica de alguns países com o objetivo de alfabetizar todos os cidadãos, científica e tecnologicamente. (ARAUJO *et al*, 2017)

Se antes a ciência era compreendida sob uma perspectiva linear, a partir da nova concepção, está orientada pela interação entre os atores (universidades, institutos de pesquisa, hospitais, empresas, etc.) e pela participação da sociedade, já atingindo um grau de estudos voltados para a previsão do futuro e freio aos processos de destruição. É a certeza de que existem três esferas que se interligam: ciência, tecnologia e sociedade, havendo necessidade de se estudar os impactos e influências que essas esferas exercem, umas sobre as outras. Nessa nova concepção de ciência, pesquisadores trabalham fora do sistema acadêmico e em locais multivariados (empresas, hospitais, ONGs); há a multiplicidade de atores sociais: políticos, servidores públicos, economistas, industriais; a unidade básica de produção de conhecimento não é mais a comunidade científica, mas as chamadas comunidades transepistêmicas, isto é, as pesquisas incluem cientistas e não cientistas, que abrangem argumentos e interesses de natureza "técnica" e "não técnica". A produção do conhecimento e a estrutura social se interligam e se relacionam tão intimamente, que não se sabe onde começa a C & T e termina a sociedade e vice-versa; não há mais separação possível. Desenvolvem-se metodologias para estimar os impactos econômicos e sociais, assim como novos instrumentos para detectar oportunidades. (KNORR-CETINA, 1983; LATOUR, 2000; VELHO, 2011)

Nesta perspectiva, reforça-se a afirmação de que, desde a realização pessoal ao domínio dos conhecimentos na área em que atua, o pensamento empreendedor tem estreito compromisso com o meio ambiente e com a comunidade, com a missão de responsabilidade social cujo objetivo não é o dinheiro, mas a vida, a democracia e a felicidade. Na aproximação do empreendedorismo com o campo CTS, percebe-se que ambos são centrados nas consequências sociais e ambientais relacionadas ao desenvolvimento científico-tecnológico, aliados a condições éticas e igualitárias. “O crescimento econômico sustentável é consequência do grau de empreendedorismo de uma comunidade”. (DOLABELA, 2011, p. 27)

Os estudos CTS trazem à tona a discussão das implicações tecnológico-científicas no contexto social, sugerindo meios para que a sociedade possa participar democraticamente na escolha do seu rumo, e não apenas que assista passivamente e concorde com decisões tomadas por outrem no âmbito da sua esfera social. Este questionamento aponta para preocupações sobre os atores e principalmente sobre seu olhar para a exclusão, opressão, desigualdade e justiça social. A resistência às ordens convencionais de conhecimento, as vozes dissidentes, as experiências negligenciadas e conceituações alternativas de progresso e de futuro são fatos a serem considerados. (KONRAD *et al*, 2017; VELHO, 2011). Lembrando Snow (1995) na afirmação de que a “dialética complexa entre ciência pura e ciência aplicada é um dos

problemas mais profundos da história científica”, o autor argumenta que profissionais de ambas as áreas deveriam construir pontes para promover o progresso do conhecimento humano e beneficiar a sociedade.

A abordagem do ensino de Ciência, Tecnologia e Sociedade na visão empreendedora apresenta uma nova dimensão no contexto da formação do indivíduo empreendedor com foco em inovação e oportunidades de desenvolvimento a sua capacidade de investigação, despertando o senso crítico e percepção de mundo, o que de certa forma corrobora positivamente com a atitude de empreender, de forma inovadora, dentro da visão de responsabilidade social e de forma sustentável.

A busca pelo conhecimento das dimensões que compõem o perfil do empreendedor para enfrentar desafios permite incursões interessantes em muitas áreas do conhecimento humano como, por exemplo, comportamento pessoal e organizacional, recursos humanos, comunicação, ética, marketing, ecologia e tantos outros e provam que empreender não é exatamente ser empresário, uma vez que o empreendedorismo é relacionado com a subjetividade comportamental do indivíduo. No entanto, aceita-se que nem todo empreendedor é empresário, mas todo empresário, para ter sucesso, necessita ser empreendedor. (SEBRAE, 2017)

O estudo do empreendedorismo e seus desdobramentos também sinaliza que a vida escolar não se resume a obter um diploma e nem que este traga ao seu portador garantias para a colocação no mercado. No entanto, ainda é forte a tradição que coloca os diplomas em patamar mais elevado do que a qualificação que eles refletem, como o grande objetivo a ser alcançado. Evidente que o diploma atesta a competência adquirida, afinal, embora ele seja percebido como a interface entre a formação e o emprego, garante a qualificação, mas não garante a competência profissional indispensável ao emprego, sujeito à concorrência das formações qualificantes. (ROCHE, 2004, p. 41; SCHWARTZMAN, 2004, p. 482)

O emprego sonhado depende de uma série de circunstâncias, de coincidências e principalmente, de atitudes como busca por qualificação, definida por Tomasi (2004, p. 147) como “o saber e o saber-fazer adquiridos no trabalho e na aprendizagem sistemática”, competência profissional, capacidade de relacionamento e comprometimento individual.

O empreendedor pode ter sucesso também como empregado quando o objetivo for transformar as dificuldades do caminho em possibilidades de promoção e crescimento e procurar se tornar indispensável dentro da estrutura organizacional ou outra esfera social em que esteja inserido. “[...] não se pode dar uma direção ao aluno para que ele seja um empreendedor empresarial, mas para que seja empreendedor em sua forma de ser”, ou seja,

abrir uma empresa é apenas uma das múltiplas formas de se empreender. O empreendedor pode ser empreendedor sendo músico, poeta, funcionário público. (DOLABELA, 2004, p. 128)

Se Bazzo, Linsingen e Pereira (2003, p. 10 e 119) argumentam que a fronteira entre os três conceitos Ciência, Tecnologia e Sociedade “se estreitam à medida que elas são analisadas com detalhes e contextualizadas”, ou seja, caracterizam um campo interdisciplinar, é pertinente a afirmação de Silva *et al* (2014) ao argumentarem que a linha de construção do ensino CTS está alicerçada na importância da educação empreendedora como estímulo à inovação, capacidade de investigação, aumento do senso crítico e percepção de mundo.

2.3 AS ATITUDES EMPREENDEDORAS

Segundo Allport (1935) a palavra atitude deriva do latim *aptus* que significa adequação, adaptabilidade, forma de conduta mental que prepara o indivíduo para a ação. A atitude tem a conotação de um estado neuropsíquico de prontidão para a atividade física. A atitude é uma condição prévia, construída segundo a integração de várias respostas ativadas por um estímulo que tem como resultado a atenção para uma resposta positiva ou negativa, favorável ou desfavorável em relação ao objeto. Para o autor, a atitude combinada a uma determinada situação resulta em determinado comportamento, ou seja, é um estado mental de prontidão organizado através de experiência, exercendo uma diretriz ou influência dinâmica sobre a resposta do indivíduo aos objetos e situações com as quais está relacionado. “Nesta perspectiva, compreender a atitude é importante, pois em algum grau ela explica e prevê o comportamento das pessoas”. (BAGOZZI, 1981, p. 159)

Das diferentes fontes de mudança em uma sociedade capitalista, para o empreendedor o resultado financeiro é apenas uma consequência do sucesso, um sinalizador da vitória. Antes disso, o empreendedor considera fortemente a satisfação do desejo, a alegria de criar estratégias, de exercitar a energia e a engenhosidade e de ter sucesso, não dos frutos do sucesso, mas do sucesso em si. A ação econômica se assemelha ao esporte, às corridas, às lutas de boxe. Além disso, a caracterização comum do tipo empreendedor está nas expressões como “iniciativa”, “autoridade” ou “previsão” o que aponta para uma atitude empreendedora. (SCHUMPETER, 1934, p. 13)

Outros autores apostam na motivação para o ato de empreender ou apresentar uma atitude empreendedora. Através de uma perspectiva psicossocial, o empreendedor tem uma estrutura motivacional diferenciada e uma necessidade intensa de realização. Essa necessidade

marcante na busca pelos objetivos envolve atividades de desafio com a preocupação em fazer bem e melhor, o que não representa necessariamente interesses financeiros, mas o aperfeiçoamento constante de suas capacidades e o sentimento de competência pessoal. Se a motivação é fator psicológico que molda o desenvolvimento, incluindo comportamento, características empreendedoras, costumes e motivações culturais, então o motivo da conquista não é apenas o lucro ou o desejo de ganho material, mas o prazer da realização. (MCCLELLAND, 1961; DOLABELA, 2005; SHAPERO, 1975, 1980; PINCHOT, 2017; FILION, 1993)

Nas palavras de McClelland:

[...] um alto nível de motivação de realização precede o crescimento econômico [...] o que uma sociedade moderna precisa para um desenvolvimento bem-sucedido é a flexibilidade nas relações humanas, [...] sua rede de relações com os outros não deve ser tradicionalmente determinada por sua condição ou mesmo pelo seu status ocupacional. (MCCLELLAND, 1961, p. 120, 194)

Empreendedores de sucesso como Bill Gates (fundador da Microsoft), Mark Zuckerberg (cofundador e CEO do Facebook), Steve Jobs (cofundador da Apple); Jeff Bezos (fundador e CEO da Amazon – site de *e-commerce* dos Estados Unidos), Luiza Helena Trajano (presidente do grupo Magazine Luiza) parecem apresentar traços comuns: essas pessoas mudaram a sociedade com suas ideias, com sua paixão e capacidade de trabalhar no que escolheram, e não desistiram diante do primeiro obstáculo.

Ferrari (2010, p. 16) sustenta que, se não há identificação com o negócio, não há paixão, se não há paixão, não há sucesso. “O empreendedor não dará seu sangue se não amar a causa, ou se não sentir muita satisfação pela área escolhida para o empreendimento”; assim como Gerber (2004, p. 43) concorda que o propósito empreendedor aponta, ainda, para uma “[...] disposição, uma verdadeira paixão, necessários para a transformação pessoal que um processo como esse requer: adquirir novas habilidades, novo entendimento, novo conhecimento, nova profundidade emocional, novo bom senso”. Lopez Júnior e Souza (2005, p. 7) acordam e afirmam:

Muito da atenção dispensada pelos estudiosos para explicar o conceito de atitude vem da tentativa de se predizer o comportamento social, sendo atitude aqui definida como uma disposição para responder com algum grau de favorabilidade ou desfavorabilidade a um objeto psicológico. É esperado que as atitudes prevejam e expliquem o comportamento humano. Atitudes positivas deveriam predispor tendências à aproximação e atitudes negativas deveriam predispor tendências de distanciamento.

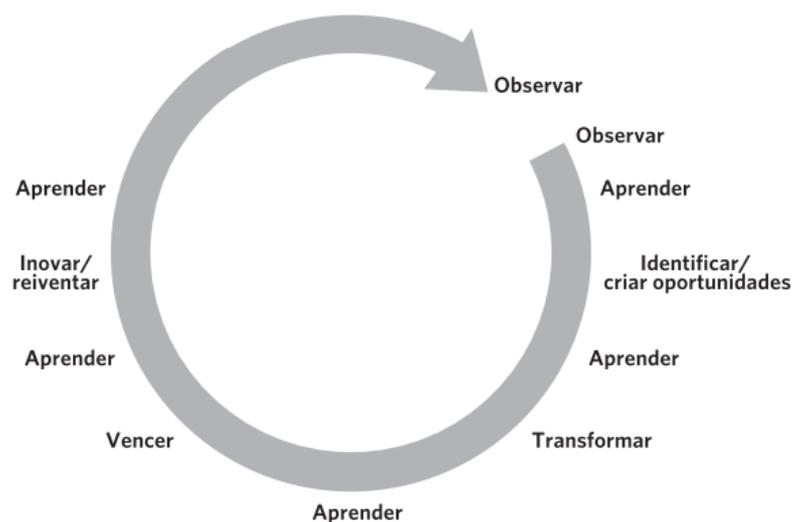
A atitude empreendedora representa benefício sociológico, que busca a realização do homem pelo próprio homem. Embora as atitudes sejam formadas por meio de processos complexos ainda não claramente compreendidos, é certo que os fatores culturais afetam a maneira como os negócios são conduzidos e as atitudes também desempenham um papel importante na formação do marco institucional de um país. (FOSTERING ENTREPRENEURSHIP, 1998, p. 13)

Se por um lado o empreendedorismo é entendido unicamente como forma capitalista por alguns autores, por outro se percebe avanços nos resultados positivos a partir de uma atitude empreendedora. Apesar de ainda não ter sido estudada de maneira sistemática, a atitude empreendedora pode apresentar oportunidade para a verificação e compreensão em toda a sua plenitude, fugindo assim de estereótipos do tipo que prega o empreendedorismo como abertura de firmas para enriquecimento do dono.

No entendimento de Hilsdorf (p. 13, 2015), por exemplo, “Empreendedores (as) são pessoas comuns que aprenderam a conhecer as suas forças e, com elas, transformar ideias, projetos e sonhos em realidade. São sonhadores que optaram por direcionar suas vidas para a realização e a vitória”, são ávidos por aprender, observar e partir para as oportunidades.

O autor entende o ciclo de vida do empreendedor como um caminho de observação, aprendizado, atitude e inovação na busca da sua realização como ser humano, como mostra a Figura 2.

Figura 2 - Ciclo de vida do empreendedor



Fonte: Hilsdorf (2015)

Amparado nessas afirmações, o autor complementa que,

Uma pessoa empreendedora é profundamente apaixonada pela vida e declara essa paixão todos os dias por meio do seu trabalho, construindo uma realidade superior. O maior lucro de um empreendedor é o prazer de fazer acontecer, o prazer de empreender; é essa a sua grande motivação. Para ele, viver é empreender e empreender é viver. O seu maior patrimônio é o seu legado, seu exemplo, sua própria história de vida. (HILSDORF, p. 22, 2015)

Empreender é compreender a tecnologia como necessidade uma vez que, nas palavras de Gerber (2004, p. 16) “O empreendedor é nossa personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, estimulando o futuro, criando as probabilidades dentre as possibilidades, transformando o caos em harmonia”. O empreendedor está sempre fora de sua zona de conforto, e na busca por acelerar o desenvolvimento de ideias e projetos, percebe na tecnologia uma aliada, um acelerador ou mesmo um catalisador para algum processo ou trabalho. A integração entre processos e sistemas nas empresas ou fora delas é hoje uma necessidade. O empreendedor investe na percepção, sabe o que quer e acredita em si, visando ações do presente com foco no futuro, mantendo compromisso com a qualidade, a inovação e a ética, pontos centrais para o alcance do sucesso.

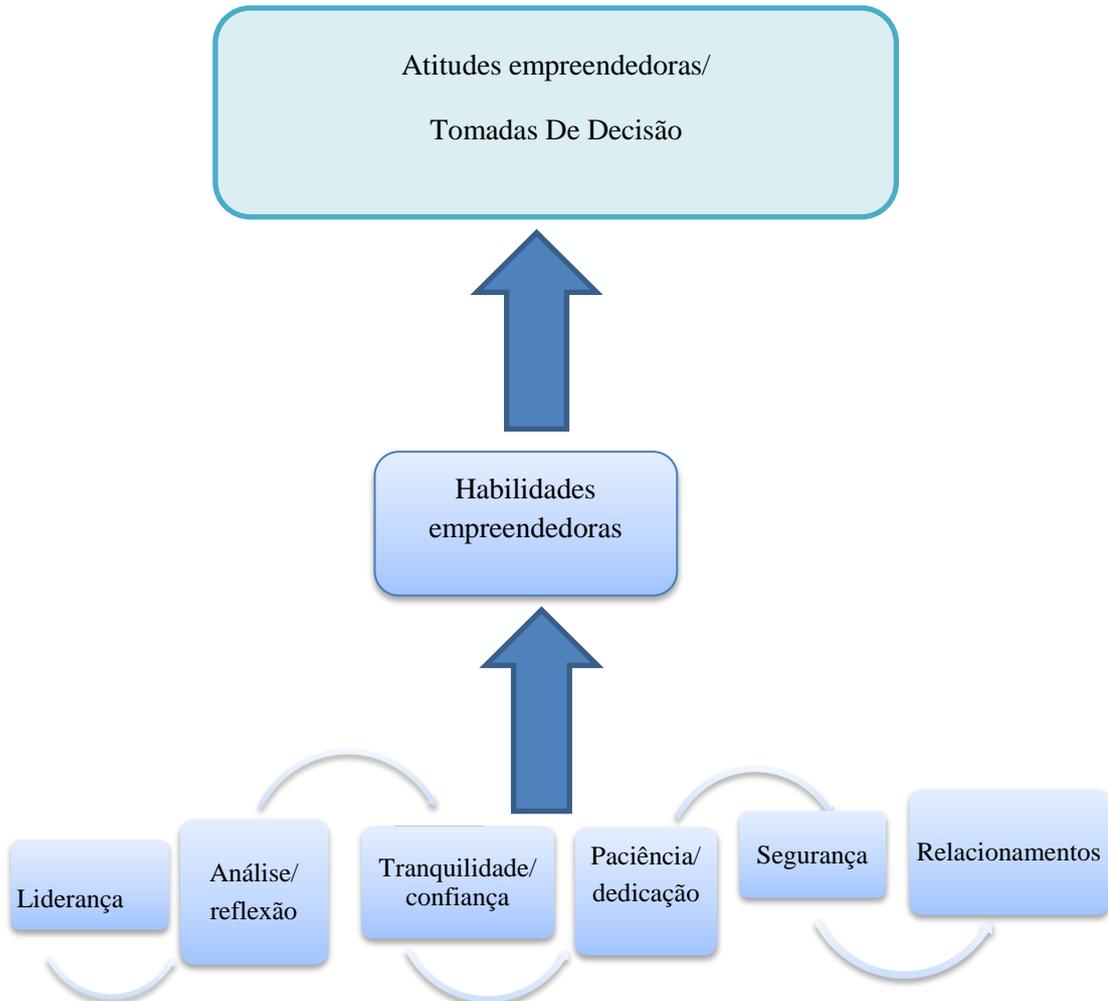
Para Gerber (2004, p. 15-16),

A personalidade empreendedora transforma a situação mais trivial em uma oportunidade excepcional. O empreendedor é o visionário em nós: o sonhador, a energia por trás de toda atividade humana, a imaginação que alimenta o fogo do futuro, o catalisador da mudança. O empreendedor vive no futuro, nunca no passado e, raramente, no presente. Ele está mais feliz quando está livre para construir imagens do tipo “e se” e “se quando”. Na ciência, a personalidade empreendedora funciona na mais abstrata e menos pragmática área das partículas físicas da matemática pura e da astronomia teórica; na arte, é bem-sucedido no tênue cálculo da vanguarda; nos negócios, o Empreendedor é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para criar ou penetrar nos novos mercados [...]

Na tomada de decisão se faz necessário entender o contexto do problema levantando hipóteses e soluções cabíveis para a situação demandada. Tomadas de decisão podem determinar a eficiência ou o fracasso do gestor. Ressalta-se a importância dos conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias nas tomadas de decisão para o profissional de gestão colocar em prática suas atividades profissionais que agregam valor a sua carreira. As ideias devem ser selecionadas e avaliadas a fim de determinar sua adequação ao desenvolvimento de um projeto, qualquer que seja sua origem ou finalidade.

A figura 3 mostra um processo de tomada de decisão que envolve as habilidades empreendedoras necessárias para que as atitudes sejam analisadas e pensadas.

Figura 3 - Processo para tomada de decisão



Fonte: Elaboração própria (2020)

(i) Liderança

Líderes são pessoas especiais, com o compromisso de atuar na dinâmica do conhecimento, capazes de facilitar o processo através da interação e do equilíbrio. O líder lança mão do conhecimento tácito complementado pelo conhecimento explícito da situação para criar uma atmosfera de cumplicidade no impulso da ideia. O líder arrisca, mas sempre dentro da melhor vertente para acertar, onde o erro pode ser revertido ou reanalisado, cabendo a ele orquestrar a inovação.

O empreendedor líder sabe respeitar os colegas, superiores e subordinados, tem o dom de identificar emoções e sentir empatia por seus companheiros de atuação. Esse perfil destaca profissionais que jamais se contentam com informações de uma só fonte, sendo a pesquisa algo fundamental na sua vida profissional, pois uma visão estática e passiva não consegue capturar o processo de resolução de situações através do conhecimento. É sabido que o conhecimento tácito somado ao conhecimento explícito configura a verdadeira natureza do conhecimento, ou seja, sem a visão tácita, o conhecimento explícito perde seu significado. Muitas vezes a posição de líder leva o indivíduo a monopolizar e centralizar conhecimento e atitudes, agindo com autoridade agressiva, comunicação ineficiente ou centralização de poder, o que torna os companheiros desmotivados e improdutivos. O verdadeiro líder toma decisões difíceis, não desiste diante das dificuldades mostrando determinação e coragem, sabe da importância da comunicação interpessoal, sabe reconhecer o trabalho de sua equipe, é humilde e aceita críticas, é fonte de inspiração para sua equipe, é autêntico e responde por suas ações pedindo desculpas se necessário, está sempre disponível, tem objetivos claros e definidos e, principalmente, é apaixonado pelo que faz. (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2000; ARMOND; NASSIF, 2009)

Discussões concluem que o desenvolvimento da liderança não se limita ao aprendizado de habilidades técnicas. Energias humanas como inspiração e criatividade associada à capacidade de produção, espírito de luta por ideias corretas, determinação, capacidade de distinguir entre o importante e o secundário, saber estabelecer prioridades, sensibilidade, integridade, autenticidade, respeito pelas pessoas e confiança em suas intenções, capacidade de delegar poderes e responsabilidades, paciência para planejamento e realização de longo prazo, arte de lidar com subordinados, com seus superiores, senso de missão e preocupação com o bem-estar das pessoas, carisma, capacidade de assimilar, ouvir e aprender inclusive com os subordinados, capacidade de acatar sugestões inteligentes, habilidades estratégicas e táticas, ousadia e coragem para assumir riscos calculados, capacidade de identificar jovens sucessores e prestar auxílio à sua formação, são habilidades que certamente não podem ser ensinadas através de livros ou orientações simples. Além disso, o verdadeiro líder tem atitudes que vão além dos seus próprios interesses, como por exemplo: possuir fortes valores morais e espirituais; possuir compaixão, calor humano e empatia; ter confiança e preocupação com os outros; exercer coletivamente a "liderança" e compartilhá-la, assumir encarregar e compartilhar funções com um objetivo comum; ver no amor a fonte de energia fundamental; e liderar os outros ficando atrás deles, mas sendo forte o suficiente para segui-los. (ASSEMBLEIA MUNDIAL DA SAÚDE, 1988)

Como conceito importante que remete ao empreendedorismo e à atitude empreendedora, o espírito de liderança deve fazer parte do desenvolvimento humano no sentido de despertar, no empreendedor, o que ele tem de melhor na sua essência, que é a criatividade e a busca por inovação aliadas à determinação e à paixão pelo que faz.

(ii) Análise/reflexão

A capacidade de observar os fatos e refletir sobre o melhor caminho a seguir é próprio do pensar empreendedor, onde a prudência, a cautela e o discernimento se juntam para traçar o caminho mais certo, ou menos tempestuoso. O pensamento reflexivo é um meio que permite aos empreendedores transformar a experiência em conhecimento. Neste contexto, habilidades são conhecimentos adquiridos por meio de experiência e aperfeiçoamento através dos estudos. No contexto do empreendedorismo, as habilidades do empreendedor definem sua gestão e relacionamentos para as ações concebidas e submetidas à realização. Partindo-se do pressuposto de que o empreendedor é um ser eminentemente social, com características interdisciplinares e uma natureza voltada para as questões sociais, morais, éticas e de sustentabilidade ambiental no contexto CTS, entende-se que,

[...] a busca por informação, solução de problemas e tomada de decisão, dentro de um processo investigativo, cria um espaço extremamente favorável para se desenvolver o estímulo ao estudo do novo, a abertura de espaço que proporcione o interesse por conhecimentos relevantes, indicando um rico caminho para o desenvolvimento de novos valores. (SILVA *et al*, 2014, p. 7)

A partir da sua própria identidade, o empreendedor busca uma interação com si mesmo, no saber ser e saber fazer, construindo o seu potencial, gerando inovação e ganho de personalidade enquanto indivíduo, trazendo, assim, melhoria para seu entorno, servindo tanto à dignidade como ser humano quanto à sociedade em que vive, condições relevantes na busca por um mundo melhor.

O pensamento planejado e direcionado, no qual as ideias são alvo de análise e avaliação, característico dos indivíduos empreendedores, configura-se como um processo reflexivo em que o empreendedor imagina, avalia, projeta, desenvolve e realiza visões que conduzem à ação empreendedora. Nesse processo, “a visão é componente estruturante da ação empreendedora: tanto a visão individual, que se configura como sonhos de atividade e sonhos estruturantes, quanto a visão compartilhada, que se configura como sonhos coletivos”. (SCHAEFER; MINELLO, 2017, p. 515, 518)

(iii) Tranquilidade/confiança

Em todo relacionamento a confiança é tida como elemento essencial. Quando as pessoas formam uma equipe de trabalho, é importante que haja confiança e espírito de equipe entre os membros para que o trabalho flua de forma coesa, em direção a um objetivo comum, criando um ambiente de trabalho positivo. Boas ideias não florescem a partir de um ambiente inóspito e desfavorável, mas sim, quando as habilidades e pontos fortes dos membros da equipe forem unidos, com objetivos compartilhados e um foco no desempenho coletivo. Indivíduos de mente empreendedora são capazes de fornecer essa visão clara de interação. Investidos de alta inteligência emocional, os indivíduos de mente empreendedora promovem uma atmosfera de estímulo, amizade e lealdade motivando os demais à cooperação e à empatia. O trabalho em equipe, dessa forma, proporciona maior eficiência e produtividade, permite aos integrantes aprender com os erros uns dos outros, obter novas abordagens de diferentes perspectivas e visualizar novos conceitos e, além disso, expandir suas habilidades, fornecendo incentivo e capacidade inovadora para resolver problemas e gerar ideias de maneira mais efetiva e eficiente. Filion (2000, p. 3) afirma que:

Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo.

(iv) Paciência/dedicação

O estado de preocupação permanente, que impede o sossego e o relaxamento tende a afastar os indivíduos de seus objetivos. O controle dos impulsos associado à diminuição do ritmo da sua rotina pode ajudar a superar as dificuldades. A convivência com indivíduos impacientes e, mesmo lidar com a própria falta de paciência faz o empreendedor tentar uma forma saudável e assertiva de convivência, percebendo seus pontos fortes e atenuando suas fraquezas na busca pelo equilíbrio. Empreendedores têm conhecimento dos seus limites internos e externos devido ao fato de reconhecerem seus pontos fortes e fracos. Tendem a ser pessoas pacientes, com boa compreensão o que auxilia na sua forma de encarar as mudanças. Empreendedores sabem que, basicamente, atrás dos perigos há as oportunidades e assim conseguem manter uma boa dose de humor, a ordem no caos e a paciência necessária em situações difíceis.

No sujeito reconhecidamente empreendedor, o sucesso é proporcional à dedicação e à concentração na essência das suas atividades, o que permite tanto o conhecimento vertical, profundo, como também conduz à criatividade à formação e ao sucesso organizacional. Uma mente intuitiva tem forte relação com a experiência. O bom desempenho organizacional está

associado a alguns fatores importantes tais como: foco, conhecimento, paciência, persistência, trabalho ético e colaborativo moldam seu modelo mental na busca do objetivo, dependendo esforço e inteligência para a sua concretização (DOLABELA, 2006, p. 67)

(v) Segurança

No sentido de convicção, a segurança faz parte das habilidades emocionais do empreendedor, como também, a forma de aceitar ou evitar riscos, a autoestima, as características de valor, a coragem e a constância no mundo como lugar de luta e objeto de conquista. Sentimentos de segurança ou insegurança diante da incerteza e complexidade da situação guiam o indivíduo na busca e uso da informação para solucionar problemas ou atingir objetivos. (SCHAEFER; MINELLO, 2017; MIRANDA, 2006)

No sentido mais amplo do ser empreendedor, empreender representa uma ruptura com o que lhe proporciona segurança e estabilidade (a acomodação, a alienação, a paixão). É a destruição criativa, teoria schumpeteriana que prevê a mudança através da inovação, na busca pela realização plena. (BOAVA; MACEDO, 2006)

(vi) Relacionamentos

Pode-se considerar que o desenvolvimento da confiança nos relacionamentos, o desejo pelo poder e pela liderança, o impacto da dinâmica do grupo, as considerações éticas, as pressões sociais e condicionantes culturais podem influenciar o comportamento humano significativamente. Muitos dos recursos necessários à construção dos empreendimentos encontram-se enraizados no interior de distintas estruturas de relacionamentos, isto é, para se compreender, de maneira mais completa, o comportamento de um empreendedor, é necessário conhecer suas estruturas de relacionamentos pessoais e a maneira como essas se inserem em uma estrutura mais ampla de relações sociais. (PEDROZO; PEREIRA, 2006; VALE, 2014)

As considerações de Souza e Depieri (2007, p. 98) sugerem que “a atitude empreendedora vincula-se às dimensões cultural, psicológica e tecnológica, tendo como causas, possivelmente, as mudanças de valores e atitudes”. As autoras preconizam que a educação para liderança inclui, principalmente, a prestação de apoio, ao invés de pressionar no sentido de obter a conformidade, e o empreendedor deve ser proativo e não estar centrado em um único método. A rede de relacionamentos compreende as pessoas de relação no trabalho, no ambiente familiar, na vida social e é importante manter-se atualizado e informar os contatos sobre as novidades, prestando-lhes auxílio quando necessário. Convém citar Filion (1993, p. 60-61) que coloca que, ao empreendedor são importantes atitudes não só de

analisar, mas também imaginar e se comunicar, de forma a tornar-se apto a ouvir e a falar, somando-se a habilidades para sonhos realistas, mais do que as habilidades analíticas, habilidades para estabelecer relações interpessoais.

Filion (1991, p. 65), em seu discurso sobre redes de relacionamento, exalta a importância delas,

A energia despendida na criação e na manutenção de relacionamentos é compensadora, porque um empreendedor que esteja bem situado num sistema de relações beneficiar-se-á de um fluxo constante de informações, que lhe permitirá reajustamentos continuados. Também, quanto mais tempo e energia ele despende no desenvolvimento de sua visão, tanto mais benefício receberá, porque as diretrizes que ele desenvolver vão gerar motivação e energia naqueles que o cercam.

Para o empreendedor, relacionamentos de confiança e admiração são extremamente importantes. Saber ouvir e argumentar decisões contrárias é fundamental tanto no crescimento da uma empresa e no fechamento de um negócio quanto fortalecer amizades, fechar acordos interessantes ou até mesmo alcançar melhores oportunidades no mercado de trabalho. É importante manter contato com pessoas que tenham interesses semelhantes, o contato com bons profissionais potencializa a capacidade criativa e agrega conhecimento.

As experiências advindas do relacionamento estão sob a influência de valores, normas e hábitos de trabalho, fatores que moldam também as maneiras de ser, de se comportar e de fazer as coisas.

(vii) Habilidades empreendedoras

As competências e habilidades desenvolvidas pelo empreendedor através da sua vivência e aprimoramento constantes permitem atingir níveis de saber ser, de saber fazer (*know-how*), de saber administrar, de saber escolher e de saber tornar-se apto a realizar as atividades ligadas ao papel organizacional adotado. A prática dessas atividades influencia o processo individual de cada ator e, a partir daí, o processo social em seu conjunto. Portanto, pode-se considerar que o conceito de si constitui um conceito central a partir do qual se organiza o processo de formação da visão empreendedora e se estrutura a aprendizagem associada a tal processo. (FILION; LIMA, 2010). Cabe aqui uma frase de Will Durant¹⁵: “... somos aquilo que fazemos repetidamente. Excelência, então, não é um modo de agir, mas um hábito”.

¹⁵ Will Durant The Story of Philosophy: The Lives and Opinions of the World's Greatest Philosophers.

(viii) Atitudes empreendedoras nas tomadas de decisão

Segundo Ajzen e Cote (2008, p. 291) é consenso geral que a maioria das atitudes sociais é adquirida, não inata. A grande diversidade de atitudes políticas, religiosas, artísticas, econômicas e outras dentro e entre culturas atesta o poder da experiência social na formação de nossas disposições avaliadoras. No cotidiano, adquirem-se crenças diferentes sobre objetos, ações e eventos. Assim, pode-se chegar a acreditar que os programas de televisão contêm muita violência, que os homens são melhores do que as mulheres para ocupar cargos de liderança, que fumar causa doenças cardíacas, que aumentar impostos inibe a atividade econômica e uma infinidade de outras coisas. Crenças desse tipo podem ser formadas como resultado da observação e podem ser autogeradas por meio de processos de inferência, ou podem ser formadas indiretamente através das informações de fontes externas como amigos, televisão, jornais, livros e assim por diante. Não importa como elas foram formadas ou quão precisas elas são, as crenças representam a forma de informação para respostas a vários aspectos do mundo. E como prega Ajzen (2001, p. 48) o debate sobre a base cognitiva versus afetiva das atitudes ainda não foi completamente resolvido.

E não é diferente com as atitudes empreendedoras que, segundo Robinson *et al.* (1991, p. 24), o modelo de atitude no empreendedorismo, como é empiricamente e conceitualmente apresentado, tem ramificações para programas de educação empreendedora e mudança. Como as atitudes estão abertas à mudança, as atitudes empreendedoras podem ser influenciadas direta ou indiretamente pela família, por educadores, pelo entorno, por diversas situações. Os autores concluem que a atitude empreendedora pode ser explicada através do estudo das três dimensões: afeto, cognição e comportamento.

Considerando-se a relevância deste tema multidisciplinar bem como seus desdobramentos e sua relação com o campo da Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS), faz-se necessário avançar na compreensão dos disparadores da atitude empreendedora, esse comportamento visionário que Filion (1993), Shapero (1980), Gerber (2004) apontam como típico de pessoas que assumem o problema e procuram a melhor resolução. A atitude empreendedora, entendida e desenvolvida em sua plenitude, com suas habilidades e competências é capaz de contribuir para a inovação e realização do indivíduo.

Para a compreensão das várias dimensões que predisõem o indivíduo a ter uma atitude empreendedora, como por exemplo, o comportamento inovador, a assunção de riscos, a proatividade, a autonomia, a agressividade competitiva e a rede de relações, essa pesquisa buscou aporte de autores diversos sobre atitudes, tais como administradores, sociólogos, psicólogos e também filósofos.

Pesquisa de Fillion (1993, p. 52-55) com pequenos empreendedores bem sucedidos incluindo acadêmicos, funcionários graduados, presidentes de associações empresariais, representantes de entidades governamentais e analistas de negócios resultou em uma amostra de empreendedores finlandeses bem qualificados, dentro dos parâmetros propostos para o estudo. Suas descobertas resultaram no que ele chamou de metamodelo sistêmico do pensamento e da ação e atitude dos empreendedores, que foi dividido em três categorias de visão:

1. Emergente: são as ideias e conceitos sobre os produtos/serviços imaginados pelo empreendedor, são as visões construídas sobre as escolhas, um ponto de referência.
2. Central: é construída a partir das ideias e atitudes emergentes que resultaram da seleção e escolha, é o ponto de referência das ideias. A visão central deve ser sempre alimentada de novas visões emergentes que foram avaliadas e selecionadas.
3. Complementar: é a prestação de apoio à visão central, são as atividades gerenciais, a habilidade na comunicação, a experiência no campo.

As três categorias de visões estão sempre em interação. É tarefa do empreendedor conjugar a coerência, a tenacidade e as articulações pessoais para o sucesso do projeto. A visão é uma projeção, uma imagem projetada no futuro, do espaço que o empreendedor espera que o seu produto venha a ocupar no mercado, é o planejamento para alcançar esse objetivo. O autor apontou que poucos empreendedores estudados tinham uma visão precisa da posição desejada para seu empreendimento em médio prazo, ou seja, três ou quatro anos mais tarde. A teoria visionária de Fillion (1993, p. 54), aponta para uma abordagem sistêmica, na qual instâncias da vida do empreendedor, familiar, espiritual e empreendedora interagem e se influenciam todo o tempo. Este conjunto estabelece as referências e define as atitudes empreendedoras.

Segundo a lógica da Filosofia a atitude é um reflexo do modo de vida do indivíduo considerando-se o seu contexto biográfico/histórico/cultural, bem como seus valores, seu espaço, seu mundo material e suas crenças. Todo esse conjunto de variantes define sua forma de ser, expressa sua opinião e orienta suas ações. E quando o indivíduo toma consciência de sua atitude, a compreende e a domina, ele é capaz de revolucionar. (SOARES, 1998, p. 49-50; MEZIRROW, 2000, p. 3)

A atitude filosófica foge ao estabelecido, não aceita algo como verdade, mas como suposta verdade, diz não ao senso comum e aos pré-juízos, interroga sobre o porquê dos fatos,

ideias, situações, constituindo a atitude crítica e o pensamento crítico. Ideias, situações, fatos, não devem ser aceitos sem ser investigados e compreendidos. A atitude incide sobre decidir o possível, sobre aquilo que pode deixar de ser ou não, sobre a prudência da capacidade de julgar e avaliar, a vontade guiada pela razão, o bom senso de fazer a melhor escolha, a que seja mais prudente para si e para o maior número de pessoas. No campo da vida ética, das intenções e motivações, permeado de condições e circunstâncias, persiste a atitude de liberdade, de que é possível assumir atitudes em qualquer direção ou nada fazer. (CHAUÍ, 2000, p. 439, 467)

O pensamento crítico é uma habilidade importante e inteligente. A consideração crítica de crenças, atitudes e outras formas de conhecimento são essenciais para filtrar a informação e é recurso característico de sociedades altamente letradas e tecnológicas. Entre educadores e pesquisadores, o pensamento crítico é um procedimento normal e importante para o crescimento. O pensamento crítico tem por argumento duvidar de tudo o que se lê ou ouve e aproximar-se dos dados objetivos com maior precisão (FISHER; SCRIVEN, 1997, p. 247)

Ao fazê-lo (críticas), pretendemos também contribuir para que se reabilitem outras racionalidades, se construam outras narrativas e se busquem outros projetos, fundados sobre uma ideia do humano em que a cooperação, a partilha, o planejamento coletivo e democrático e a escolha política se sobreponham à lógica autoritária da competição individual. (SOEIRO; CAMPOS, 2016, p.16)

No contexto da Psicologia a atitude é uma predisposição adquirida para resposta coerente a um determinado acontecimento. É procedimento determinante à variação comportamental de um indivíduo através de reações aos acontecimentos; é uma resposta coerente ao contexto onde o sujeito está inserido, de acordo com seus componentes ideacionais e afetivos, é uma fusão de elementos adquiridos consciente ou inconscientemente no meio social. A atitude pertence a um nível superior de organização da personalidade. (CABRAL; NICK, 2006, p. 34). A atitude representa um novo conceito de inteligência: “um potencial biopsicológico para processar informações que pode ser ativado num cenário cultural para solucionar problemas ou criar produtos que sejam valorizados numa cultura”. (GARDNER, 1995, p. 78)

Neste sentido, para uma atitude inteligente, ou empreendedora, é preciso lembrar Takeuchi e Nonaka (2008, p. 17) e seu argumento de que uma inteligência diferenciada compreende a premissa de que a vida é formada de opostos: masculino e feminino, vida e morte, bom e mau, jovem e velho, trabalho e casa e é preciso viver com o paradoxo, aceitá-lo, enfrentá-lo, tirar sentido dele e usá-lo para achar um melhor caminho.

De acordo com a teoria da ação planejada, a atitude de um indivíduo é uma função de dois determinantes básicos: um pessoal, próprio da sua natureza e o outro reflete a influência social a que o indivíduo é exposto. O fator pessoal reside em avaliar a atitude como negativa ou positiva em realizar o comportamento, é a atitude em relação ao comportamento. O segundo determinante da atitude é a percepção das pressões sociais que lhe são impostas para realizar ou não o comportamento em questão; é a avaliação de um objeto de estímulo influenciado pelas crenças do indivíduo. (AJZEN, 1985) Ou como referem Pimentel, Torres e Günther, (2011, p. 205): “as atitudes são respostas avaliativas relativamente estáveis que são dadas a uma entidade ou situação”, e são baseadas em um componente afetivo (o indivíduo gosta ou não da situação), um componente cognitivo (o indivíduo acredita ou não na presente situação) e um componente comportamental (tendências do indivíduo em relação à situação).

A atitude quando combinada a uma situação específica desencadeia um resultado denominado comportamento. O comportamento é tido como a maneira que os indivíduos conduzem suas ações. Não se trata, apenas, daquilo que as pessoas acreditam ser correto, mas sim, a maneira que a sociedade espera que o indivíduo se comporte diante de uma dada circunstância. Refere-se à mudança, movimento, reação de qualquer entidade ou sistema em relação a seu ambiente ou situação. Sendo assim, tem-se que a atitude é a intenção de se comportar enquanto que o comportamento é a ação, propriamente dita. (MUNIZ, 2008, p. 29)

Lima e D’Amorim (1986) consideram que através dos anos, os conceitos de atitude têm-se tornado cada vez mais elaborados dada a sua complexidade, e considerados como disposições comportamentais, explicativas das ações humanas. Ao final da década de 50 a maioria dos cientistas adotou uma visão tridimensional de atitude como a soma das crenças (elemento cognitivo), dos sentimentos (elemento afetivo) e das tendências para ação (elemento conativo); é a predisposição do indivíduo para responder de maneira favorável ou desfavorável a um dado acontecimento. Santos e Almeida (2005, p. 30) explicam a atitude como sendo uma representação social, que remete ao cenário social em que o indivíduo está inserido, expressa uma resposta organizada (complexa) e latente (encoberta) como tomada de posição em relação ao objetivo. A atitude tem relação direta com a história do indivíduo, seu conhecimento, suas vivências.

Atitude é a posição do indivíduo diante de uma ocorrência que o impulsiona a determinado comportamento objetivando resposta ao fato.

A palavra atitude está intimamente ligada ao exercício de uma ação com intencionalidade conhecida. Penso, decido e parto para agir; isto é atitude. Está relacionada, também, aos movimentos ocorridos na história de vida, baseada em vivências, intuições, desejos, conceitos, crenças e relações estabelecidas cotidianamente, ou seja, está intimamente ligada a minha identidade pessoal. (MIRANDA, 2008, p. 119)

Para o sociólogo Johnson (1997, p. 20-21) atitude é, a princípio, o conjunto de valores e crenças do indivíduo perante certos estímulos. Em um significado mais amplo, a atitude é uma orientação cultural e emocional, relacionada a algo que nos desperta sentimentos positivos ou negativos, que implica emoções boas ou ruins, que transborda dos sentimentos profundos que nos acompanham pela vida. A atitude expressa valores culturais e expectativas, emoções e crenças.

Schwartz (1992) aponta cinco características principais atribuídas a valores: 1) são crenças ligadas a emoções e que proporcionam felicidade quando determinado objeto é alcançado; 2) são objetivos abstratos que motivam ações; 3) são objetivos abstratos que transcendem ações ou situações; 4) são padrões que guiam a seleção de ações, atitudes ou eventos; 5) tem uma ordem de importância e cada indivíduo estabelece suas prioridades conforme essa ordem.

Atitude é o impulso, é a expressão imediata do sentimento em relação a um fato, um ato ou um objeto e é unidimensional em sua natureza, ou multidimensional quando relacionada a atos complexos, expressando o grau de aceitabilidade ou inaceitabilidade sentida pela pessoa em relação a esse ato ou objeto; é uma predisposição relativamente estável e organizada para reagir de forma verbal ou comportamental em presença de pessoas, ideias ou acontecimentos de forma determinada. A atitude pode ser uma propensão pessoal comum aos indivíduos, mas possuída em diferentes graus, o que os impele a reagir a objetos e situações de formas diferentes que podem ser favoráveis ou desfavoráveis. Embora as atitudes dos indivíduos estejam sujeitas a mudanças, sendo a motivação responsável pela sua natureza bipolar, a firmeza destas pode ser suficientemente duradoura dependendo dos traços de personalidade. (BAGOZZI, 1981, p. 608-609; BARDIN, 2009, p. 155; GUILFORD, 1954, p. 456-457)

As pesquisas sobre empreendedorismo e as perguntas sobre o que se entende por atitude empreendedora levantam questões presentes em muitos estudos de forma implícita ou até mesmo explícita.

Na relação atitude empreendedora - empreendedorismo, Souza *et al* (2013) e Dornelas (2008; 2012) ponderam que a atitude empreendedora é uma predisposição para o comportamento empreendedor, influenciada por características do indivíduo e do meio em que ele está inserido. Sendo assim, ao se mensurar a atitude das pessoas, pode-se explicar o comportamento empreendedor e o seu relacionamento com a busca incessante por novas oportunidades, com a criação de algo novo e com o entendimento de como essas novas oportunidades poderão trazer resultados positivos para a organização.

Collins e Moore (1964, p. 38, 54, 62) estudaram a infância de empreendedores e relataram variações comuns nos padrões das experiências infantis, isto é, cenas da infância dos empreendedores que perceberam ser típicos de empreendedores. Nas palavras dos autores, o empreendedor tem alto grau de percepção e necessidade de autonomia. Esses indivíduos concebem a si mesmos (e essa concepção é mais do que um pouco fundamentada na realidade) como pessoas autossuficientes que, se por um lado, são bem cientes dos preceitos morais (valores induzidos pelo superego ou pelos pais), por outro lado, eles estão conscientes das necessidades de atitudes. Esse modo de interpretação simbólica, no entanto, faz com que o verdadeiro empreendedor tenha tendência a mascarar um padrão motivacional mais profundo, como por exemplo, o desafio da autoafirmação que ficou calado na infância.

Shane e Venkataraman (2000, p. 219), no entanto, abordam as dificuldades no entendimento das atitudes dos empreendedores, e concordam que os dados sobre o assunto são difíceis de obter, a teoria é subdesenvolvida e muitas ideias até o momento são as mesmas obtidas em áreas de negócios. Nessa mesma linha de pensamento, os autores validam os dizeres de:

- Arrow (1962, p. 614), para quem o empreendedorismo é um mecanismo importante, pelo qual a sociedade converte a informação técnica para produtos e serviços, ou seja, as informações técnicas são pensadas e incorporadas a fim de obter êxito. Neste sentido, o empreendedor adquirirá conhecimento específico das condições de demanda e produção em seu campo e tornará disponível esta inovação. Sobre a atitude empreendedora, Arrow (1962, p. 613) postula que as decisões objetivas do empreendedor, ou seja, as atitudes (empreendedoras) ocorrem dentro de um emaranhado incompreensível de incertezas, sem garantias de um retorno.
- Kirzner (1997, pg. 71), para quem o empreendedorismo é um mecanismo através do qual as ineficiências temporais e espaciais em uma economia são descobertas e mitigadas, em outras palavras, o empreendedor resiste à rotina e postula uma tendência a buscar oportunidades de lucro. Referindo-se à atitude empreendedora, Kirzner (1997, pg. 72) coloca que o alerta empreendedor remete a uma atitude de receptividade às oportunidades disponíveis (até então negligenciadas). O caráter empreendedor da ação humana não se refere simplesmente à circunstância de que a ação é tomada em um mundo incerto, mas também à motivação que leva o empreendedor à procura de particularidades do meio ambiente até então não

percebidas, o que o inspira a novas atividades. Sem saber o que procurar, sem implantar qualquer técnica de busca deliberada, o empreendedor está sempre examinando o horizonte, por assim dizer, pronto para fazer descobertas.

Lopez Júnior e Souza (2006, p. 2) afirmam que o estudo de atitude empreendedora é “um processo interdependente que provoca a programação mental, possibilitando ser a realidade lida de forma diferenciada e os conceitos terem significados distintos”. Ou seja, é a disposição do indivíduo a responder a um objeto psicológico com certo grau de favorabilidade ou desfavorabilidade. Para Rocha *et al* (2016, p. 55-58) o estudo da atitude empreendedora, considerada como uma predisposição para o comportamento empreendedor, permite uma abordagem comportamental, como identificação e mensuração das atitudes das pessoas e uma posterior análise do entendimento dessas atitudes e decisões. Sobre a atitude, Ajzen (1985, p. 32) explica, por meio da abordagem da Teoria do Comportamento Planejado, que ela ocorre em resposta a um determinado comportamento e as atitudes em relação a tentativas comportamentais bem-sucedidas e malsucedidas podem ser vistas como determinadas por crenças implícitas do indivíduo, ou seja, as atitudes tem fundamento no controle comportamental e social do indivíduo.

Embora a força da atitude demonstre sua natureza multidimensional e a sua relevância para a compreensão e previsão do comportamento social, muitas questões sobre a relação comportamento/atitude ainda são uma incógnita. Ademais, a discussão sobre os determinantes de comportamentos específicos é guiada, em grande parte, por uma abordagem de ação fundamentada que pressupõe que o comportamento das pessoas decorre de suas crenças, atitudes e intenções, ou seja, supõe-se que as atitudes possam ajudar a entender e prever o comportamento. (AJZEN, 2001, p. 48; AJZEN; FISHBEIN, 2004, p. 174, 176). Apesar da ênfase com que é apontada a importância do entendimento das dimensões do empreendedorismo, os temas sobre o campo de estudo do empreendedorismo - atitudes empreendedoras, ainda podem ser considerados incipientes, uma vez que a temática começou a ser estudada com mais interesse há poucas décadas e as discussões mesmo sobre conceitos de empreendedorismo ainda não estão esgotadas. (ROCHA *et al*, 2016)

Godói-de-Sousa *et al* (2014, p. 36-39) seguem uma abordagem tridimensional para compreensão do perfil empreendedor que leva a atitudes empreendedoras: dimensão Individual: o comportamento do indivíduo a nível psicológico e sociológico (busca pela realização, resposta aos estímulos externos); dimensão Organizacional: a busca pelo bem comum, atendimento a objetivos compartilhados e Dimensão Ambiental: um olhar às

ameaças e às oportunidades oriundas do macro ambiente. Dolabela e Fillion (2013, p. 164) exaltam que “Como o empreendedorismo é um campo de ação, a conexão entre o sonho e a busca pela sua realização é a essência do processo. O valor do que é projetado reside na sua implementação e realização final”. Neste caso, sabendo-se que o empreendedor é um definidor de contextos, os autores também compreendem que o empreendedor carrega um sonho tão antigo quanto a própria civilização que é a capacidade de ser protagonista de seu próprio destino através da atitude de mudar a ordem social.

As questões “empreendedorismo” e “atitude empreendedora” neste trabalho citam muitos autores com diferentes perspectivas e aspectos de abordagem, o que torna o trabalho interessante e prova que a história pode ser descrita a partir de diferentes olhares e concepções, como afirma Dolabela (2006, p. 63-64):

Diferentemente do aprendizado nas áreas em que se busca a resposta certa, a grande virtude no empreendedorismo é a capacidade de formular as perguntas pertinentes, que geralmente não apontam para uma só verdade, para uma única “resposta certa”, mas para vários caminhos e diferentes alternativas.

Atitudes empreendedoras podem ser ensinadas e disseminadas já nos primeiros anos escolares, embora essa prática ainda não encontre respaldo em boa parte das escolas de ensino fundamental e médio das escolas brasileiras. A cultura empreendedora deveria ser propiciada desde cedo no sistema educacional vigente, de forma contínua, consolidando atitudes e comportamento empreendedores desde a base da educação fundamental até a universidade, proporcionando aos jovens o ambiente necessário para o desenvolvimento de suas habilidades. (ROLIM *et al*, 2019; DINIZ NETO; FIGUEIREDO; FERRAZ, 2004)

A Atitude Empreendedora é aqui estudada tendo como foco o empreendedorismo e a partir de quais atitudes ele se manifesta, e como essas atitudes podem ser despertadas. Para tanto, esta investigação valeu-se de uma pesquisa com 72 teses que têm como referência o empreendedorismo e faz menção às atitudes (empreendedoras) dos indivíduos estudados.

O que caracteriza a atitude empreendedora, diferentemente da atitude simples de aceitação ou não de um fato, é a ousadia da busca, da pesquisa, é um novo olhar que permite reinventar, é a transformação num exercício constante de construção e reconstrução. Nas palavras de Baggio e Baggio (2014, p. 27), “A essência do empreendedorismo está na mudança, uma das poucas certezas da vida”, “[...] o empreendedor vê o mundo com novos olhos, com novos conceitos, com novas atitudes e propósitos. O empreendedor é um inovador de contextos.” Ou seja, as atitudes do empreendedor são construtivas, determinadas, autoconfiantes e persistentes.

Embora Leite (2012) afirme que a atitude empreendedora é uma construção de múltiplas dimensões e que obedece a elementos essenciais: cognitivos (crenças), afetivos (sentimentos) e comportamentais (reações), e que para que o indivíduo tenha uma atitude empreendedora em relação a um objeto, ele precisa: - assimilar a amplitude deste objeto, - ter uma percepção do mesmo e - inferir um comportamento que definirá o seu destino; Baggio e Baggio (2014) e Drucker (2007, p. 238) entendem que a atitude humana, por si só, sem o exercício do aprendizado contínuo e a positividade da visão estratégica e principalmente sem o planejamento das ações, não configura atitude empreendedora. A atitude empreendedora é a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente e disposição para novas críticas, autocríticas, novas experiências e paradigmas, uma vez que indivíduos empreendedores são comumente identificados em relação a atitudes com características de inovação, reconhecimento de oportunidades, capacidade na resolução de conflitos, pensamento criativo, empatia, liderança e outras capacidades.

A partir dessas considerações, pode-se afirmar que a atitude empreendedora está ligada à inovação e faz a diferença para que jovens se tornem capazes de desenvolver suas próprias ideias em empreendimentos comerciais, sociais ou quaisquer outros, e que se tornem pessoas mais inovadoras nas organizações e nas suas próprias vidas. Ressalta-se que a cultura empreendedora não se refere apenas ao conceito de abertura de empresas, mas também ao desenvolvimento de características pessoais que possam fazer a diferença na transformação da realidade. A cultura empreendedora proporciona o surgimento de novas oportunidades de trabalho, estimulando o desenvolvimento de talentos. “Nesse contexto, o empreendedor é um agente de mudanças e inovações, que identifica oportunidades e busca recursos para transformar conhecimento em riqueza, material ou espiritual.” (ROLIM *et al*, 2019, p. 311)

O empreendedorismo não é disciplina acadêmica com perfil consolidado e domínio específico, mas ainda um campo de estudo, um conjunto de práticas que derivam para garantir a geração de riqueza física e emocional. É possível desenvolver o potencial empreendedor no indivíduo e as características que mais contribuem para a realização desse potencial, tais como: inovação, criatividade, visão, necessidade de realização, perseverança, identificação de oportunidades e muitos outros talentos. (FILION, 1999). No entanto, possuir o conhecimento não basta, é preciso colocá-lo em prática, convertendo-o em um produto, serviço ou modelo de negócio inovador. Um empreendedor é muito mais do que um indivíduo cheio de ideias, é alguém focado na execução de uma ideia ou na realização de seus sonhos. Essa atitude pragmática é fundamental para que as ideias saiam do mundo da imaginação e ganhem vida no mundo real. Ou seja, não basta ao indivíduo possuir habilidade e experiência, a não ser que

ele saiba como usá-las em benefício do negócio e da sociedade, assim como não basta ter qualquer atitude, é necessário desenvolver atitudes empreendedoras, fatores determinantes para o êxito na vida e nos negócios. (HILSDORF, 2015, p. 14). A atitude empreendedora está diretamente relacionada com a dinâmica de valorização do indivíduo como agente que interage com a sociedade através da informação, do conhecimento, da competência e da capacidade, ou seja, a atitude empreendedora pode ser desenvolvida por meio de instrumentos educativos. (LEITE, 2012)

Para compreensão do empreendedorismo e das atitudes que envolvem os indivíduos empreendedores, é importante entender como estes desenvolvem suas competências. É necessário, também, compreender como ocorre o processo de aprendizagem empreendedora, uma vez que a literatura já tem comprovação dessas evidências. Ao traçar metas e perseguir sua realização através da administração das possibilidades, empreende-se o futuro e a realização do sonho. A atitude empreendedora reside na decisão de explorar todo o potencial e fazer o melhor em tudo o que seja proposto, até porque, o empreendedor tem atitudes inovadoras e construtivas aliadas ao bom humor e entusiasmo, “o empreendedor vê o mundo com novos olhos, com novos conceitos, com novas atitudes e propósitos”. A atitude empreendedora está presente em vários níveis: a) a nível individual, porque o empreendedorismo é o caminho para a autorrealização e felicidade; b) a nível organizacional, porque as empresas precisam de uma cultura de empreendedorismo que sobreviva à concorrência através da inovação e c) em relação à sociedade, porque o empreendedorismo é poderosa solução para os problemas sociais como forma de atender às necessidades e prioridades da população. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27)

Atitude empreendedora é treinamento e aprendizado contínuo, afirma Salim¹⁶ (ENDEAVOR), é observação, é comportamento ético e responsável, que enxerga oportunidades onde todos veem problemas. O indivíduo que assume essa atitude provavelmente calcula extensivamente os riscos a que está sujeito a correr no futuro, aperfeiçoando seu instinto de sobrevivência e autorrealização relacionada à proatividade e à agressividade competitiva na medida em que agrega itens que medem a atitude em face de novas oportunidades. “A perspectiva empreendedora se inicia com uma imagem de um futuro

¹⁶ **Marcelo Salim** é Mestre em Engenharia de Sistemas, com cursos em “Negócios” por HBS e Stanford e em “Empreendedorismo” por MIT e Babson College, foi pesquisador na COPPE, no Centro Científico IBM e fundador de empresas no Brasil e no exterior. Foi selecionado “Empreendedor Endeavor” (2000) e eleito “Entrepreneur of the Year” (2001) entre toda a comunidade Endeavor no mundo. Foi escolhido “Empreendedor do Novo Brasil” (2002) em concurso nacional da revista Você S.A.. É sócio de empresas em diferentes segmentos do mercado e membro do conselho de administração de empresas nacionais.

bem definido e, então, volta para o presente com a intenção de modificá-la para adaptar-se à visão [...]” (GERBER, 2004, p. 50). A atitude empreendedora é a atitude pensada, refletida, avaliada à luz das possibilidades, dos prós e contras, é o desafio da ação construída em um cenário onde a incerteza, a cultura e as dificuldades são variáveis determinantes para as quais deve estar sobreposta a certeza de que é preciso empreender em qualquer área, em qualquer nível, em qualquer situação e por todo o tempo. (SALIM; SILVA, 2009, p. 15)

Quando Chauí (2000, p. 9) afirma que “A face negativa e a face positiva da atitude filosófica constituem o que chamamos de atitude crítica”, entende-se que a atitude empreendedora não se limita a ser positiva ou negativa, a criticidade de um indivíduo atuante vai muito além, é a atitude consciente, pensada, ponderada, para definir um plano de negócios ou para precisar um procedimento importante. É ir além do lugar comum, observar o mundo, ter ideias originais. (SOUZA, 2005)

No contexto da Pedagogia, a atitude propicia o processo de construção do conhecimento e o desenvolvimento de habilidades de planejar situações e integrar conhecimentos. Se o aluno está motivado, a atitude passa a não ser uma simples resposta a um acontecimento, principalmente quando ele tem interesse em resolver determinado problema. É o aprender a aprender colaborativo, a interação entre pessoas, a parceria e o diálogo (ANDRADE, 2002, p. 71; MASETTO, 2012, p. 120, 121)

A atitude do indivíduo é independência, preferência por servir objetivos próprios e escolher trilhar o próprio caminho para esse objetivo, confiança nas próprias habilidades que lhe permitem a independência e a tomada de decisão. As atitudes empreendedoras são aprendidas e, embora dependam até certo ponto da educação recebida, dos valores familiares, do trabalho e do ambiente social, elas mudam ao longo do tempo à medida que o indivíduo interage com o ambiente em que vive e trabalha. A experiência conseguida com comportamentos e atitudes passados são frequentemente os melhores preditores de comportamentos e atitudes futuras. Além disso, as conclusões que um indivíduo fez sobre o empreendedorismo, uma vez traçadas, não permanecem estáticas e podem mudar à medida que novas experiências ocorrem ou como ocorrências passadas são avaliadas. (DOUGLAS; SHEPHERD, 2000, p. 243)

A atitude empreendedora também pode ser explicada, por exemplo, observando-se o indivíduo e sua interação com o ambiente, ou seja, as atitudes do indivíduo se associam diretamente ao modo pelo qual ele percebe o ambiente onde vive e como ele absorve essas informações e as transforma em importantes tomadas de decisão (MEZIROW, 2000, p. 19); ou como a subjetividade do conhecimento tácito associada à objetividade do conhecimento

explícito pode enriquecer a sua atitude (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.73). A importância da atitude empreendedora reside na certeza de que o processo empreendedor é importante não apenas para o crescimento das empresas, mas, sobretudo para promover a realização das pessoas envolvidas. (FILION; LIMA, 2009, p. 49-50). Dada a magnitude da atitude empreendedora, Petty e Wegener (1998) registraram a relevância de uma escala para mensuração da atitude dos indivíduos no sentido de demonstrar o papel importante que elas exercem nas escolhas, ou seja, as atitudes são resultado de um esforço mental significativo. Lopez Júnior e Souza (2005) mencionaram características próprias das atitudes empreendedoras quando elaboraram o Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE - criado com o objetivo de mensurar a atitude empreendedora tais como inovação, autonomia, aceitação de riscos, necessidade de autorrealização, criatividade, iniciativa, comportamento, habilidade, visão, novas ideias, ação, liderança, competência, identificação de oportunidades, criticidade, capacidade de superar desafios, motivação, persistência, planejamento.

A atitude empreendedora é o comportamento visionário típico dos empreendedores, que assumem riscos e responsabilidades, sempre com a intenção de identificar ou resolver um problema, contornar uma situação crítica, resolver um conflito ou mesmo ter um pensamento criativo e arriscar uma saída estratégica para um acontecimento qualquer. A determinação, o ímpeto de se antecipar às circunstâncias faz do empreendedor um profissional ímpar, um indivíduo preparado para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo. O empreendedor é, antes de tudo, apaixonado pelo que faz e confiante na sua capacidade de fazê-lo.

Ao comportamento empreendedor credita-se abandonar as formas preexistentes na busca por novas perspectivas e formas alternativas; no exercício do pensamento autocrítico; na certeza de que o todo é soma das partes; no entendimento de que toda causa tem efeito e vice-versa, e na coerência de saber que o homem se renova, de acordo com o ambiente. Segundo Robinson *et al* (1991, p. 18) tanto na literatura psicológica quanto na pesquisa sobre as características dos empreendedores, há uma necessidade e um movimento demonstrados na direção de abordagens que são consistentes com os fenômenos interativos dinâmicos que podem contribuir para construir o entendimento sobre as atitudes empreendedoras dos indivíduos. Para os autores, a atitude pode ser considerada uma forma dinâmica de interação entre o indivíduo e o objeto de atitude, que muda ao longo do tempo e de situação para situação. A taxa de mudança pode variar dependendo de quão profundamente intensas são as experiências que influenciam uma determinada atitude. Essa capacidade de mudar leva a

problemas na consistência comportamento-atitude, na medida em que a previsão de comportamentos, a partir de atitudes, está longe de ser perfeita, particularmente quando as atitudes são medidas de maneiras muito gerais.

A literatura apresenta diferentes interpretações do conceito de empreendedorismo e atitude empreendedora, que valorizam a importância do desenvolvimento da economia e reafirmam a relevância do saber empreendedor como instrumento de solução de problemas sociais.

2.4 O EMPREENDEDORISMO E AS ATITUDES EMPREENDEDORAS - A VISÃO DE MORIN, LÉVY E CASTELLS

Como a presente pesquisa se ocupa do estudo de uma das dimensões do empreendedorismo, qual seja a atitude empreendedora, as contribuições de Morin, Lévy e Castells sobre as novas tecnologias e sua influência na sociedade moderna elucidam estes novos caminhos sobre a atitude empreendedora e interpretam o empreendedorismo sob a égide de ciência enquanto mudança, tecnologia enquanto modernidade e sociedade enquanto célula absorvente de todas essas mudanças, nas suas características, nos seus comportamentos individuais e sociais e, finalmente, quais fenômenos têm resultado em ganhos tanto para o indivíduo quanto para a sociedade.

2.4.1 O empreendedorismo e o comportamento empreendedor no contexto do pensamento complexo de Edgar Morin

Morin (2015, p. 6-10) preconiza que o pensamento complexo é a “ordem, clareza e exatidão no conhecimento”. A expressão “complexidade” soa como complexa ou complicada, até mesmo difícil, porém, Morin não emprega o termo nesta conotação. Para ele, a complexidade é uma aproximação da realidade; os fenômenos não são simples, mas compostos por emaranhados de informações que incorporam muitas características como autonomia, complexidade e individualidade. A partir deste panorama conclui-se que tudo advém de um conjunto de vários fenômenos onde o objeto surge a partir da auto-organização, incorporando características que são, também, atitudes empreendedoras. O autor também aponta para a relevância de uma tomada de consciência no sentido de entender a complexidade do real e destruir a inteligência cega que paralisa a troca de informações e o

avanço do conhecimento. O princípio da complexidade demonstra essa busca de reaproximação entre ciência e sociedade, a qual entende que seu objeto está inserido em um contexto social.

O Quadro 5 traz um resumo sobre os saberes complexos de Morin (2000) e uma correspondência dos mesmos com os saberes inerentes ao ato empreendedor.

Quadro 5 - Comparação entre saberes complexos e empreendedorismo

Saberes complexos necessários à educação do futuro		Saberes empreendedores
1	É preciso enfrentar as incertezas em que o processo de tradução/reconstrução é próprio de todo conhecimento e comporta o risco de erro. (MORIN 2000, p. 84)	O empreendedor assume riscos, é inovador e criativo, tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza, é hábil em definir a partir do indefinido e aprender com o erro. (DOLABELA, 2006, p. 39-40)
2	Embora seja impossível conhecer as partes sem conhecer o todo, não é menos impossível conhecer o todo sem conhecer singularmente as partes. (MORIN, 2000, p. 37)	Empreendedorismo é o envolvimento conjunto de pessoas e processos que transforma ideias em oportunidades. (SENTANIN; BARBOZA, 2005, p. 2)
3	O ser humano é múltiplo e ao mesmo tempo parte de uma unidade e constitui múltiplos focos de transformação, da individual à coletiva. (MORIN, 2000, p. 73,74)	Oportunidades empreendedoras incluem oportunidades de negócios assim como oportunidades de expressão empreendedora em uma grande variedade de contextos, sejam eles empresariais, governamentais, sociais. (FILION; LIMA, 2009, p. 97)
4	Todo o crescimento humano envolve o desenvolvimento das autonomias individuais, das participações comunitárias e da consciência de pertencer à espécie humana. (MORIN, 2000, p. 17)	O empreendedorismo é um fenômeno social e cultural, uma visão de mundo norteadas pelas relações que a pessoa estabelece e sua postura em relação aos outros e a si mesma. (DOLABELA; FILION, 2013, p. 137)
5	“É preciso aprender a navegar em um oceano de incertezas em meio a arquipélagos de certeza.” (MORIN, 2000, p. 16)	Postura ativa na direção de colocar algo em andamento, fazer acontecer. (SALIM; SILVA, 2010)
6	“A riqueza da humanidade reside na sua diversidade criadora, mas a fonte de sua criatividade está em sua unidade geradora.” (MORIN, 2000, p. 65)	Quando os membros da equipe assumem uma atitude leniente e auxiliam uns aos outros, novas ideias fluem facilmente, e mesmo um conhecimento radicalmente diferente pode ser criado. (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 37)

continua

Saberes complexos necessários à educação do futuro	Saberes empreendedores
7 É preciso desenvolver uma nova geração de teorias abertas, racionais, críticas reflexivas, autocríticas e ética, ou seja, a antropoética compreende indivíduo/sociedade/espécie, de onde emergem a consciência e o espírito humano. (MORIN, 2000, p. 32,106)	Ser empreendedor estabelece uma atitude que concorre para a construção de identidades e espírito de cidadania, ética, iniciativa, autonomia e criatividade. (CHAVES; PARENTE, 2011, p. 81)

Fonte: Elaboração própria (2020)

O espaço digital abrange todas as extensões dos espaços físicos e conceituais obtidos pelas possibilidades trazidas pela tecnologia. Dado que empreendedores de sucesso são, antes de tudo, indivíduos com metas de vida pré-estabelecidas e dispostas a inovar, é certo que se cercarão da tecnologia existente para atingir seus objetivos.

O saber é imprescindível para a adequação do perfil empreendedor e compreender aspectos importantes como ousadia, autoconfiança, assertividade, liderança, criatividade, satisfação pessoal, e tantos outros que integram o perfil empreendedor, faz parte do processo de aprendizagem da ação e da atitude empreendedora. Para Morin (2005, p. 13) “[...] o conhecimento necessita ordenar os fenômenos rechaçando a desordem, afastar o incerto, isto é, selecionar os elementos da ordem e da certeza, precisar, clarificar, distinguir, hierarquizar”.

Quando o autor fala de racionalidade, que é a propriedade do ser pensante, e racionalização que é a capacidade de aprender na própria cultura, quer dizer que é preciso ir além, avaliando alternativas e chegando a novas soluções e decisões, exercendo a própria razão, em um constante processo de crítica e autocrítica, criando assim ferramentas capazes de dar credibilidade. Se o cérebro humano consegue trabalhar com o vago e o insuficiente e este é o fator que o torna muito superior ao computador, então, pode-se afirmar que empreender é desafio diário e acreditar, com todas as forças em algo que ainda não é concreto, mas que o trabalho incansável e a auto-organização tornará realidade. MORIN (2005)

Para confirmar esta hipótese, Newton e Shreeve (2002, p. 22) identificaram em sua pesquisa que a autoconfiança é uma das características empreendedoras mais importantes encontradas, ou seja, empreendedores de sucesso têm níveis muito elevados de autoconfiança seguida da atitude de tomada de risco.

2.4.2 Pierre Lévy: a inteligência coletiva, ciberespaço e empreendedorismo

Lévy (2007) expõe que a inteligência coletiva tem base no compartilhamento de ideias e na união e colaboração de indivíduos em meio à diversidade. É a aprendizagem coletiva, a troca de conhecimentos entre os membros de uma comunidade onde um complementa o saber do outro. Neste cenário, os indivíduos compartilham sua própria inteligência acumulada em vivências pessoais e também interagem utilizando ferramentas tecnológicas, como a internet. É tema interdisciplinar e também pressupõe a capacidade de criar e desenvolver confiança através da atitude, do planejamento e da inovação, qualidades percebidas no sujeito empreendedor.

Vive-se uma era plena de informações virtuais que permeiam a sociedade de forma irreversível. Segundo Lévy (2003), a palavra virtual tem origem no latim *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, que significa força e potência. O virtual atualiza-se rapidamente sem ter passado, no entanto, à concretização formal. Para a filosofia, é virtual o que existe em potência e não em ato, [...] “o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual”, o virtual tem apenas uma breve ligação com o imaginário, mas não se confundem, pois são coisas distintas. (LÉVY, 2003, p. 5)

Ciberespaço é esse ambiente composto por aparatos tecnológicos em formatos diversificados, com alcance cada vez maior, que possibilita a comunicação e o acesso às informações com uma amplitude quase infinita. É um poderoso espaço de comunicação e multiplicador de experiências, com mídias cada vez mais modernas e potencialidade positiva no plano econômico, político, cultural e humano que busca, em tempo real, solução para problemas mais complexos.

Diante destas constatações, Lévy (2007, p. 128) aponta para a rapidez com que as novas tecnologias avançam os territórios não mais só geográficos, mas um novo espaço invisível, de conhecimentos e saberes que transformam as qualidades dos indivíduos e as maneiras de construir sociedades. E o autor argumenta que,

Nestas zonas de indeterminação onde o futuro é decidido, grupos de criadores marginais, apaixonados, empreendedores audaciosos tentam, com todas as suas forças, direcionar o devir. Nenhum dos principais atores institucionais — Estado ou empresas — planejou deliberadamente, nenhum grande órgão de mídia previu, tampouco anunciou, o desenvolvimento da informática pessoal, o das interfaces gráficas interativas para todos, o dos BBS ou dos programas que sustentam as comunidades virtuais, dos hipertextos ou da World Wide Web, ou ainda dos programas de criptografia pessoal inviolável.

Se antes as técnicas e práticas em informação eram baseadas no trabalho individual, no novo paradigma o trabalho torna-se coletivo, as informações são encaminhadas em fluxo e estão orientadas aos usuários; o trabalho coletivo permitiu o desenvolvimento de redes, o intercâmbio de informações e novas formas de acesso, construção e compartilhamento de conhecimentos. (BEMBEM; SANTOS, 2013, p. 141)

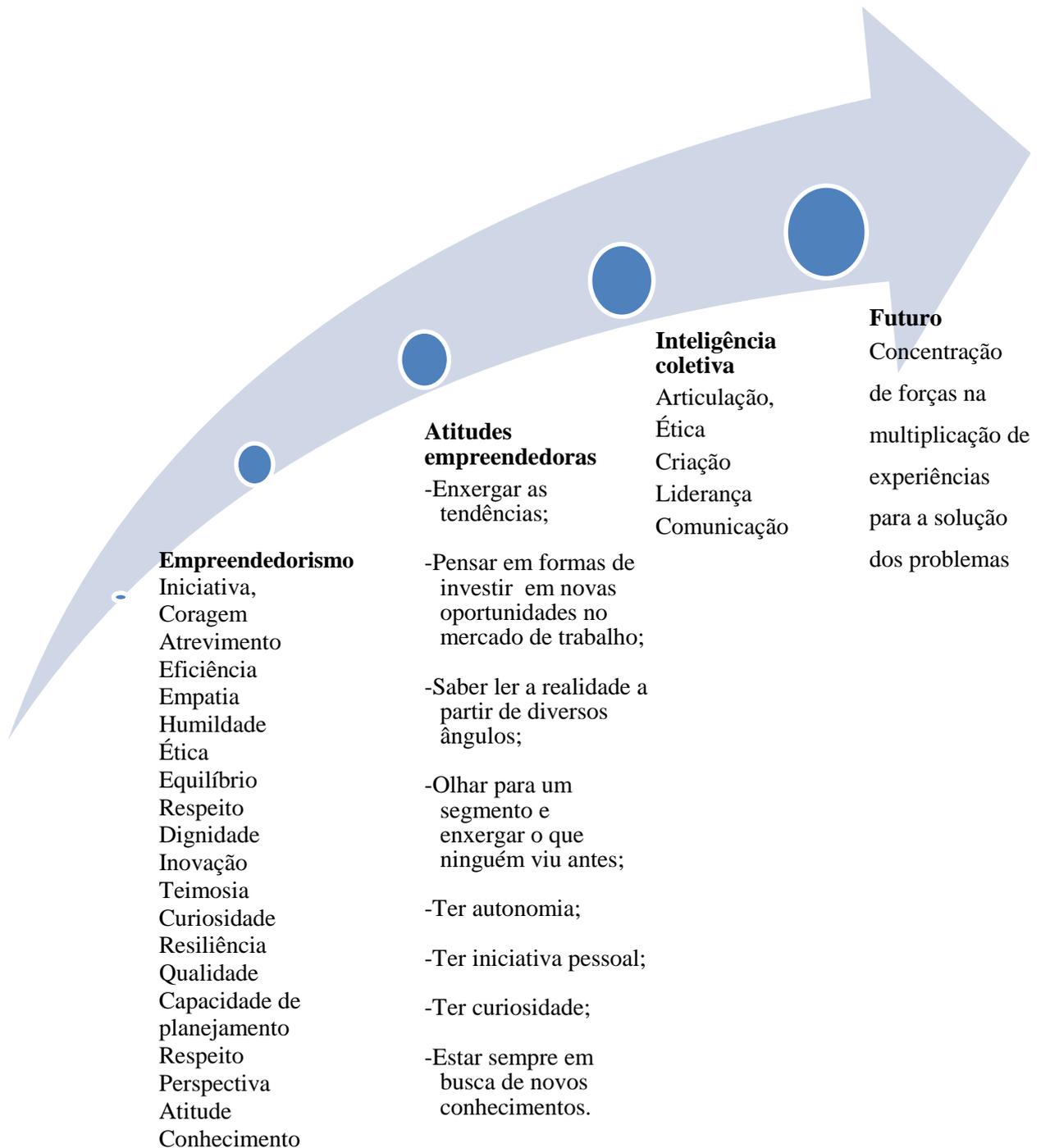
Neste cenário de grandes possibilidades, de construção e reconstrução do conhecimento, rico de recursos tecnológicos, crescem as tomadas de decisão e a multiplicidade das habilidades humanas empreendedoras. Lévy (2007, p. 17) sustenta que, mais do que nunca, é a hora e a vez do pensar coletivo empreendedor, das novas formas de organização social que permitem pensar em conjunto, concentrando forças na multiplicação de experiências para a solução dos problemas.

Diante das evidências de que a Era da Informação é o novo momento histórico da humanidade, em que as relações humanas se dão através da informação e da geração de conhecimentos permeados pelas tecnologias de comunicação, Simões (2009) reforça que o conhecimento e a informação adquirem uma nova projeção social e econômica, na medida em que, dentro da lógica do processamento e transmissão da informação, as inovações e o conhecimento representam a marca da sociedade e da economia.

Neste sentido, Lévy (1999, p. 237; 2007, p. 15, 75) sugere que os instrumentos da comunicação e do pensamento coletivo sejam reinventados através de uma democracia distribuída por toda parte e ao maior alcance possível, dado que qualquer forma de avanço acarreta, necessariamente, alguma exclusão. O autor lembra que assim foi com o advento da televisão, do telefone, das telecomunicações. O fato de existir pessoas inexperientes não constitui argumento para que o avanço não aconteça, pelo contrário, o ciberespaço, por exemplo, deve servir de estímulo para o desenvolvimento da educação em todos os âmbitos.

Neste ápice de mudanças, as atitudes empreendedoras prevalecem na apropriação do seu futuro, em não entregar seu destino nas mãos de mecanismos supostamente inteligentes, mas produzindo ferramentas e competências que lhe permitirão orientar-se neste futuro que se apresenta de maneira incerta, porém veloz, como mostra a Figura 4.

Figura 4 - Convergência: atitudes empreendedoras / inteligência coletiva/Futuro



Fonte: Elaboração própria (2020)

Se o empreendedorismo é um conjunto de comportamentos e hábitos que fazem a diferença, e a inteligência coletiva pressupõe a capacidade de criar e desenvolver confiança através da atitude, do planejamento e da inovação; então o coletivo inteligente é efetivamente mais rápido e a capacidade de aprendizado e de invenção é a potência aceleradora que permite quase sempre ir mais rápido em direção a um objetivo.

Os estudos de Lévy e Morin refletem a proatividade, a tomada de risco e a inovatividade dos sujeitos que, justamente, correspondem às dimensões da orientação empreendedora (HINCKEL, 2016, pg. 55). O planejamento de estratégias com perspectiva de futuro pode transformar radicalmente dados fundamentais da vida em sociedade.

Quando Morin (2005) afirma que as estratégias são fundamentais para atuar em ambiente incerto e que planos estabelecidos devem ser revistos com frequência, constrói, de certa forma, uma analogia com as características do empreendedor, que, além de estrategista por excelência, tem outras qualidades:

- Otimismo: Acreditar que vai dar certo;

O otimismo do empreendedor o faz aceitar críticas e aprender com elas até porque, se por um lado uma crítica pode preveni-lo de situações negativas e que não foram percebidas, por outro lado, uma busca em excesso por “possíveis problemas” pode interromper as tomadas de decisão e criar uma cultura de resposta lenta na empresa.

- Autoconfiança: acredita em si mesmo;

A autoconfiança tem um efeito forte no desenvolvimento do caráter empreendedor. Um empreendedor autoconfiante não se baseia em crenças limitantes e assume riscos com maior responsabilidade, tem mais chances de atingir metas e objetivos, pois avança sem medo, com determinação, acreditando que vai conseguir.

- Coragem: lida bem com riscos;

Coragem é a capacidade de assumir riscos previamente pensados, ponderados, analisados, avaliados seus prós e contras de forma ética, profissional, séria e criteriosa, com equilíbrio, inteligência, bom-senso e foco no resultado. O empreendedor sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.

- Independência: toma as rédeas da sua vida;

Empreendedores são independentes e constroem o próprio destino, estão sempre à frente das mudanças, querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, decidir o próprio destino.

- Resiliência: adapta-se às mudanças;

Resiliência é a capacidade de lidar com problemas, superar obstáculos e adaptar-se às mudanças. O empreendedor tem a habilidade de resolver adversidades e superar dificuldades. Mesmo passando por problemas, o empreendedor tem a sabedoria e a criatividade de lidar com calma e facilidade, sem deixar que outros sofram as consequências negativas das adversidades, além de identificar causas de problemas, tomar decisões rápidas e controlar suas emoções.

- Perseverança: não desiste;

A perseverança é uma das maiores qualidades das pessoas de sucesso. Quem não persevera e desiste no meio do caminho não chega ao destino escolhido. O empreendedor não desvia da capacidade de focar no objetivo para além do sofrimento imediato, de conseguir se manter firme quando o resto do mundo não parece sólido o suficiente, de converter a dor vivida em capacidade de se reinventar e alterar a situação.

- Atitude: prontidão e experiência para decidir.

A atitude empreendedora é o comportamento visionário típico de indivíduos que demonstram aptidão em assumir grandes responsabilidades em busca da autorrealização. A atitude empreendedora é característica adquirida ao longo da vida e das experiências e pode ser resumida como comportamento de disposição para a resolução de problemas.

2.4.3 Manuel Castells: A visão capitalista na era tecnológica

Sob uma visão capitalista das mudanças, Castells (2000, p. 443) enfatiza que a tecnologia não determina a sociedade, mas a sociedade dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam essas tecnologias.

Para Castells (1999) a economia global é capitalista, mas o capital está tão mudado quanto o trabalho nessa nova economia. Ainda prevalece a necessidade de produção, de lucro, que pode ser através dos grandes empresários, dos empresários individuais e dos

empreendedores, que correm riscos e geram sua própria fonte de lucros. É claro que existe a preeminência da inovação e da flexibilidade como características essenciais do novo sistema de produção. Daí o surgimento de uma nova estrutura social, manifestada sob várias formas conforme a diversidade de culturas e instituições em todo o planeta. O patriarcalismo foi atacado e enfraquecido em várias sociedades, os relacionamentos entre sexos obedecem a uma reprodução cultural, houve uma redefinição das relações entre homens, mulheres, crianças, família, sexualidade e personalidade. O autor coloca, ainda, que não se sabe o grau de sociabilidade das redes eletrônicas e muito menos as consequências culturais dessa forma de sociabilidade, e que estamos assistindo ao começo de uma transformação cultural profunda das sociedades em todo o mundo e estamos tomando medidas, ou começando a fazê-las, sobre o aquecimento global. Para poder agir, temos que mudar nossa forma de pensar, temos que reprogramar nossas redes mentais, reprogramando as redes do nosso entorno de comunicações e estabelecer um jogo dialógico.

Castells (1989, p. 353) coloca que algumas vezes, é necessária uma visão utópica para abalar as instituições permitindo que as pessoas pensem o impensável aumentando sua consciência e seu controle sobre as inevitáveis transformações sociais. Logo, o empreendedor acompanha as novas tecnologias de informação e comunicação para atualizar sua capacidade de criar e recriar novas formas de interação neste mundo repleto de possibilidades. Comprovando este raciocínio, Fillion e Lima (2009, p. 92) sustentam que “O empreendedorismo é, antes de tudo, um processo reflexivo que visa à ação” e “[...] o ator empreendedor sabe que ele deve passar à ação após ter refletido sobre certos aspectos que lhe permitem tentar antecipar o futuro”.

Neste cenário, Castells (2003, p. 34-35) aponta para a existência de uma cultura própria da Internet caracterizada por uma estrutura em quatro camadas:

- Cultura tecnomeritocrática: elite científica responsável pelo desenvolvimento da tecnologia informática;
- Cultura hacker: vulgarmente imaginada como “piratas da Internet”, é o grupo responsável pelas inovações tecnológicas do meio;
- Cultura comunitária virtual: toda a comunidade que se utiliza da rede e que conhece alguns recursos linguísticos e de domínio de programação.
- Cultura empresarial: é a cultura empreendedora que integra a cultura da Internet e é prioritariamente composta pelos capitalistas de alto risco que incorporaram o meio como instrumento de geração de riquezas.

Dessa forma, as novas tecnologias são entendidas como:

- * Processo acelerador de riqueza;
- * Meio mais rápido e fácil de comunicação;
- * Capacidade de automatização;
- * Padronização dos processos a fim de alcançar melhorias;
- * Interação com outras fontes de cultura e conhecimento;
- * Condição importante para inovar e incorporar novas tecnologias;
- * Condição importante para o próprio avanço profissional.

Este entendimento pressupõe uma analogia com a figura do empreendedor dado que, no entendimento de Schumpeter (1997, p. 9), o empreendedor é relacionado ao ímpeto do “fazer acontecer”, ou seja, é a mola propulsora da transformação, da inovação, da substituição de antigos hábitos por novos, sempre perseguindo o sucesso, com determinação. Filion (1999 p. 6) e Landström (2004, p. 20) corroboram com a afirmação de que a atitude empreendedora está ligada à inovação, à demonstração de comportamento proativo, à evidência de objetivos maiores que os existentes (sonhar grande), à prática do trabalho em equipe, à habilidade para aprender e resolver situações-problema, à observância de princípios éticos que norteiam atitudes e decisões.

O novo modelo de sociedade em rede abre perspectiva para um raciocínio complexo, que aceita contradição, ou como explica Lévy (2007, p. 26): “Toda atividade, todo ato de comunicação, toda relação humana implica um aprendizado e, pelas competências e conhecimentos que envolvem, um percurso de vida pode alimentar um circuito de troca, uma sociabilidade de saber”.

Pierre Lévy acredita na união de ideias de diferentes pensamentos e culturas, e que isso resultará em algo ainda maior e mais construtivo, embora seja necessário filtrar as informações. Segundo o autor, o uso da internet precisa ser incorporado pelas escolas e pelos usuários não como uma simples forma de acesso à informação, mas como uma forma de, a partir de informações, criar estratégias de mudanças tanto no âmbito individual, quanto no coletivo.

Castells (2003) é bastante crítico do atual panorama social e cultural, diversificado em que está mergulhado todo o planeta pela primeira vez na história. É possível, ainda nas obras desses autores, observar brevemente algumas ponderações que nos levem a pensar na

sociedade enquanto instituição ao revelarem a presença de interesses corporativistas e a influência dos mesmos na sociedade.

Lembrando Tedesco (2001, p. 16):

Os portadores desses novos discursos revolucionários não são mais apenas líderes políticos que representam os pobres, os excluídos e os explorados. Ao contrário, os portadores do discurso revolucionário são agora pessoas de sensibilidades políticas muito diferentes familiarizadas com as tecnologias de ponta e vinculadas aos setores mais modernos da economia.

O empreendedorismo e a inovação apresentam dinâmicas que se complementam e estão presentes tanto no mundo do trabalho quanto no mundo da educação, nos processos de formação, interação e inserção dos sujeitos na sociedade contemporânea.

2.5 O EMPREENDEDORISMO NO ÂMBITO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

No entendimento da complexidade do empreendedorismo, a reflexão é um processo importante em que o conhecimento é desenvolvido a partir da experiência. Ao refletir, o indivíduo tenta entender ou explicar o que muitas vezes leva a uma visão mais profunda de aprendizagem - ou a ideias para testar novas experiências. A reflexão além de ser particularmente importante para a tomada de decisão sob condições de alta incerteza e componente integral da educação para o empreendedorismo é também uma forma de adquirir prática. (NECK; GREENE, 2011, p. 55-65)

Neste sentido, Neck, Greene (2011, p. 57-61), defendem a abordagem do ensino do empreendedorismo como método, “[...] maneira de pensar e agir, construída sobre um conjunto de suposições usando um portfólio de técnicas para criar”, ou seja, ensinar o empreendedorismo como um método implica ajudar os alunos no entendimento, desenvolvendo e praticando as habilidades e técnicas necessárias para o empreendedorismo produtivo, indo além da compreensão, conhecimento e conversação. A partir destas constatações, as autoras resumem que não existe um tipo único de empreendedor, mas uma riqueza de diversidade de abordagens cognitivas ligadas a diferentes motivações empreendedoras que trazem os mais diversos resultados desejados ou definições de sucesso. Dessa forma, ressaltam as pedagogias fundamentadas no pensamento baseado na prática reflexiva (a partir da experiência), que inclui cursos, jogos e simulações; é a habilidade da descoberta, do raciocínio e implementação de recursos em ambientes altamente incertos, para capturar a oportunidade certa, no momento certo e pelo motivo certo. As autoras respondem à questão: por que apoiamos o empreendedorismo como um método? Simplesmente porque um

processo implica a chegada a um destino específico. No entanto, afirmam que o método é ensinável, pode ser aprendido, mas não é previsível. Começa com um jogo de empresas que auxilia os alunos a "sentirem" o que é assumir o papel de um empreendedor. Jogos e simulações permitem que os alunos joguem em mundos virtuais que espelham a realidade. A aprendizagem baseada em design incentiva o aluno a observar o mundo através de uma lente diferente e criar oportunidades. Finalmente, a prática reflexiva permite que os alunos dediquem tempo, pensem e absorvam o aprendizado de seu currículo baseado na prática. Sentimentos, brincadeiras, observação, criação e pensamento é o método de empreendedorismo e uma receita para a prática. O método de empreendedorismo vai além da compreensão, conhecimento e conversação e exige o uso, a aplicação e a atuação, dado que cada aluno interpreta de uma maneira diferente. Mais importante é que o método requer prática. Empreendedorismo requer prática. Em um mundo em constante mudança é preciso ensinar métodos que resistam ao teste de mudanças dramáticas no conteúdo e no contexto. E encerram: no final do dia, talvez não se tenha ensinado o empreendedorismo como disciplina, mas com certeza, ensinou-se um método interessante para navegar na disciplina.

O empreendedorismo é frequentemente visto como um processo - um processo de identificação de uma oportunidade, entendimento dos requisitos de recursos, aquisição de recursos, planejamento e implementação. No entanto, a palavra "processo" presume entradas conhecidas e saídas conhecidas como em um processo de fabricação. Por exemplo, construir um carro em uma linha de montagem é um processo de fabricação. Você conhece todas as partes; você sabe como elas se encaixam; e você sabe o tipo de carro que você terá no final. Um processo é bastante previsível. Empreendedorismo não é previsível. Por outro lado, um método representa um conjunto de habilidades ou técnicas; portanto, ensinar o empreendedorismo como um método implica simplesmente que estamos ajudando os alunos a entender, desenvolver e praticar as habilidades e técnicas necessárias para o empreendedorismo produtivo. (NECK; GREENE, 2011, p. 61)

Politis (2005a, p. 44-45) observa que a literatura e a pesquisa apontam que grande parte do aprendizado que ocorre dentro de um contexto empreendedor é de natureza experimental e que o complexo processo pelo qual os empreendedores aprendem é de grande importância para a compreensão da aprendizagem empreendedora. A autora lembra que a aprendizagem técnica aliada à experiência pode ser a grande diferença para melhoria do desempenho e sucesso de novos empreendimentos. Para tanto, é importante estudar o processo de transformação das experiências em conhecimento e determinar quais fatores influenciam esse processo de transformação. Importa saber a influência das experiências dos empreendedores sobre o desenvolvimento de conhecimento relevante que indiretamente pode

ter um impacto no desempenho, ao invés de sua influência direta no desempenho em nível de empresa, fato que ainda permanece em grande parte sem resposta na literatura. Nesse caso, é preciso estabelecer as diferenças entre “experiência empreendedora” e “conhecimento empreendedor”.

Complementando essas afirmações de que a educação empreendedora é ensinável, pode ser aprendida, mas não é previsível, Silva *et al* (2014) evidenciam que o desenvolvimento da capacidade empreendedora envolve um conjunto de estudos e ações que levam o educador a criar, a ampliar sua visão reflexiva e o senso crítico, ou seja:

[...] pensar em educação empreendedora exige um olhar que vai além do ensino focado simplesmente no conhecimento de saberes, passa pela instrumentalização do educando para realização das suas escolhas, contribuindo de forma consistente para o seu projeto de vida, com vistas ao fortalecimento da sua posição no âmbito profissional e social. (SILVA *et al*, 2014, p.2)

Certamente, a educação empreendedora proporciona uma nova dimensão de oportunidades para os indivíduos, induzindo a ações que incorporam a investigação científica, o planejamento, a solução de problemas e a construção de conhecimento para promover a tomada de decisão, gerando um ambiente positivo para as questões sociais. Não obstante, há questões limitantes como falta de incentivo à pesquisa e ao desenvolvimento do conhecimento, e inexistência de propostas curriculares que proporcionem educação empreendedora de forma ampla e que contemple todos os níveis de ensino: fundamental, médio e superior com preocupação na abordagem CTS como elemento estimulador das decisões inteligentes. A participação mais concreta das organizações empresariais, conhecedoras da importância do empreender, devem ser mobilizadas e disponíveis para fortalecer o apoio ao processo de ensino mais focado e com propósito de formar cidadãos preparados científica e tecnologicamente, capazes de tomar decisões e promover ações sustentáveis que reflitam positivamente em seu ambiente social. (SILVA *et al*, 2014)

[...] na perspectiva de desenvolver ações que permitam inovação, faz-se necessário envolver todos os entes que são partícipes deste processo: cidadãos, governo, instituições de ensino e empresas; criando realmente um movimento de toda sociedade, com a missão de executar o projeto de um país de sucesso. (SILVA *et al*, 2014, p. 4)

Atentando para os paradoxos deste tema tão complexo que é o empreendedorismo e um ser social, porém tão contraditório e ainda inexplorado que é o empreendedor e as suas inquietantes atitudes transformadoras, Takeuchi e Nonaka (2008, p. 19, 22) definem a sociedade do conhecimento como algo a ser aceito, entendido e cultivado. As contradições, as

inconsistências, os dilemas, as dualidades, as polaridades, as dicotomias e as oposições são resultado do conhecimento tácito, com raízes no indivíduo e no conhecimento explícito, aprendido e compartilhado. Segundo os autores, o conhecimento tácito e o conhecimento explícito são retratados como partes contraditórias, mas na verdade se complementam e se correlacionam para juntos, suplantar a realidade.

A democratização da sociedade demanda uma maior responsabilidade social do conhecimento que tem crescido e se diversificado para além dos laboratórios das universidades. A diversificação dos lugares com competência em pesquisa permite a interação entre as tecnologias de comunicação e informação com universidades, governo, empresas, ONGs e diferentes países, possibilitando a realização de pesquisas em rede, em tempo real.

Nesse âmbito, Costa *et al* (2017, p. 74) demandam que,

[...] a criação e a consolidação de cursos de pós-graduação *strictu sensu* voltados ao campo CTS é considerada estimulante à formação crítica dos cidadãos, de modo que estes possam, conforme habilidades e competências adquiridas, intervir afirmativamente nos processos sociais e políticos, de abrangência local ou regional.

Ratificando que atitude empreendedora é aprendizado constante, Valente (2003, p. 46) aponta que o papel principal do formador é mediar a construção desse conhecimento pelo formando, é o caminho para novas descobertas em relação a conceitos, atitudes e procedimentos; os paradigmas, teorias, valores e crenças são constantemente revistos e reelaborados; e ratifica Valente (2003, p. 70) que a educação escolar deve incorporar práticas educacionais que envolvam revisão de conceitos e fundamentos para a formação de atitudes responsáveis.

O indivíduo pode aprender sobre si mesmo, conhecer suas forças e fraquezas, habilidades e atitudes, crenças e áreas de desenvolvimento. Esta perspectiva aponta para o aprendizado transformador. Mesmo quando é provocado por algum tipo de crise ocorrida na vida pessoal, o pleno desenvolvimento do potencial humano para a aprendizagem transformadora depende de valores como liberdade, igualdade, tolerância, justiça social, responsabilidade cívica e educação, valores básicos para a necessidade humana de usar construtivamente a experiência dos outros para entender, ou tornar mais confiável, o significado da experiência. Entender a aprendizagem comunicativa requer a avaliação dos significados por trás das palavras; a coerência, verdade e adequação do que está sendo comunicado; a veracidade e qualificações do orador e a autenticidade das expressões de sentimento. Ou seja, é necessária uma atitude crítica e reflexiva das suposições da pessoa que se comunica, é importante saber se a pessoa que apresenta um diagnóstico médico é realmente

um médico treinado, se aquele que orienta no trabalho está autorizado a fazê-lo, ou se um estranho que fala algo em um ônibus está passando tempo ou tentando vender algo; o significado das palavras usadas depende de interpretações. (MEZIROW, 2000, p. 8, 9, 16)

Sobre ensinar a empreender, Filion (1999) afirma que não se pode ensinar empreendedorismo como se ensinam outras disciplinas e que os sistemas escolares ainda parecem inadaptados diante das condições atuais do mercado de trabalho. Para Nicolescu (1997), é preciso que se trabalhe de forma transdisciplinar com os conteúdos, pois a ideia de transdisciplinaridade envolve não só os conteúdos disciplinares, mas também algo que vai entre, através e além das outras disciplinas e o que importa é a qualidade do ensino que proporciona o acesso inteligente através dos meios técnicos disponíveis, ao fabuloso mundo do conhecimento. Castanho (1997, p. 42) aponta para a ousadia como qualidade na docência, e registra que o professor precisa ensinar o aluno “a caminhar com passos firmes, mas também a saltar sobre o vazio, a aprender o fascínio do ousar”; ensinar trilhas e desenvolver o atrevimento de sair das linhas aprendidas, isto é, ensinar a empreender.

Sobre aprender a empreender, no entendimento de Drucker (2007, p. 23-235) e Robinson *et al* (1991, p. 233) qualquer indivíduo pode aprender a ser empreendedor até porque, o ato empreendedor é um comportamento e não um traço de personalidade e tem como bases o conceito e a teoria, e não a intuição. Empreender pode envolver a criação e gestão de negócios, ou ainda a busca pela realização dos sonhos. Ou seja, as atitudes são aprendidas ao longo da vida e podem ser otimizadas à medida que o indivíduo compartilha e absorve conhecimento. Parte-se do pressuposto de que o caminho pode ser entendido, pensado e construído, mas para isso, é preciso “encorajar hábitos de flexibilidade, de aprendizado contínuo e de aceitação da mudança como normal e como oportunidade, tanto para instituições quanto para indivíduos”. Sua forma de ser, comportamentos e atitudes precisam ser desenvolvidos “para além de sua satisfação pessoal, de suas vidas e de seus trabalhos, de modo a abarcar significados sociais, filosóficos, econômicos, políticos, enfim, da vida de uma forma ampla”, ou seja, todos podem aprender a ser empreendedores e a se comportar de maneira empreendedora.

Mas, no entendimento de Douglas e Shepherd (2000, p. 233), embora os empreendedores compartilhem muitas características comuns de personalidade e demografia, alguns indivíduos escolhem ser funcionários, enquanto outros se tornam empreendedores de sucesso mesmo parecendo não ter as mesmas características consideradas vitais. Além disso, como as características demográficas e de personalidade são geralmente estabelecidas no nascimento e / ou nos estágios iniciais da vida, essas “características” que explicam o

empreendedorismo deixam claro que os empreendedores são um produto de sua criação e, como um corolário, é muito difícil ou impossível, aprender a ser um empreendedor se não tiver a sorte de herdar o tipo empreendedor dos pais. Mas a lógica de aprender e conquistar o que parece muito difícil ou impossível tem respaldo nas palavras de Rodrigues (2001, p. 249):

Espera-se que, após um certo nível de aprendizado, ele escreva o que deseja escrever e leia o texto de sua escolha. Ao se tornar competente para operar tais escolhas, ele adquiriu autonomia, libertou-se de quem lhe orientou os primeiros passos.

Ou seja, a diretriz básica da educação é a emancipação para a autonomia, em que o sujeito se torna capaz de estabelecer relações de equilíbrio racional entre suas emoções e paixões, e, acima de tudo, quando determinar e escolher livremente os meios e os objetivos de seu crescimento intelectual, e impor as formas de inserção no mundo social.

Controvérsias à parte, Paulino e Rossi (2003, p. 207) abordam o fenômeno empreendedorismo sob a ótica da Psicologia Comportamental e da Psicanálise que observa no empreendedor a maneira diferenciada como este percebe a mudança e lida com as oportunidades. As autoras confirmam que “pesquisas acadêmicas sobre empreendedores têm crescido, também no Brasil, e com elas, o reconhecimento de que empreendedores são os maiores propulsores do desenvolvimento econômico como na maioria dos países”. Ao adquirir conhecimentos e habilidades, os empreendedores mudam algumas de suas atitudes frente à identificação de oportunidades, à administração do negócio e ao contato com as pessoas. Na área administrativa: o empreendedor sabe ouvir as pessoas, lidar com o público e ser sociável; na identificação de oportunidades: sabe acompanhar as mudanças e identificar novos nichos dentro do setor educacional.

Zampier e Takahashi (2014) afirmam que a formação de empreendedores tem sido decisiva nesta última década, tanto no quesito que considera os problemas com desemprego, quanto na sua maior relevância que é a de conciliar o trabalho com o prazer da realização humana, ou seja, pensando em saúde e qualidade de vida e concluem que:

Com os conhecimentos adquiridos e as habilidades desenvolvidas, os empreendedores relataram que mudaram algumas de suas atitudes frente à identificação de oportunidades, à administração do negócio e das pessoas, as quais estão lhe proporcionando maior satisfação e melhor desempenho, dentre elas destacaram: na área administrativa - ouvir as pessoas; lidar com o público e ser sociável; na identificação de oportunidades - acompanhar mudanças e identificar novos nichos dentro do setor educacional. (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014, p. 13)

As Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica (BRASIL, 2013) incluem que o processo educativo é uma constante e não se limita a uma atitude parcial, recortada da ação humana, baseada apenas em procedimentos racionais; o saber é o conjunto de experiências culturais, comportamentos, valores e atitudes adquiridas. Embora o estudante venha para o ensino médio ou superior com suas atitudes crítico-reflexivas e éticas em conformação, o exercício da autonomia intelectual, as atitudes e comportamentos necessários para a vida em sociedade são uma conquista diária e possível. Mészáros (2004) sustenta que a educação deve ser sempre continuada, de forma permanente, ou não é educação.

2.5.1 Empreendedorismo e educação empreendedora: capital humano / capital intelectual/ modelos de educação empreendedora

O conhecimento, a experiência, a criatividade, o poder de inovação e a habilidade, aliados à dinâmica de uma organização inteligente constituem conteúdo importante para o sucesso das partes envolvidas, quais sejam, os empregados, a comunidade e o meio ambiente. Neste sentido, a qualificação e o aperfeiçoamento provenientes do investimento em educação elevam a produtividade, impactando na economia e na sociedade como um todo, constituindo parte importante da riqueza das nações. (EDVINSSON; MALONE, 1998; SCHULTZ, 1973). Ressalta-se que o conhecimento deve ser buscado dia após dia, acompanhando as mudanças existentes no meio. Compete ao empreendedor explorar sua capacidade, testar a si mesmo e desenvolver habilidades como liderança, comunicação, empatia e motivação, consideradas importantes para o seu crescimento, tanto na vida pessoal quanto na vida profissional. Smith (1996, p. 343) reforça que:

O esforço uniforme, constante e ininterrupto de toda pessoa, no sentido de melhorar sua condição, princípio do qual derivam originalmente tanto a riqueza nacional e pública como a individual, é suficientemente poderoso para manter o curso natural das coisas em direção à melhoria, a despeito das extravagâncias do Governo e dos maiores erros de administração.

(i) Capital Humano

Nas economias emergentes, o capital humano, formado pelos talentos e competências das pessoas, tem sido considerado como um dos elementos mais importantes no desenvolvimento da competitividade e geração de conhecimento, gerando capital social e capital intelectual. Além de tecnologias e processos, é o conhecimento e o *know-how* da equipe cada vez mais preparada que agrega valor à organização, empresa e/ou instituição. A tomada de decisão para gerenciar investimentos no desenvolvimento de habilidades, bases de

informações e capacidades tecnológicas é essencial para medir a competitividade de uma empresa e é elemento importante para medir, a curto e longo prazo, o retorno do investimento nas pessoas, suas competências e capacidades tecnológicas. (MADRIGAL TORRES, 2009)

Evidências encontradas em literatura recente indicam forte relação entre crescimento econômico e o nível de capital humano existente em determinados espaços geográficos. O capital humano, dimensionado pelo nível de educação e conhecimento da população, passa a ser uma variável importante nos modelos de crescimento econômico. A educação, marcada pelo nível de qualificação da população e com aplicação de novas técnicas de gestão e novas ferramentas, surge como alternativa para a redução das disparidades econômicas ao mesmo tempo em que fortalece as economias regionais. Como teoria tem-se que a educação torna as pessoas mais produtivas, melhora seus salários e influencia significativamente no desempenho regional. Desta forma, considera-se a afirmação de que regiões que têm populações com maiores níveis de educação certamente terão maiores probabilidades de prosperidade, ao contrário das regiões estagnadas, com baixo nível de educação. Certamente, o incentivo ao equilíbrio do capital humano entre as regiões diminui as disparidades econômico-regionais. (VIANA; LIMA, 2010)

O investimento básico no ser humano se dá por meio de educação, com investimentos e aperfeiçoamento da população, que elevam a produtividade, os lucros e por consequência, impactam a economia como um todo, pois à medida que as despesas para aumentar tais capacitações aumentam, também aumenta o valor da produtividade do esforço humano (trabalho), resultando em uma taxa de rendimento positiva. (SCHULTZ, 1973, p. 41)

O ensino e aprendizado torna o indivíduo suscetível a escolhas individuais e sociais, preparando-o para uma profissão e exercitando-o na formação de habilidades. A educação é compreendida em um conceito mais amplo que, além de produzir instrução, deriva para a progressão dos conhecimentos por meio da pesquisa. Pode ser um bem de consumo, já que em primeiro momento, carece de investimento. No entanto, a educação é investimento na medida em que eleva as futuras rendas e amplia a produtividade e o crescimento econômico. Destarte, o investimento em capital humano através da educação pode estabelecer as futuras perspectivas da humanidade advindas do avanço em seus conhecimentos como: assistência à infância, experiência no lar e no trabalho e bem estar, o que impacta significativamente numa melhor condição de vida para toda a população. (SCHULTZ, 1973)

(ii) Capital Intelectual

Conceito surgido com a sociedade do conhecimento, o capital intelectual é a somatória do conjunto de processos administrativos das organizações com o capital humano, que representa o conjunto de habilidades dos trabalhadores da empresa.

O capital intelectual sempre foi um fator decisivo na ascensão de civilizações, organizações e pessoas. Sem uma definição, nos últimos anos começou-se a equacionar o desafio de encontrar uma explicação padronizada. Entende-se que é o estudo das raízes de valor de uma empresa, dos seus fatores dinâmicos ocultos que embasam a visibilidade dos produtos, é a soma do capital humano mais o capital estrutural, ou seja, é composto pelo somatório do capital interno (conjunto de conceitos, modelos, processos, sistemas administrativos e informacionais criados pelas pessoas e utilizados pelas organizações), capital externo (conjunto das relações com clientes, fornecedores, marcas, imagem e reputação) e capital humano (conjunto das habilidades das pessoas que trabalham em uma empresa, em agir em determinadas situações, sua educação, experiências, valores e competências). O capital intelectual é intangível, e esse fator dificulta uma gestão adequada. O fortalecimento do capital humano, do capital estrutural, organizacional, de inovação e processos pode influenciar o capital intelectual de uma empresa. Desta forma, importa investir em estratégias de conhecimento e educação, o que certamente beneficiará o valor de mercado da organização. Lembrando que, por mais que a tecnologia e a automação incrementem a produtividade das empresas deixando-as mais enxutas, o capital humano é insubstituível e é justamente nele que se iniciam os processos de inovação. A era da informação trouxe a certeza de que o capital intelectual é mais valioso do que o capital financeiro, como afirmam Hisrich, Peters e Shepherd (2014). Para tanto, Edvinsson e Malone (1998) e Chiavenato (2004) sugerem que é fato que as empresas devem adequar em moldes democráticos e criativos os novos modelos de gestão organizacional, focando no desenvolvimento das competências de seus colaboradores. Lembrando que Snow (1995, p. 87) já acordava que “[...] nem o sistema científico de desenvolvimento mental, nem o tradicional, é adequado às nossas potencialidades, ao trabalho que temos pela frente e ao mundo em que devemos começar a viver”.

Rezende (2002) destaca que as empresas buscam indivíduos empreendedores, capazes de surpreender e conquistar clientes e, para que isso aconteça é preciso, antes de tudo, ser apaixonado pelo que faz e estar preparado para a realização de um trabalho espetacular. Desta forma, a autora aponta para os paradoxos que se apresentam aos profissionais desses novos tempos:

- Pensar em longo prazo, mas mostrando resultados imediatos;

Todo resultado de sucesso tem um histórico de muito trabalho. A era digital pressupõe agilidade e, graças a isso, torna-se praticamente impossível não criar expectativas a respeito de bons resultados. No entanto, quando se pensa em estratégia para se chegar a um resultado, seja ela digital ou tradicional, é fundamental estabelecer algumas bases: definir o resultado esperado, planejar as ações de ataque, ter um modelo estabelecido, ou seja, um indicador de desempenho com as informações pertinentes ao projeto e avaliar e revisar o projeto constantemente. Não menos importante é listar todas as possíveis falhas no caminho, verificar sempre a possibilidade de se tomar novos rumos, mas sempre mantendo fidelidade aos bons resultados. Não há dúvidas de que a persistência e a avaliação constante podem fazer toda a diferença para elevar as chances de sucesso em qualquer que seja a meta definida.

- Inovar sem perder eficiência;

O segredo é o equilíbrio, como tudo na vida. Todos os lados importam e a verdade é que todas as grandes empresas ou grandes ideias equilibram operação e inovação. Empresas inovadoras sabem praticar liberdade com responsabilidade e seus colaboradores gozam de flexibilidade no horário e controle hierárquico discreto, o que traz a sensação de que a tarefa de cada um é muito importante no universo vivo da empresa. No entanto, as metas são claras e eles sabem o que precisam entregar e quando precisam entregar. São procedimentos inteligentes geradores de motivação e fomentadores de inovação, dado que integrar os colaboradores pode ser um incentivo às grandes ideias.

- Competir; trabalhar em equipe, sendo cobrado individualmente;

O trabalho em equipe é um desafio, uma necessidade e também um diferencial. Antes de tudo compete ao líder ou gestor da equipe definir os objetivos. As equipes de alto desempenho são compostas de indivíduos comprometidos, motivados e engajados em fazer o seu melhor, apresentando novas ideias e propondo mudanças positivas, mantendo sempre um alto grau de respeito. Neste sentido, o líder deve manter sempre uma troca enriquecedora de experiências, juntar mentes divergentes, distribuir responsabilidades, incentivar uma competitividade positiva, promover a empatia e respeito pelas diferenças e conviver com as diversidades. Responder por colaboradores felizes torna a tarefa mais enriquecedora e eficaz.

- Colaborar, mas também ser flexível, sem romper padrões;

O colaborador com facilidade de adaptação busca aprimorar conhecimentos visando sempre o crescimento pessoal e profissional. É persuasivo, proativo, empreendedor,

comunicativo, sem, contudo romper os padrões preestabelecidos. A cultura da empresa é o conjunto de valores, de princípios, de práticas, de comportamentos, de padrões formais e informais predominantes e precisam ser levados em consideração sem, contudo deixar de prezar pela motivação das equipes de trabalho.

- Conviver com o real cada vez mais virtual;

A trajetória humana, de repente, se vê à frente de um elemento novo e que se renova quase instantaneamente: a Internet. É uma nova dimensão de espaços, de ideias, de fluxos, de circulação, de novos produtos e novas informações em que a presença física agora é virtual, em um território abstrato e quase desconhecido. Conviver com essa nova realidade exige mais atenção aos atos e fatos, em que as relações humanas estão vulneráveis. Embora o mundo atual esteja mergulhado em um momento de enfraquecimento nas relações sociais com as novas tecnologias que se sobrepõem ao tempo e ao espaço, (BAUMAN, 2017) há que se estabelecerem padrões de comportamento no sentido de que as relações sejam significativas, mesmo que virtualmente.

- Manter a liberdade, mas estar cada vez mais conectado e em rede;

É fato que as novidades tecnológicas chegaram para ficar. O mundo está mais informado ou menos informado, sobre tudo ou sobre nada, até porque, dada à aceleração em que se transmitem os dados de milhões de usuários todos os dias, a tecnologia também pode ser usada para fins ilícitos. Desta forma, é relevante a adoção de certos conceitos que permitam às pessoas acompanharem as evoluções, porém, mantendo a liberdade de escolha, o uso consciente, respeitoso, benéfico e seguro da internet e das redes sociais.

- Estar focado, sem perder noção do que o cerca;

O empreendedor é sensível aos acontecimentos do seu entorno, sabe o que quer, traça os planos e persegue o sucesso. Suas ações sempre primam pelo foco no futuro. Apesar disso, o empreendedor nunca coloca o lucro antes das questões humanitárias, e tem consciência do que seja um negócio e da importância desse negócio diante dos interesses coletivos.

- Buscar a perfeição em meio à rapidez;

O empreendedor é aquele indivíduo que tem visão da oportunidade, acredita fortemente em sua intuição, mas age de forma minuciosa e estudada, alimentando a imaginação no sentido de avaliar as possibilidades. O impulso é a postura resultante desta

reação em relação a um fator motivacional de estímulo e a busca pela perfeição é o seu maior defeito.

- Ser agressivo, sem perder a emoção;

A agressividade empreendedora pressupõe a atitude dinâmica, a habilidade de transmitir ideias, crenças, emoções, defender os próprios direitos, de uma maneira direta, mas que não agrida os interlocutores. A paixão e a agressividade, no sentido de dinamismo e ousadia, é a chave para empreendedores de sucesso. Seja na vida pessoal, seja na vida profissional, é preciso ter uma boa dose de agressividade, sem, no entanto, perder a emoção e a paixão pelo que faz.

- Agir rápido e por impulso, mas com consciência;

Um grande desafio para o empreendedor é a agilidade. Mas a experiência traz ao empreendedor o conhecimento necessário para que ele o replique e o repasse a toda a equipe. O fato de os empreendedores serem rápidos, inovadores, ousados, mas com a consciência de estar no local certo, no dia certo e na hora certa acelera a realização dos seus projetos contribuindo para a construção dos resultados esperados.

- Estabelecer-se, mas mudando e inovando sempre;

As características e habilidades do empreendedor o diferem dos demais. Criativo e otimista por natureza, ele leva em sua bagagem também a determinação, o comprometimento, a persistência, e a capacidade de planejar e calcular os riscos inerentes ao seu projeto. Contudo, sua essência está nas mudanças e na satisfação em ultrapassar limites e alcançar seus sonhos. Mas todo esse processo é só uma parte do todo, o espírito inovador é parte da sua estratégia. Sua cultura organizacional e disposição para os negócios estão na sua natureza, orientando tarefas, comportamentos, ações e as tomadas de decisão.

- Dividir para poder multiplicar.

Para Chiavenato (2004), as pessoas devem ser visualizadas como parceiras nas organizações dado que são fornecedoras de conhecimentos e habilidades. Neste sentido, elas constituem parte integrante do capital intelectual da organização e, por conta disso, as empresas bem sucedidas apostam nos seus funcionários valorizando a ação, o fazer e a implementação de novas ideias.

A lógica da educação empreendedora se estabelece no sentido da afirmação de que se vive atualmente em uma sociedade cuja única certeza é a incerteza. As mudanças tecnológicas ensaiam um constante desafio onde a criatividade, a atitude e a inovação são fundamentais em qualquer posição, seja para conquistar uma posição, seja para surpreender com uma nova ideia, seja para uma vida em plenitude. Neste cenário, profissionais criativos, inovadores, intuitivos, com visão e atitudes empreendedoras trazem um diferencial importante na busca por oportunidades de emprego.

O domínio das novas tecnologias é algo obrigatório e o principal foco gerador de riqueza agora é o trabalho intelectual. Para as empresas atentas ao seu capital intelectual, o contexto é de busca por profissionais comprometidos, inovadores, líderes e empreendedores. Neste sentido, entende-se a educação empreendedora como um processo sistemático que tem o objetivo de desenvolver conhecimentos, habilidades, competências e atitudes empreendedoras no indivíduo visando ao seu sucesso profissional.

Adaptabilidade, poder de quebrar paradigmas, capacidade de viver em redes e convicção inabalável sobre uma oportunidade: talvez todos tenham um pouco de loucura empreendedora. (LINHARES, 2015)

iii) Modelos de educação empreendedora

A sociedade contemporânea tem exigido, desde sempre, pessoas empreendedoras, autônomas, com competências múltiplas, que saibam trabalhar em equipe, com disposição para aprender e adaptar-se a situações novas e complexas, enfrentar novos desafios e promover transformações. Os três modelos, aqui apresentados, envolvem dinâmicas específicas voltadas para o desenvolvimento de características empreendedoras, que consideram a educação empreendedora como força motriz do pensamento criativo e, principalmente, contribuem para o crescimento do senso de autoestima e responsabilidade.

- **Modelo para educação empreendedora experiencial**

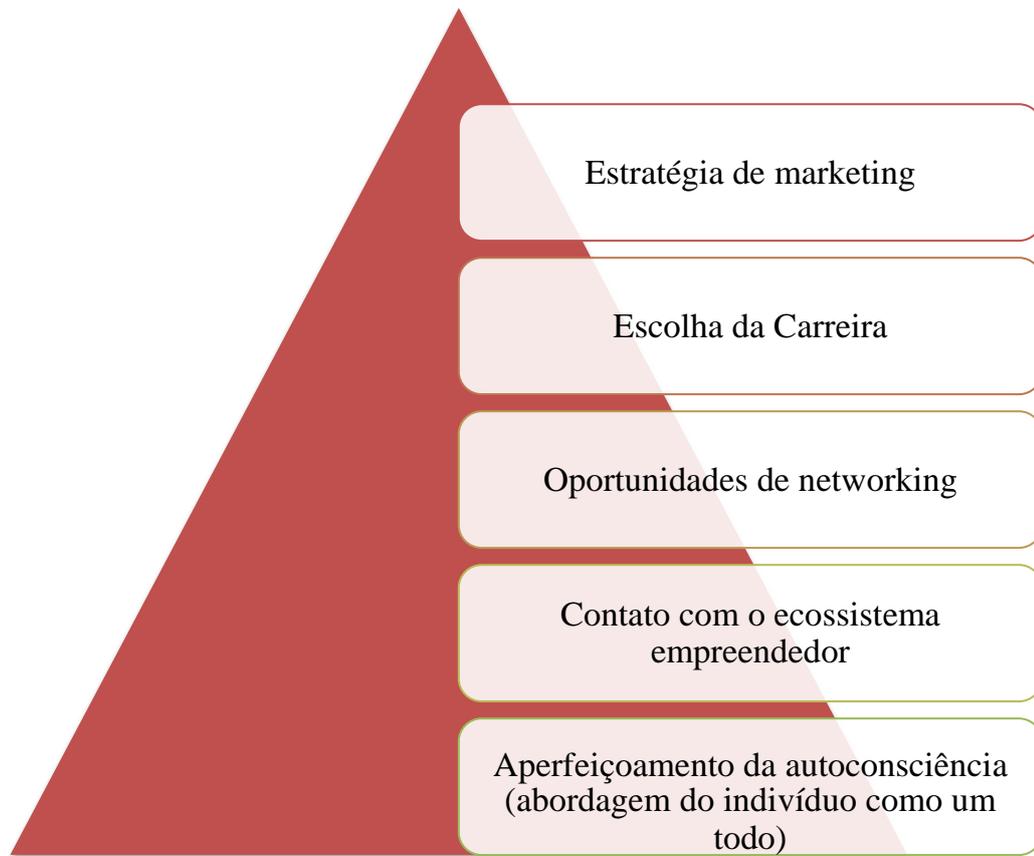
O *Social Business Challenge* é um projeto de aprendizagem empreendedora experiencial proposto pelo Professor Thomas G. Pittz (docente da Universidade de Tampa, Flórida-USA) durante seu Ph.D na *New Mexico State University*, no período 2013-2014. O modelo provou ser eficaz na criação de expectativas realistas para os empreendedores em potencial, ao mesmo tempo em que aumentou o entusiasmo entre os alunos, uma vez que

proporciona aos discentes de graduação a oportunidade de “viver” o início e as operações de uma empresa com finalidade social. Eles aprendem habilidades essenciais e ganham conhecimento fazendo, e ao final do curso de empreendedorismo experiencial, muitos alunos normalmente optam por trabalhar ou estagiar em empresas com as quais tinham feito networking diretamente ou com outras empresas do mesmo setor. Relatos de alunos mostraram ter experimentado estresse por começar um negócio por meio do curso e ganharam uma compreensão totalmente nova de negócios da perspectiva de propriedade. Mas o mais importante para eles foi serem encorajados pela empolgação derivada da descoberta de sua capacidade de inovação e criatividade. (PITZ, 2014, p. 189)

Pittz (2014, p. 179, 183) argumenta que estudos empíricos sobre a eficácia dos cursos de empreendedorismo no desenvolvimento de futuros empreendedores não têm levado em conta dois aspectos importantes da aprendizagem experiencial, um foco no indivíduo como um todo e o outro no contato com o ambiente, dado que ambos são, muitas vezes, negligenciados na pedagogia. A incorporação desses dois aspectos resultou em um modelo de cinco etapas de educação para o empreendedorismo experiencial que se mostrou promissor no desenvolvimento de futuros empreendedores de sucesso, dado que empreendedores são atores importantes na economia e desempenham um papel vital no processo de renovação que define as organizações dinâmicas, impulsionando a inovação, a mudança e o crescimento da produtividade.

O modelo de ensino representado na Figura 5 foi originalmente concebido durante o trabalho no *Small Business Development Center (SBDC)* e tem sido usado para ensinar alunos da *New Mexico State University (NMSU)*. As cinco etapas do modelo se baseiam nos dois aspectos mais comumente negligenciados da aprendizagem experiencial: a abordagem do indivíduo como um todo e o seu contato com o ambiente empreendedor. A aprendizagem experiencial evoluiu de ensino centrado no professor para ensino mais centrado no aluno. Para o autor, este modelo de educação para o empreendedorismo descreve um processo que permite aos alunos confrontar o estresse, a concorrência e o risco inerente ao empreendedorismo e fornece-lhes uma visão sóbria do trabalho. Ao mesmo tempo em que a realidade pôde apresentar um obstáculo para alguns empreendedores iniciantes, a maioria dos estudantes relatou que descobrir sua própria capacidade inata de criatividade e resolução de problemas aumentou significativamente seu entusiasmo pelo projeto.

Figura 5 - Modelo de cinco etapas para a educação em empreendedorismo experiencial.



Fonte: Adaptado de Pittz (2014, p. 183)

(i) Aperfeiçoar a autoconsciência e desenvolver o capital intelectual

Talvez o passo mais crítico no processo tenha sido o início, quando o estudante de empreendedorismo se viu impulsionado a ir além de uma avaliação racional e de uma potencial oportunidade de negócio em direção à busca para se tornar um empreendedor. O aluno é convidado a refletir sobre suas próprias capacidades, desejos, fraquezas e talentos para avaliar o capital intelectual. O capital intelectual pode ser definido como a capacidade de um indivíduo de agregar valor a uma atividade, organização, negócio ou empresa. Medir simplesmente os méritos acadêmicos ou a experiência de trabalho não é suficiente para determinar a capacidade de agregar valor, já que fatores como personalidade, gostos, desgostos e temperamento afetam a criatividade e as habilidades interpessoais. O processo de melhorar a autoconsciência de um aluno e desenvolver o capital intelectual é o que introduz a abordagem da pessoa como um todo em relação à educação empreendedora. Ajuda a identificar as habilidades e experiências do aluno e suas aptidões vão além do cognitivo, a

uma avaliação ontológica. Ele permite que o aluno identifique o tipo de trabalho que acomoda suas escolhas de acordo com seu estilo de vida e pontos fortes latentes, ampliando seu horizonte criativo, aumentando as oportunidades possíveis e iluminando a especialização necessária para alcançar seus objetivos. O autor destaca a relevância da avaliação pessoal. (PITZ, 2014, p. 184)

Segundo Markman (2012) confiança é a crença de que alguém pode lidar com o mundo para enfrentar os desafios da vida, superar os obstáculos e alcançar as metas que estabelece para si mesmo. A autoconfiança é um aspecto da autoestima, é a convicção de que se é capaz. O autor refere que a confiança é desenvolvida a partir de experiências infantis nas quais uma pessoa empreende projetos independentes (por exemplo, executando uma revista em papel, construindo um computador e vendendo-o), domina dificuldades e obtém êxito. A confiança também pode resultar da consciência das próprias habilidades cognitivas e impulsionar atitudes.

(ii) Rede de contatos (Networking)

Um aspecto crítico da educação experiencial é o contato com o meio. Na educação para o empreendedorismo, é de vital importância que os estudantes ganhem experiência nas áreas do seu interesse, aumentando o conjunto de habilidades de negócios. Isso se traduz em contato direto com empresas para oportunidades de imersão, seja por meio de estágios, aprendizados, empregos de meio período ou oportunidades de voluntariado. Outra faceta importante da fase de networking é que os alunos procurem conselhos que possam ser utilizados durante os estágios iniciais do negócio. Os professores podem organizar oportunidades para os estudantes visitarem consultorias experientes, empresários e até mesmo funcionários de empresas bem sucedidas, para auxiliar os alunos a entrar em contato com seu futuro ecossistema empreendedor. As oportunidades são grandes e vão desde palestras até financiadores, programadores, web designers e executivos em potencial.

Tedesco (2001, p. 97) refere que “o trabalho em equipe, a interdisciplinaridade e todas as propostas de prática coletiva sempre encontraram enormes dificuldades para ser introduzidos nas atividades escolares”, mas concorda que as novas tecnologias podem ser auxílio importante na educação já que permitem que se libere o tempo aplicado a tarefas rotineiras, para dedicá-lo a fortalecer um clima de maior “convivibilidade” no trabalho pedagógico. Ademais, como afirma Pittz (2014, p. 185) estas oportunidades de trabalho em rede encorajam os alunos a compartilhar ideias com outros profissionais e melhorar sua presença na mídia social.

Hechavarria e Ingram (2014, p. 27-28) apontam para a necessidade de cooperação e construção de relacionamentos entre indivíduos e instituições, particularmente entre aqueles que produzem conhecimento e novos produtos e serviços.

(iii). Determinar o setor alvo

Os critérios mais importantes para a escolha de uma indústria, negócio ou caminho, são as próprias paixões, pontos fortes e capital intelectual do aluno. Cabe ao professor incentivar esses pontos de decisão, considerando alguns fatores importantes tais como: crescimento do setor, condições importantes para integrar o quadro, etc. Se o aluno manifesta desejo de empreender com o próprio negócio, é importante encaminhá-lo por meio de exercícios de posicionamento do produto para identificar um nicho mal servido e também incentivar uma mentalidade estratégica que o ajude a reconhecer onde seu produto ou serviço se encaixa no mercado. (PITZ, p. 186). Porém, lembrando Sarasvathy (2005, p. 2),

O raciocínio efetivo, no entanto, não começa com um objetivo específico. Em vez disso, começa com um determinado conjunto de meios e permite que os objetivos surjam contingentemente ao longo do tempo a partir da imaginação variada e das diversas aspirações dos fundadores e das pessoas com quem eles interagem.

Sarasvathy (2004; 2005, p. 6) pressupõe que em todos os princípios do raciocínio efetivo está uma lógica coerente que repousa sobre uma suposição fundamentalmente diferente sobre o futuro a despeito do raciocínio causal. O raciocínio causal baseia-se na lógica: na medida em que podemos prever o futuro, podemos controlá-lo. O raciocínio efetivo (*Effectuation*)¹⁷, no entanto, baseia-se na lógica: na medida em que podemos controlar o futuro, não precisamos prever isso. É uma estrutura que se projeta para além do empreendedorismo, ou seja, pode envolver qualquer projeto de carreira e para tanto, é preciso usar o que estiver sob controle (quem sou, o que sei, o que quero, quem conheço, que recursos tenho).

(iv) Seleção de Negócios/carreira

Os alunos devem ser encorajados, nesta fase, a conduzir uma análise profunda das vantagens competitivas prospectivas das suas áreas de interesse. Questões como: eles estarão usando um canal de distribuição diferente para seus concorrentes? Eles adicionaram recursos especiais ao produto? Eles têm uma estratégia de preços? Eles estão implementando produtos

¹⁷ Lógica Effectuation por Sara Sarasvathy. Disponível em: https://youtu.be/_rnM-Xj_LGs

ou processos inovadores? Seu negócio adiciona conveniência ou velocidade? Eles estão melhorando os recursos de embalagem, publicidade ou serviço? são importantes na avaliação e podem definir o futuro tanto da empresa como dos colaboradores interessados no sucesso. É importante que os alunos se concentrem em um futuro trabalho ou negócio que desperte seu interesse, combine com sua experiência e identifique talentos. A meta para selecionar um empreendimento próprio ou mesmo um futuro trabalho é focar todo o espectro do capital intelectual do aluno, incluindo personalidade, gostos e desgostos e escolhas de estilo de vida, na perspectiva de uma escolha consciente e um trabalho desafiador e interessante a curto e longo prazo. Se a intenção do aluno for empreender como empresário, é importante também levar em consideração os meios financeiros para lidar com os custos iniciais. É importante para incentivar os alunos, considerar uma empresa que eles possam iniciar de forma realista, isso os encoraja a contemplar oportunidades práticas de empreendedorismo, quer sejam direcionadas para um negócio próprio, quer sejam encaminhados para o próprio crescimento como indivíduo capaz de realizar seus sonhos. (PITZZ, p. 187).

(v) Desenvolver um sistema de marketing

Uma estratégia eficaz de marketing empreendedor não começa louvando os produtos ou serviços, mas começa com a expertise que será convertida em soluções para os problemas atuais e potenciais. O objetivo é criar um diálogo com cada cliente que se concentre nas necessidades da empresa e possa abordá-las de maneira satisfatória. À medida que a organização empresarial cresce, suas políticas, procedimentos e materiais de treinamento permitirão que outros funcionários atinjam as metas de vendas e marketing, aumentando um ativo intangível que o cliente em potencial valorizará. O autor afirma que o curso de empreendedorismo experiencial propicia aos estudantes optar por trabalhar ou estagiar em empresas com as quais têm rede diretamente ou com outras empresas do mesmo setor. Alguns planejam investir em negócio próprio, outros optam por trabalhar em grandes empresas, mas de qualquer forma, é imperativo adquirir uma experiência industrial mais específica até porque o mais importante, segundo o autor, é que os alunos falem do encorajamento pela emoção derivada de descobrir sua capacidade de inovação e criatividade. (PITZZ, 2014, p. 188-190)

O modelo de educação experiencial em empreendedorismo traz a aprendizagem por meio da experiência que, segundo Kolb (1984) é processo contínuo, onde os conceitos são derivados do conhecimento prévio e continuamente reformulados combinando experiência,

percepção, cognição e comportamento. Para Kolb (1984, p. 27), “ideias não são elementos fixos e imutáveis do pensamento, mas são formuladas e reformuladas pela experiência”.

A aprendizagem empreendedora experiencial é um processo de interação social onde os indivíduos aprendem a identificar oportunidades por meio do conhecimento próprio e de terceiros. Desta forma, o desenvolvimento do conhecimento empreendedor dos indivíduos é um processo lento e incremental que evolui ao longo de toda sua vida profissional, em todos os ambientes humanos, da escola ao local de trabalho, do laboratório de pesquisa à sala do conselho administrativo, nas relações pessoais e nos corredores do supermercado e abrange todas as etapas da vida, da infância à adolescência, à meia-idade e à velhice. (KOLB, 1984; POLITIS, 2005a)

Politis (2005a) reforça que as tentativas de estimular as atividades empreendedoras por meio de treinamento formal e educação podem não ter impacto forte e direto no desenvolvimento do conhecimento empreendedor se os esforços de políticas educacionais voltados ao estímulo às atividades empreendedoras não forem prioridades. Desenvolver a criatividade, o pensamento crítico e a reflexão entre os indivíduos, pode ter profunda influência tanto na motivação quanto na capacidade de desenvolver conhecimento empreendedor ao longo de toda a vida profissional.

- **Projeto “Educação e Atitude Empreendedora”**

O Projeto “Educação e Atitude Empreendedora”, desenvolvido por Minello *et al* (2019, p. 1142) na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) tem sido aplicado desde 2015 para os 116 cursos de graduação e apresentado grande aceitação por parte dos discentes e docentes dos cursos da universidade. Segundo os autores, todo o processo constou de discussões no sentido de viabilizar a criação das disciplinas bem como acompanhamento didático-pedagógico. As disciplinas foram estruturadas a partir de três perspectivas: as necessidades comportamentais evidenciadas nos estudantes, as demandas percebidas pelos alunos sobre as atividades desenvolvidas no decorrer de sua vida acadêmica e as práticas profissionais futuras do respectivo curso.

Citam os autores que o processo visa estimular, de forma prática, os futuros profissionais a empreender em qualquer ambiente que escolherem, ao contrário do modelo tradicional cujas iniciativas são inserir o aluno em ambiente empresarial.

O processo consta de uma entrevista informal entre pesquisadores e discentes de cada curso de graduação da UFSM onde são apresentadas informações sobre as percepções dos

mesmos sobre as atividades realizadas pelos professores, anotação de sugestões e expectativas sobre as atividades empreendedoras. As demandas apontadas na pesquisa informal, juntamente com os resultados da pesquisa formal, formam a base para a criação das disciplinas de Atitude Empreendedora. Os dados qualitativos são analisados por meio de análise de conteúdo e os dados quantitativos por meio de testes estatísticos. Os alunos são incentivados a desenvolver um projeto inovador, baseado em oportunidades e lacunas percebidas no ambiente profissional que traga algum benefício para a instituição de ensino. Segundo os autores, as ações mudaram a sala de aula tradicional, estimulando o desenvolvimento de características empreendedoras precursoras do pensamento criativo, da geração de inovações e do crescimento do senso de autoestima e responsabilidade. As ferramentas didático-pedagógicas constam de: blog de estudos, criação de vídeos educativos feitos pelos próprios alunos para a comunidade, formação de grupos de pesquisa, troca de experiências com empreendedores de sucesso, minicursos adaptados às necessidades de cada curso, torneio de poker, plano de negócios e eventos de integração comunidade/universidade/empresas.

Em entrevista¹⁸, o Prof. Italo Fernando Minello¹⁹ ressaltou a importância da atitude empreendedora como preditora do empreendedorismo e destacou a relevância de auxiliar o aluno a escolher seu próprio caminho, a enxergar perspectivas diferentes, novas concepções e paradigmas. Os professores participantes do projeto têm seu mérito, são pessoas diferenciadas, com atitude mais flexível, visão de contexto, busca pela experimentação.

Minello *et al* (2019) partem do pressuposto de que mudanças são importantes mas comportamentos não mudam do dia para a noite, e que é necessário muito aprendizado, é a teoria na prática. E afirma que o conhecimento, por si só não faz a diferença, o que importa é o que é feito com esse conhecimento.

O projeto envolve equipes multidisciplinares, por exemplo, três professores de áreas diversas propõem dinâmicas em outras áreas: “em um acontecimento iminente, um meteoro em direção ao planeta, o que fazer?” São envolvidos alunos de três cursos que devem apresentar um projeto para encaminhar o problema.

¹⁸ O Professor Minello participou de entrevista no programa “Vida é Atitude” da UFSM e o vídeo pode ser conferido em: <https://youtu.be/YWyqps5oXpA>

¹⁹ Italo Fernando Minello é professor adjunto do Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal de Santa Maria, coordenador do grupo de pesquisa Gestão de Pessoas, Empreendedorismo e Comportamento - GPECOM, e membro do Academy of Entrepreneurship Membership e idealizador do Projeto Educação e Atitude Empreendedora desde 2015.

Segundo os autores, o Projeto Educação e Atitude Empreendedora tem trazido adesão maciça de discentes e docentes da instituição por suas características ímpares, onde nada é predeterminado, tudo é discutido em conjunto e as ideias são permeáveis. O trabalho pioneiro se propõe a fazer o aluno “treinar a leitura do mundo”, a encontrar seu lugar na sociedade, não necessariamente abrir uma empresa e pontua que, infelizmente, a resistência ainda é grande contra a iniciativa. A implementação da disciplina optativa “Atitude Empreendedora” tem possibilitado a execução de vários projetos pelos alunos por meio da liberdade no desenvolvimento de novas ações.

Alguns frutos deste trabalho são:

(i) “O CLUBE DE PÔQUER”²⁰ - projeto de ensino e extensão da UFSM, promovido pelo curso de Estatística com o objetivo de difundir o raciocínio lógico, matemático e estatístico, bem como noções de empreendedorismo através de jogos mentais;

(ii) A atividade “DESAFIANDO LIMITES” - faz parte do projeto “Empreender na Escola: do Ensino à Produção”, que tem como objetivo promover ações integradas entre alunos de escolas do Ensino Fundamental, professores e estudantes da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), além de profissionais do setor produtivo. As ações do “Desafiando Limites” foram realizadas sob a coordenação do professor do curso e Administração da UFSM, Ítalo Fernando Minello²¹.

(iii) AGITTEC²² (Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia) - houve a necessidade de aprimorar o perfil de formação dos alunos na busca por ampliar e intensificar as iniciativas institucionais voltadas para a disseminação da cultura e educação empreendedora, fortalecer a transferência de tecnologia com foco nas relações universidade-empresa, proteger o conhecimento e tecnologias geradas pela comunidade universitária.

A implementação da disciplina optativa “Atitude Empreendedora” vem possibilitando a execução de vários projetos pelos alunos por meio da liberdade no desenvolvimento de novas ações.

O projeto também objetivou fomentar nos alunos a atitude empreendedora, para que eles possam inovar de formas diversas. As disciplinas são ministradas por professores de diferentes áreas no sentido de desenvolver e ampliar o “olhar empreendedor” para que não seja apenas do ponto de vista econômico, mas que traga um sentido para a vida, uma razão, um objetivo para a existência.

²⁰ @poquer.ufsm • School sports team

²¹ <https://www.santamaria.rs.gov.br/noticias/17951-ldquodesafiando-limitesrdquo-integra-estudantes-e-professores-durante-atividade-em-itaara-nesta-quinta>

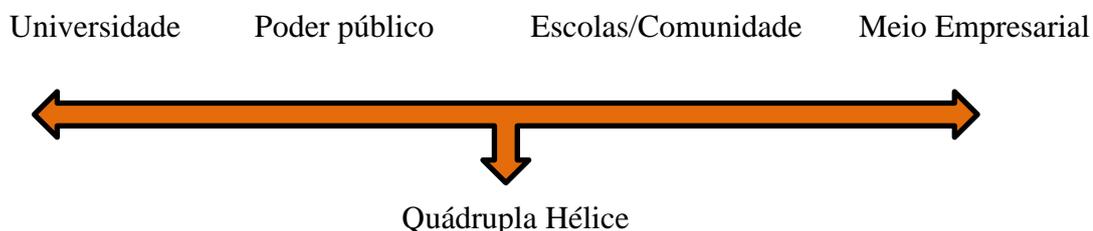
²² <https://www.ufsm.br/orgaos-executivos/agittec/>

- **Projeto “Novos empreendedores do amanhã”**

O Projeto “Novos empreendedores do amanhã” – Desenvolvimento da cultura do empreendedorismo com professores e alunos dos anos iniciais e finais do ensino fundamental de Santo Ângelo – RS, vem sendo aplicado desde 2016 em Santo Ângelo e municípios da região das Missões tendo capacitado jovens do ensino fundamental e médio de escolas públicas e privadas. O diferencial em 2019, em relação aos anteriores, está no fato de o projeto ter envolvido professores e crianças das séries iniciais e finais do ensino fundamental, abrangendo alunos do 1º ao 9º ano de escolas municipais da cidade. Ou seja, somando às atividades desenvolvidas anteriormente, o Programa de Capacitação da URInova tem atendido alunos do 1º ao 9º e com isso possibilitando o desenvolvimento pessoal de cada um, fechando um círculo virtuoso que trará bons frutos para a sociedade. (ROLIM; SANTOS, 2020)

Para dar início ao projeto-2019, houve um planejamento estratégico envolvendo os principais atores nas áreas de empreendedorismo e educação, que se pode chamar de quádrupla hélice:

- A Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI) Santo Ângelo, RS, Brasil,
- Uma bolsista e um professor do Curso de Ciência da Computação,
- A equipe da incubadora URInova,
- O SEBRAE por meio do programa Jovem Empreendedor Primeiros Passos (JEPP) e
- A prefeitura do município de Santo Ângelo/RS.



As atividades envolveram alunos do 1º ao 9º ano (total de 643 alunos), professores (multiplicadores do conhecimento) e quatro escolas municipais de Santo Ângelo: Escola Municipal Antonio Manoel, Escola Municipal Professora Mathilde Ribas Martins, Escola Municipal Coronel Eurico de Moraes e Escola Municipal Nossa Senhora dos Navegantes,

Conforme Rolim e Santos (2020), no ensino fundamental o empreendedorismo ainda é uma novidade que aos poucos está se consolidando, especialmente pela adesão a projetos baseados na pedagogia empreendedora desenvolvida por Dolabela (2004), seja como disciplina ou mesmo conhecimento extracurricular transdisciplinar. Para as autoras, a metodologia do curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP) é vivencial e semiaberta e proporciona à escola e aos professores a oportunidade e liberdade de fazer adequações do tema, conforme a realidade local. (SEBRAE, 2019). O JEPP desenvolve o comportamento empreendedor com a utilização de ações planejadas por meio de dinâmicas e atividades criativas, de acordo com o nível escolar do estudante com base no CAV (Ciclo de Aprendizagem Vivencial). O material didático é composto por livros temáticos que instigam o desenvolvimento do pensamento empreendedor sistêmico e sustentável, além de competência pessoal, social, produtiva e cognitiva. Os livros são desenvolvidos com personagens infantis com propostas que facilitam a compreensão. Cada professor recebe um livro com as informações detalhadas das atividades a desenvolver com seus alunos, como se observa na Figura 6.

Figura 6 - Temáticas de acordo com a faixa etária (JEPP)



Fonte: SEBRAE, 2020²³

²³ Disponível em: <http://co-pyme.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2014/11/6-jepp-info-01.png>

A capacitação é feita através de treinamento (JEPP) seguida de consultoria e acompanhamento pelo SEBRAE totalizando 58 horas entre fundamentação teórica e horas de estudo com a duração de três (3) dias envolvendo cinquenta profissionais no programa, entre eles: professores, coordenadores, diretores, cozinheiros e zeladores, conforme disponibilidade de cada instituição, em turnos de manhã e à tarde. A capacitação incluiu palestras com os integrantes do JEPP, objetivos, metodologia do trabalho e interação através de dinâmicas. (ROLIM; SANTOS, 2020)

Os resultados apontados por Rolim e Santos (2020) foram:

- Como pontos positivos destaca-se o envolvimento da comunidade, a melhora na autoestima e na interação dos alunos e também a coleta de recicláveis nas escolas e nas casas com colaboração de toda a comunidade.
- Como pontos negativos, apontou-se a falta de material (algumas escolas tinham 4 livros para mais de 20 alunos), a dificuldade de aplicação dos conteúdos em algumas turmas, principalmente nos anos iniciais em que as crianças ainda estão sendo alfabetizadas.

Ressalta-se que ficou evidente o engajamento não somente entre os alunos, mas com seus familiares e toda a comunidade, que participaram ativamente das feiras executadas ao final dos trabalhos. Acredita-se que a educação empreendedora junto aos bancos escolares possui potencial para alavancar grandes mudanças na vida dos jovens e o empreendedorismo possibilita que eles sejam importantes agentes de mudança na própria vida e na matriz econômica e social da região. Neste sentido, Moran (2007, p. 167) afirma ser a escola espaço privilegiado de elaboração de projetos de conhecimento e de intervenção social, onde se vivencia situações desafiadoras do presente e do futuro e complementa: “Quanto mais avançadas as tecnologias, mais a educação precisa de pessoas humanas, evoluídas, competentes, éticas”.

- Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica (MBA-GEITec) – UFSCar - Sorocaba

O Curso MBA/GEITec UFSCar-Sorocaba, que teve início em 2017, surgiu do entendimento de que a autotransformação do indivíduo enquanto agente de inovação é fator de estímulo à solução de problemas, ou seja, indivíduos inovadores resultam em inovação.

Além disso, o curso capacita executivos e empreendedores no sentido da observação do ambiente de negócios e as suas intensas transformações, as tecnologias emergentes, os ecossistemas de inovação bem como mostra uma visão de empreendedorismo no mundo. O curso é um programa de pós-graduação voltado para o empreendedorismo e a inovação, e foi fundado com base nos princípios da aprendizagem experiencial. O corpo docente do curso é formado por professores da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e conta com o apoio de executivos, gestores e empreendedores que vivenciam os processos de inovação diariamente.

Em março de 2020, algumas semanas após as aulas terem sido suspensas devido a restrições sanitárias, a equipe do MBI/GEITec UFSCar convidou alunos e professores para sessões online destinadas a co-criar e produzir conhecimento contextual sobre o programa MBI. Em uma série de reuniões de equipe propôs-se discutir os novos rumos da educação no sentido de compreender a aprendizagem remota como único meio eficaz para superar os novos desafios. Um deles foi o modelo síncrono online MBI UFSCar que consiste em ouvir com eficácia todos os envolvidos, por um lado, e agir rapidamente, por outro. A construção do modelo compreendeu coleta de dados empíricos, insights, perspectivas e conhecimento. (RIBEIRO *et al*, 2020)

Seguindo a premissa de que a educação empreendedora deve funcionar por meio de experiências concretas, a universidade agora enfrenta um novo desafio. No sentido de buscar uma resposta para a questão: “como desenvolver programas de aprendizagem experiencial de empreendedorismo sob as restrições da aprendizagem remota?” Ribeiro *et al* (2020) promoveram um estudo de caso utilizando um método de pesquisa-ação participativa. Pesquisadores, professores e coordenadores que participam ativamente do programa coletaram os dados por meio de pesquisas em sala de aula em um total de 108 aulas, com entrevistas e sessões de debriefing²⁴.

Além disso, técnicas específicas foram utilizadas, os pesquisadores analisaram os dados e aprimoraram o programa, iniciando um novo ciclo de implantação e coleta de dados.

O estudo buscou situar a educação para o empreendedorismo em meio à condição adversa em que o mundo mergulhou no ano 2020. Com a crise da Covid-19, as universidades

²⁴ Reunião em que se faz o relatório de tarefa ou missão executada. "**debriefing**", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008- 2020, <https://dicionario.priberam.org/debriefing> [consultado em 14-01-2021].

se viram forçadas a mudar e a adquirir novos contornos. A educação a distância, a princípio ensaiada para ser uma fatia pequena do ensino presencial, de repente se tornou norma e, a partir daí, começaram os desafios. As universidades foram solicitadas a se tornarem mais empreendedoras, a desenvolver novas tecnologias em resposta à Covid-19, e a treinar mais talentos empreendedores que pudessem lidar com a escassez mundial que ora se apresenta. As atividades relacionadas ao empreendedorismo foram baseadas em projetos, onde os alunos participavam de grupos focados na construção de uma startup, abrangendo exercícios como desenvolvimento de clientes, validação de ideias, modelagem de negócios, exercícios de planejamento e argumentos de venda. Os resultados demonstram estratégias eficazes para lidar com a sobrecarga cognitiva em ambientes online, como misturar formatos síncronos e assíncronos, atividades ao vivo em grupo, exercícios baseados em pares e muito mais, ou seja, aulas síncronas mais curtas, atividades assíncronas que incluem leituras e vídeos e reuniões de mentoria com 30 minutos ou, no máximo 1 hora. Usou-se o recurso de abordagem de sala de aula invertida, onde os alunos são os protagonistas, e a sala de aula (composta por outros alunos e professores) podia dar feedback ao vivo sobre os projetos apresentados. Em sintonia com as pesquisas atuais sobre aprendizagem remota durante a Covid-19, os desafios estão mais relacionados à infraestrutura e às limitações pessoais. (RIBEIRO *et al*, 2020)

Ribeiro *et al* (2020) concluem que os educadores de empreendedorismo devem aprender a criar formatos de aprendizagem remota. A crise da Covid-19 trouxe dezenas de desafios, mas também acelerou a forma e os benefícios das novas tecnologias para a educação à distância. Além disso, os feedbacks ao final de cada aula foram bastante positivos e não evidenciaram problemas de sobrecarga cognitiva, ressaltando-se que direcionar os projetos dos alunos para paixões pessoais e profissionais foi uma estratégia eficaz de aproveitamento. Os autores ressaltam que estes são os primeiros resultados da adaptação de um programa de empreendedorismo baseado na experiência por meio de uma abordagem totalmente remota, mostrando oportunidades, diferentes estruturas de mídia, alavancas de tecnologia e melhor capacidade de resposta, bem como desafios (tédio e problemas de engajamento). As novas abordagens para a educação para o empreendedorismo de forma remota devem contribuir para os profissionais ao oferecer estratégias online concretas, ressaltando que os feedbacks são de extrema importância, pois, a partir deles, podem-se melhorar os processos.

3 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO MEIO ACADÊMICO

Pesquisa sobre inovação e empreendedorismo no meio acadêmico realizada por Schmitz *et al* (2018, p. 63) concluiu que áreas de pesquisa mostram que a inovação e o empreendedorismo dentro das universidades estão sendo estudados por várias disciplinas e áreas, mas os negócios e a economia prevalecem. Mais da metade dos artigos são originários dessas áreas, ou seja, segundo os autores, artigos publicados há mais de quarenta anos demonstram as tendências empreendedoras para a criação de negócios. Schumpeter (1997, p. 98-99) já sinalizava que o empreendedor era um negociador por natureza, e que havia nele o desejo de conquistar, o impulso de lutar e de ter sucesso, não dos frutos do sucesso, mas do sucesso em si, pois o resultado financeiro era uma consideração secundária, de menor importância. Para o empreendedor, nessa versão schumpeteriana, havia a alegria de criar, de fazer as coisas, exercitar a energia e a engenhosidade, o ganho financeiro era apenas o resultado. Vick, Nagano e Semensato (2011, p. 87) afirmam que, se por um lado, a competência agrega valor econômico à organização e aos negócios, por outro também agrega valor social às pessoas, que ao desenvolverem competências essenciais para o sucesso da organização, estão ao mesmo tempo investindo em si mesmas.

3.1 AS EMPRESAS JUNIORES

A maior fonte de novas ideias, aliadas à criatividade, são os esforços em pesquisa e desenvolvimento. Neste sentido, Guerrero, Urbano e Fayolle (2016) e Hisrich, Peters e Shepherd (2017) evidenciam que uma universidade empreendedora possibilita um ambiente adequado para a comunidade universitária oferecendo um canal para iniciativas empreendedoras que contribuirão para o desenvolvimento econômico e social por meio de suas múltiplas missões: ensino, pesquisa e atividades empreendedoras. A maioria dessas ações, orientada para os estudantes, proporciona uma formação universitária integral combinada com o conhecimento, capacidades, habilidades e atitudes orientadas não apenas para se tornar um candidato a emprego qualificado, mas também para se tornar um empresário. O efeito positivo desse ambiente traz contribuições não só para a universidade como também para a região, afinal, não se pode trabalhar em uma empresa júnior sem acreditar muito no seu propósito, e a união de pessoas motivadas por um mesmo propósito é o que move, o que motiva e o que não deixa desanimar.

As ações empreendedoras começam com uma oportunidade lucrativa e um indivíduo empreendedor que é capaz de avaliar a quantidade de incerteza percebida em torno de uma oportunidade potencial e a sua disposição em suportar essa incerteza. O conhecimento prévio do indivíduo empreendedor avalia o grau de incerteza e sua motivação indica a disposição para suportá-la (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2017), e assim são as empresas juniores. As universidades são a porta de entrada para os jovens brasileiros ingressarem no mundo moderno e na sociedade do conhecimento. E normalmente, é uma trajetória de difícil acesso e as oportunidades não são muitas, e isso é o que faz tão importante acertar.

Ao longo dos últimos anos, o foco do ensino superior tem sofrido grandes mudanças em resposta à natureza mutável do trabalho e às forças da era da informatização, que conecta pessoas, cidades, países e continentes tornando o mundo mais complexo, mais volátil e mais incerto. A era digital pode ser incrivelmente democrática – pode conectar pessoas em diferentes partes do mundo, condição gerada pela popularização do celular, por exemplo, com o qual se pode navegar de qualquer lugar, a qualquer hora, - mas também pode concentrar grandes poderes, uma vez que trouxe consigo um poder nunca antes visto, capaz de influenciar pessoas e opiniões. As redes de comunicação possibilitaram a reprodução e potencialização das dinâmicas de poder.

A era digital pode ser incrivelmente empoderadora, mas também pode gerar impotência, assim como tornar pessoas escravas das máquinas. As universidades, agora, precisam mais do que nunca preparar os alunos para mudanças rápidas, habilitar para empregos que ainda não foram criados, enfrentar os desafios sociais que virão por conta das mudanças e usar tecnologias que ainda não foram inventadas. Ou seja, as universidades precisam buscar formatos inovadores e originais, que contribuam com algo de valor positivo intrínseco. Isso envolverá empreendedorismo, imaginação, curiosidade, persistência e colaboração, tudo o que uma empresa júnior representa. A prioridade das universidades em induzir pequenas pesquisas deu lugar a impulsionar novas formas de conhecimento, habilidades avançadas e um senso empreendedor capaz de mudar o mundo. A proposta é de um Brasil diferente: mais inovador, diverso e responsável. O inconformismo de quem não quer apenas apontar os problemas, mas também integrar as soluções, as proposições e os sonhos são fontes de uma onda de energia que gera movimento, afinal, tirar um projeto destas proporções do papel requer muita ousadia e intensa dedicação para a universidade empreendedora que tem como principal cliente a sociedade. É também prerrogativa da universidade empreendedora sair dos seus muros e aplicar os conhecimentos adquiridos em

prol desta sociedade, impactando-a por meio de práticas inovadoras, por meio do conhecimento ali produzido, mensuradas pela extensão e inovação. (BRASIL JÚNIOR, 2019)

Em tempos de desafios sociais, como mudanças climáticas, desigualdades, pandemias e crescimento populacional, são extremamente importantes atitudes, habilidades e comportamentos que forneçam novas soluções para problemas sociais. Em cenário de tempos incertos, o comportamento empreendedor, as novas mentalidades e posturas inovadoras afloram no sentido de vencer barreiras econômicas e sociais, gerar novas ideias e negócios, e produzir valor para a sociedade.

A empresa júnior é uma associação civil sem fins lucrativos, uma vez que todo o capital adquirido é reinvestido em capacitações, treinamentos, cursos, marketing, e equipamentos. É formada e gerida por alunos de graduação, com a supervisão de professores. São organizações prestadoras de serviços de consultoria em áreas ligadas ao curso de origem, que abrangem desde serviços na área de saúde até as mais diversas engenharias, beneficiando tanto pequenas empresas quanto multinacionais. Alicerçadas na esfera universitária, as empresas juniores têm seu desenvolvimento na realização de projetos onde seus membros aplicam, na prática, o conhecimento aprendido em sala de aula.

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) surgiu na Europa (França) na década de 60 (1967) e logo chegou ao Brasil em 1988 com a fundação da primeira EJ, chamada Empresa Júnior Fundação Getulio Vargas. Desde então, o MEJ brasileiro cresceu de forma exponencial em todos os estados brasileiros, contando atualmente com mais de 1200 empresas juniores confederadas à Brasil Júnior em mais de 226 instituições de ensino superior (IES), públicas e privadas. O Brasil tem o maior número de empresas juniores no mundo, com um movimento que cresce exponencialmente a cada ano, impactando o mercado nacional e formando empresários capacitados e empreendedores. As empresas juniores brasileiras têm seu funcionamento sancionado pela Lei 13.267 de Abril de 2016. (BRASIL JÚNIOR, 2019)

Bruno Baccarin²⁵ enumera cinco vantagens na contratação de uma empresa júnior:

- Preços abaixo do mercado: Por ser a empresa júnior uma organização sem fins lucrativos, pode oferecer um preço menor que uma consultoria de mercado sênior, cobra apenas os valores necessários para poder realizar o serviço e uma margem pequena de lucro para suprir os custos administrativos e financiar investimentos internos, mantendo sempre a qualidade do serviço,

²⁵ Bruno Baccarin é Assessor de Marketing e Consultor da Produção Jr – Consultoria (A Produção Jr. é vinculada à Universidade Federal de São Carlos – UFSCar)

- Projetos personalizados: Embora possua temas fixos de projetos, a empresa júnior sai do escopo original apostando nas necessidades reais de seus clientes,
- Conhecimento técnico: por se estabelecerem dentro das faculdades, as empresas juniores contam com apoio acadêmico de professores doutores no auxílio e validação dos projetos como garantia de qualidade.
- Ética: O Movimento Empresa Júnior é regido por um código de ética nacional, que garante a boa conduta dos membros, promovendo o profissionalismo e a honestidade.
- Investimento em educação: O dinheiro adquirido através dos projetos é reinvestido na estrutura da empresa, na capacitação de seus membros e na melhoria da qualidade dos projetos. O investimento em um projeto de empresa júnior traz benefícios tanto para quem usufrui do serviço como para os membros da empresa que serão os futuros profissionais do Brasil.

As empresas juniores mostram que é possível aliar o aprendizado à realização profissional. Discussões sobre o futuro do trabalho diante da crise instalada apontam para incertezas no futuro das profissões e a certeza de que os cursos de graduação e especialização são absolutamente necessários por representarem um diferencial importante na construção do conhecimento. O advento da 4^a. revolução industrial mostra que a universidade hoje tem seu importante papel de apresentar um jovem mais bem preparado para o mundo, através dos cursos, das capacitações, das pesquisas e deste ensaio para o mercado de trabalho representado pelas empresas juniores. São as atitudes empreendedoras aliadas às novas tecnologias como ferramenta importante para o desenvolvimento mostrando que o futuro pode ser o que se deseja que ele seja.

A busca pela inovação é tendência global, mas os desdobramentos da quarta revolução industrial têm tornado o processo de inovação complexo e imprevisível, com novas tecnologias surgindo quase que diariamente, alterando radicalmente as dinâmicas de mercado. No atual período de transição podem-se verificar mudanças ocorrendo em velocidade espantosa e os desafios se apresentam em todas as camadas sociais. Neste contexto, as empresas juniores surgidas no âmbito das universidades trazem o desafio da inovação em seus processos de conhecimento. Com o avanço do desenvolvimento tecnológico, a busca pela automatização dos processos cresce exponencialmente. Para atender às demandas de uma sociedade em constante evolução faz-se necessário um aprendizado multidisciplinar, com foco no empreendedorismo e na inovação social.

3.2 AS STARTUPS

Startups são propostas de soluções baseadas em tecnologia e inovação em um modelo de negócio de baixo custo e alta potencialidade de crescimento, ou seja, é uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, porém inovador e que possa ser replicado, capaz de gerar valor e oferecer uma solução escalável para o mercado usando a tecnologia como ferramenta principal e atendendo um público específico. Basicamente são empresas em fase inicial, que desenvolvem produtos ou serviços inovadores com potencial de rápido de crescimento. Uma das diferenças entre as startups e as empresas juniores é que as startups traçam suas metas com base em lucros e sua semelhança reside no alto teor de atitudes empreendedoras e inovação necessárias por parte dos envolvidos.

São também diferentes das empresas tradicionais já consolidadas no mercado, que não apresentam um crescimento escalável e tampouco estão preparadas para incertezas e riscos de mercado, pois atuam em um mercado sólido e tradicional com soluções já conhecidas, oferecem produtos ou serviços para um público-alvo já existente. As startups têm no empreendedor a tarefa de prospectar clientes, aprender com os fracassos, se sentir confortáveis com as mudanças, serem susceptíveis às descobertas, assumirem múltiplas funções e transitarem por eventuais fracassos que levam à renovação e ao aprendizado. (BLANK; DORF, 2014)

Tudo começou durante a época chamada de bolha da internet (1996-2001), caracterizada pela alta das ações das novas empresas de tecnologia da informação e comunicação baseadas na Internet. O termo “startup”, que já era usado nos EUA há várias décadas, começou a ser usado no Brasil. A definição de startup envolve vários conceitos:

- ✓ Um cenário de incerteza onde não há como afirmar se a ideia e projeto de empresa irão realmente dar certo;
- ✓ Estabelecer como o modelo pode gerar valor – ou seja, como transformar o trabalho em dinheiro;
- ✓ Ser repetível, isto é, entregar o mesmo produto novamente em escala potencialmente ilimitada, sem muitas customizações ou adaptações para cada cliente;
- ✓ Ser escalável, ou seja, crescer cada vez mais, sem que isso influencie no modelo de negócios, crescer em receita, mas com custos crescendo bem mais lentamente. Importante referenciar que planejamento, estabelecimento de metas e organização das atividades são requisitos relevantes para o sucesso. (SEBRAE, 2014)

Fonseca (2020) assevera que o Brasil já conta com 11 unicórnios²⁶ atualmente: 99, Nubank, Movile, Gympass, Loggi, Quinto Andar, Ebanx, Wildlife, Loft, VTEX e Credits e outras 17 startups estão próximas de alcançar esse status, segundo previsão da Tracxn²⁷, que também afirma ser o Brasil o centro do ecossistema de startups na América do Sul.

Em 19/10/2020, a Secretaria Geral da Presidência da República assinou e encaminhou ao Congresso Nacional o projeto de lei conhecido com Marco Legal das Startups. Uma vez aprovado, o Marco Legal visa à simplificação da criação de empresas inovadoras, estimular o investimento em inovação, fomentar a pesquisa, facilitar a contratação de soluções inovadoras pelo Estado, e, assim, possibilitar o aumento da competitividade entre as startups. Uma vez aprovado pelo Senado, o projeto de lei retornará para a Câmara dos deputados para aprovação final e homologação. O documento regulatório traz grandes avanços para o ecossistema empreendedor, entre eles: a) enquadramento de empresas na definição de startups, b) diretrizes de investimento em inovação, c) fomento à pesquisa, desenvolvimento e inovação, d) programas de ambiente regulatório experimental e e) contratação de soluções inovadoras pelo Estado. O documento também permite que testes de soluções com risco tecnológico, e os testes bem-sucedidos possam ser adquiridos das startups pelo poder público, sem necessidade de licitação. (CARRILO, 2020)

O texto promete desburocratizar condições para a criação de empresas inovadoras, gerando estímulo e segurança jurídica para as startups, bem como regulamentando sua contratação por agentes públicos, o que torna as startups mais competitivas em termos de inovação se comparada a outros países. Para entidades do setor, a proposta é coerente, no entanto, precisa ser refinada para incluir temas trabalhistas e de tributação, que ficaram de fora inicialmente e essa é a preocupação de alguns parlamentares de oposição. (INFOMONEY-AGÊNCIA ESTADO, 2020)

Dado que as startups desempenham um papel fundamental no desenvolvimento de novas tecnologias e modelos de negócio, alavancando a geração de bens e serviços inovadores com competitividade global, o governo federal criou, através do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) o Start-Up Brasil - Programa Nacional de Aceleração de Startups²⁸. O programa visa estabelecer parceria com aceleradoras, geralmente

²⁶ Unicórnio: “status” concedido a uma empresa escalável, inovadora e tecnológica que conquista uma avaliação de mercado de US\$ 1 bilhão ou mais.

²⁷ Tracxn: plataforma global projetada para rastrear empresas inovadoras em mais de 300 setores de tecnologia, mais de 800 temas emergentes, em mais de 30 países. Disponível em: <https://tracxn.com/>

²⁸ <https://www.startupsbrasil.org.br/>

de origem privada e com capacidade de investimento financeiro, que tem a função de direcionar e potencializar o desenvolvimento das Startups. O programa apresenta editais anuais onde as Startups selecionadas contam com bolsas de pesquisa, participação em eventos e atividades de capacitação, mentorias e acompanhamento de gestores especializados, no intuito de reforçar seu ecossistema de inovação e também sua conexão com os mercados internacionais.

Apesar das diferenças entre startups e empresas juniores, pois as startups são empresas que exploram atividades inovadoras no mercado e têm como objetivo gerar lucro, e as empresas juniores são geridas exclusivamente por alunos do ensino superior, sem fins lucrativos, as duas formas de negócio podem usufruir de uma saudável relação de reciprocidade.

De acordo com Luan Donadio, assessor da área de projetos da Poli Júnior (Empresa Júnior de Engenharia da USP), quando uma startup necessita de um serviço diferenciado, pode ser interessante fechar parcerias com empresas juniores. Dentro das EJs, os membros das startups podem encontrar mentes inovadoras e empreendedoras para participar na idealização de inovações, o que é muito interessante para essas empresas que têm uma grande necessidade de se modernizar no mercado. Se para as startups a aproximação com as EJ contribui para o progresso da empresa, proporciona inovação e fideliza os clientes para novos projetos, para as EJ essa união é extremamente bem-vinda por conta da aproximação com a realidade de outras empresas, agregando conhecimento voltado para o crescimento do aluno e proporcionando desenvolvimento para todos os membros, que ganham interesse pela área e acumulam repertório. (NEGÓCIOS & GESTÃO, 2020)

Reforça-se que a presença de empreendedores talentosos é essencial para a criação e manutenção de um ecossistema forte e empreendedor. Investir em capital humano é fundamental tanto para criar e manter a força de trabalho não apenas para o campo das startups, mas também para favorecer a inovação nos negócios. Dessa forma, concorda-se com Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p.75) na afirmação de que os empreendimentos mais bem-sucedidos admitem serem seus investimentos mais valiosos, as pessoas que empregam.

Cabe mencionar que algumas startups trazem resposta favorável a problemas com educação de adolescentes que se preparam para cursar a universidade. Desde 2011 uma startup de educação online tem ajudado estudantes de todo o Brasil a serem aprovados no ENEM e outros importantes vestibulares no Brasil.

Pereira e Araujo (2017) narram a trajetória da startup brasileira de educação “Descomplica”. A “Descomplica” é uma empresa de educação e tecnologia que através de

seu website²⁹ fornece videoaulas preparatórias para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e principais vestibulares do Brasil. A startup promete complementar a aprendizagem dos estudantes, muitos deles provenientes de realidades menos favorecidas em termos de renda, com oferta de serviço qualificado em determinadas regiões do Brasil e a preços acessíveis. A Descomplica aposta na flexibilidade do usuário de poder assistir aulas online em qualquer lugar e a qualquer hora por meio de uma plataforma com alta aceitação por parte dos usuários.

Desta forma, a startup consolida-se como uma empresa de educação e tecnologia, com reconhecimento internacional, buscando tornar-se referência mundial no setor de educação e apostando no desenvolvimento máximo de sua propriedade intelectual e na qualidade dos seus processos.

Outra história de startup voltada para a educação de jovens do ensino médio

Em agosto de 2019, um grupo de adolescentes dispostos a pensar “fora da caixa” e buscar soluções para as suas comunidades com ideias de aplicativos que podem impactar a economia e o meio ambiente locais, conquistaram um ótimo resultado. Os jovens são estudantes da Escola Estadual de Ensino Médio (EEEM) Ormanda Gonçalves, de Vila Velha e decidiram participar do Programa JASstartUP, realizado pela Fundação Otacílio Coser (FOCO) e a Junior Achievement Espírito Santo (JAES). Após dois meses de estudos, a equipe chamada “Repense” formada por quatro alunos e um mentor foi a vencedora. O projeto apresentado foi construído com base em soluções para reduzir o consumo de energia elétrica nas residências e, para isso, os alunos desenvolveram a ideia do aplicativo Repense - com informações detalhadas sobre consumo, descrição das taxas cobradas na conta da concessionária e dicas de redução do consumo elétrico domiciliar. O aplicativo ganhou destaque apontando para a importância de se dar aos jovens a oportunidade de criar e desenvolver o empreendedorismo para a construção de uma sociedade melhor. (CONSED NOTÍCIAS, 2019)

²⁹ www.descomplica.com.br

- As FinTech (Startups do setor financeiro)

Pode-se afirmar que as FinTech são as startups do setor financeiro, onde um celular e uma conexão à internet substituem toda uma infraestrutura que onera serviços e burocratiza processos, tornando o acesso a informações e conhecimento mais fácil.

É indiscutível a afirmação de que a humanidade viveu, em 2020, um dos anos mais imprevisíveis de todos os tempos. Este novo ambiente, que escancara a via digital como meio substancial de consumo de serviços e baixo contato físico por conta da pandemia, as FinTech combinam a prestação de serviços financeiros com processos baseados inteiramente em tecnologia. Com o mercado em pleno crescimento, as FinTech tem promovido uma verdadeira revolução no mundo financeiro, com propostas de inovação e otimização de serviços financeiros com baixo custo e foco no cliente.

O período das startups emergiu e se reafirmou em 2008, em que novas startups e empresas de tecnologia estabelecidas começaram a fornecer produtos e serviços financeiros diretamente às empresas e ao público em geral. O mercado então se abriu para esses novos nichos e então surgem as FinTech, (período caracterizado como FinTech 3.0), inovando o tradicional mercado financeiro dos bancos e buscando maior proximidade com o cliente. A crise financeira global de 2008 foi um divisor de águas e é parte da razão pela qual a FinTech tem evoluído para um novo paradigma, apresentando desafios para reguladores e participantes do mercado, principalmente em equilibrar os benefícios com os riscos potenciais de toda inovação. Desde 2008, tem havido uma rápida expansão nos tipos de negócios que criam e entregam tecnologia para prestação de serviços e produtos financeiros, além de desenvolvimentos tecnológicos cada vez mais rápidos e abrangentes. Embora seja difícil identificar como e onde essa tendência começou, é fato que a crise de 2008 representa um ponto de inflexão que catalisou o crescimento da era FinTech 3.0. (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015)

Arner, Barberis e Buckley (2015) explicam que “*Financial Technology*” ou “FinTech” refere-se ao uso de tecnologia no fornecimento de soluções financeiras. Segundo os autores, a origem do termo remonta ao início dos anos 1990 e se refere ao "Consórcio de Tecnologia de Serviços Financeiros", um projeto iniciado pelo Citigroup³⁰ para facilitar os esforços de cooperação tecnológica.

As FinTech foram impulsionadas pela crise global de 2008 e pelo avanço dos serviços com base na Internet, com uma série de alternativas financeiras que incluem instrumentos de

³⁰ Citigroup Inc. é uma grande empresa do ramo de serviços financeiros com sede na cidade de Nova Iorque.

financiamento e canais distribuídos que emergem fora do sistema tradicional financeiro. As FinTech costumam ser ágeis, orientadas conforme demanda e geralmente associadas a startups comandadas por jovens empreendedores. (SIQUEIRA; DINIZ; ALBINO, 2018)

Empresas que redesenham a área de serviços financeiros, com processos inteiramente baseados em tecnologia, as FinTech atuais são frutos da 4ª Revolução Industrial, nascidas nos terrenos férteis das novas tecnologias. Em plena crise, ainda povoada pela pandemia da Covid-19, os ecossistemas ainda se veem impulsionados pela adversidade, mas em um novo momento, trazendo a popularidade e o impacto na vida das pessoas. Sem dúvida, as FinTech estabeleceram um marco nessa nova história da humanidade, em que muitas pessoas aprenderam a utilizar serviços financeiros digitais principalmente para evitar contatos desnecessários no auge da pandemia.

Por outro lado, como afirmam Saes e Marcovitch (2020), o empreendedorismo inovador, nessa acepção, transformou-se em mito, a partir dos casos dos unicórnios e das startups, revelando uma sociedade fragilizada pelo desemprego crescente e pela crise entre os partidos políticos que mostram o enfraquecimento das políticas sociais, que deixará desassistidos muitos segmentos da população. Dessa forma, cabe aos empreendedores enxergar essa nova história da humanidade como um processo que deve ser socialmente construído.

3.3 AS REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS

Nesses tempos onde as mudanças são tão profundas na história humana é necessário compreender a velocidade e a amplitude dessa nova revolução de forma a delimitar as infinitas possibilidades que essa profusão de novidades tecnológicas trazem de benefícios e de perigos para a humanidade. De maneira geral, muitas organizações brasileiras já buscam o alinhamento com as mudanças da atual revolução digital, a chamada indústria 4.0. O investimento em novas tecnologias tem modernizado os antigos sistemas de produção, trazendo a possibilidade de uma manufatura mais rápida e eficaz.

Em comparação às três revoluções anteriores, a 4ª. revolução industrial, conceito criado por Klaus Schwab, compreende uma velocidade em ritmo exponencial e mostra um mundo interconectado, que leva a mudanças profundas e irreversíveis na economia, nos negócios, na sociedade e nos indivíduos. Nas palavras de Schwab (2019, p. 19) é preciso “moldar a quarta revolução industrial para garantir que ela seja empoderadora e centrada no ser humano – em vez de divisionista e desumana”. É uma tarefa crucial que deve envolver

cooperação entre indivíduos e grupos em todo o mundo. Segundo o autor, em um futuro previsível, empregos que não serão substituídos por máquinas são os que exigem: habilidades sociais, criatividade, tomadas de decisão em situações de incerteza e desenvolvimento de novas ideias. Ressalta-se que ainda haverá aumento de demanda para ocupações de características intrinsecamente humanas e capacidades como a empatia e a compaixão. As empresas que sobreviverem e prosperarem deverão manter e aprimorar continuamente sua vantagem inovadora e, para isso, o número global de empreendedores e intraempreendedores poderá aumentar. Pequenas e médias empresas terão a vantagem da velocidade e a agilidade necessária para lidar com as rupturas e as inovações. Os governos precisam imaginar formas de acabar com o vácuo digital dos seus países em todas as fases de desenvolvimento para garantir que as cidades tenham a infraestrutura básica necessária para criar oportunidades econômicas e prosperidade compartilhada que é possível por meio dos novos modelos de colaboração, eficiência e empreendedorismo.

A velocidade e a amplitude com que as cidades absorvem e implantam tecnologias apoiadas por estruturas políticas ágeis determinarão sua capacidade de atrair pessoas competentes e que tornarão a cidade mais inclusiva. Aos líderes empresariais e empreendedores resta compreender que as rupturas afetam a demanda e a oferta de negócios e isso os obriga a desafiar os pressupostos de suas equipes operacionais e encontrar novas formas de inovar continuamente.

Magalhães e Vendramini (2018) afirmam que, embora exista uma visão otimista de alguns especialistas por parte das mudanças advindas da 4^a. revolução industrial, a ocupação humana que ainda não pode ser substituída por máquinas será aquela baseada no empreendedorismo e na inovação, corroborando com Dornelas (2008) que afirma que as grandes invenções são frutos da inovação, de um novo olhar para as coisas já existentes, de pessoas ou equipes com características especiais e visionárias que questionam, arriscam, fazem acontecer e empreendem.

O Quadro 6 mostra um resumo das mudanças e o contexto histórico das quatro revoluções industriais.

Quadro 6 - Contexto histórico das quatro revoluções industriais

1ª. Revolução Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Teve início na Inglaterra quase ao final do século XVIII (em meados de 1760-1840) por conta da sua posição geográfica privilegiada e domínio das rotas comerciais. Foi financiada pelo acúmulo de capital da burguesia dominante, com política de cercamentos. • Transição da produção artesanal para a produção mecânica (domínio da indústria têxtil-aparecimento do primeiro tear mecânico), • Invenção da máquina a vapor (ferro, carvão, energia a vapor), • Construção de ferrovias, • Surgimento de novas relações de trabalho - a mão de obra passa a ser vendida.
2ª. Revolução Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Teve seu início na Inglaterra, na segunda metade do século XIX (entre 1850 e 1870), mas logo se expandiu para outros países (Estados Unidos, França, Rússia, Japão e Alemanha). Teve seu término no fim da Segunda Guerra Mundial (início do século XX entre 1939 e 1945). • Ferro, carvão e energia a vapor agora dão lugar ao aço, à eletricidade e ao petróleo, • Início da linha de montagem que possibilitou produção em massa, o setor industrial vive uma grande aceleração (Fordismo), • Avanço das indústrias elétricas, químicas, siderúrgicas e de telecomunicações, • Surge o capitalismo financeiro devido à instalação de grandes empresas que passaram a monopolizar os setores industriais e de mercado, • Invenções do período: bateria química, indução eletromagnética, lâmpada de filamento, tração elétrica, motores elétricos, telefone, telégrafo sem fio, ondas de rádio, • Surgem os movimentos trabalhistas, • Surgem também os problemas ambientais.
3ª. Revolução Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Surgiu após a segunda guerra mundial (década de 1960 – meados do século XX) até o momento atual. Teve início nos Estados Unidos – ficou também conhecida como Revolução técnico-científica-informacional, pois os novos avanços abrangem o campo da ciência. • Novas fontes de energia (nuclear), • Revolução digital, impulsionado pelo desenvolvimento dos semicondutores, da computação pessoal e da internet (O rompimento de barreiras físicas e temporais conectou culturas, tradições, línguas e história de maneira instantânea a era da globalização-é a era da programação das máquinas), • Despontam as indústrias de alta tecnologia: a metalurgia, siderurgia e indústria de automóveis (Toyotismo), • Crescimento do setor terciário.

continua

4ª. Revolução Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Também conhecida como Indústria 4.0 e teve seu início na virada do século (por volta de 2014). Principais características dessa fase: • Tendência a 100% da automatização das fábricas por meio de sistemas ciberfísicos, • A grande velocidade, o alcance e os impactos provocados nos sistemas provocando grande na sociedade e na economia, • A convergência de tecnologias digitais, físicas e biológicas, • Revolução digital caracterizada por uma internet mais universal, e móvel, com sensores menores e pela inteligência artificial e aprendizagem de máquina (aprendizagem automática), • Não diz respeito apenas a sistemas e máquinas inteligentes conectadas. Seu escopo é muito mais amplo, com atualizações simultâneas em diversas áreas.
---------------------------------	--

Fonte: Elaboração própria (2020) com base em Magalhães e Vendramini (2018)

A partir da 3ª. revolução industrial, (fim dos anos 60 e meados da década de 70), o mundo conheceu grandes transformações, processo que originou uma nova estrutura social dominante e uma nova cultura onde a tecnologia da informação tornou-se ferramenta importante para implantação de todas as técnicas de reestruturação da nova economia que despontava.

As sociedades do século XXI são agora nomeadas como Sociedade da Informação, Sociedade em rede e Sociedade do conhecimento, todas com suas pequenas diferenças, mas algo em comum: são as sociedades discutidas a partir das mudanças de paradigma causadas pela chegada dos computadores e da Internet.

O Quadro 7 mostra uma síntese comparativa das teorias sobre as sociedades e a evolução paralela do saber empreendedor na transformação dessas sociedades.

Quadro 7 - Síntese comparativa das teorias sobre as sociedades contemporâneas e o saber empreendedor

	Origem	Característica central	Em relação à tecnologia	Em relação à sociedade	Em relação às atividades empreendedoras
Sociedade da informação	A terceira Revolução Industrial, após a 2ª guerra mundial teria aberto caminho para o nascimento da sociedade da Informação. (SANTOS; CARVALHO, 2009; LEVY, 2003; CASTELL, 1999)	Busca do conhecimento tácito e explícito para melhor aproveitament o intelectual das pessoas nas organizações. (BRASIL, 2000, p. 09)	A generalizaçã o do uso de aparelhos celulares, internet e tecnologias digitais (produtos da Terceira Revolução Industrial) seria uma decorrência da sociedade da informação. (THEIS, 2013)	A sociedade da informação produz mudanças em nível fundamental da sociedade, nas relações de trabalho e produção de bens e consumo. (SANTOS; CARVALHO, 2009, p. 46)	Aparecem os gargalos que dificultam o desenvolvimento. São de ordem informacional e principalmente comunicacional. As redes sociais são fracas, há falta de incentivo ao empreendedorismo e baixa demanda de inovação por parte do setor privado somado a insuficiente interação universidade/indústria, dificuldades nas negociações contratuais entre setor público/ privado, ineficiência de intermediários e falta de clareza nas metas. (DUDZIAK, 2008, p. 45)
Sociedade do conhecimento	Surgiu no final da década de 90. É provável que o mais importante estudo indicando algumas das tendências que mais tarde constituiriam a noção de sociedade do conhecimento tenha sido o de Daniel Bell. (THEIS, 2013)	Uso compartilhado de recursos na construção coletiva de conhecimento, e na valorização do direito à informação, às tecnologias de informação e comunicação e à educação. (DZIEKANIAK ; ROVER, 2011)	Embora condição necessária, a difusão das TIC's não seria condição suficiente para a constituição da sociedade do conhecimento. Esta não poderia excluir ninguém do acesso aos benefícios da sociedade da informação. (THEIS, 2013, p. 136)	O ponto de partida é que o conhecimento ocupou um lugar central na reprodução material de todas as sociedades anteriores à atual. (THEIS, 2013, p. 138)	Embora o Brasil tenha todos os elementos para desenvolver um ambiente de inovação: empreendedores, pesquisadores, inventores, investidores e gestores de política, falta estímulo. O empreendedorismo é um dos vetores importantes na definição de uma política industrial. É preciso definir prioridades em termos de C & T, estabelecer linhas de financiamento adequadas, ter uma visão de marketing, criar um ambiente e cultura que valorize e favoreça a inovação e o empreendedorismo. (CAVALCANTI; GOMES, 2002, p. 14)

continua

	Origem	Característica central	Em relação à tecnologia	Em relação à sociedade	Em relação às atividades empreendedoras
Sociedade em rede	<p>Manuel Castells constrói seu raciocínio partindo da história do forte desenvolvimento das tecnologias a partir da década de 1970 e seus impactos nas relações humanas. A sociedade em rede representa uma nova economia e uma nova cultura, “[...] a cultura da virtualidade real”. (CASTELLS, p. 01, 1999)</p>	<p>A tecnologia não determina a sociedade, mas a sociedade dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam essas tecnologias. (CASTELLS, 2000)</p>	<p>As tecnologias de informação tornaram-se ferramenta indispensável para a implantação efetiva dos processos de reestruturação socioeconômica. (CASTELLS, 2000)</p>	<p>Surge uma nova sociedade, quando e se uma transformação o estrutural puder ser observada nas relações de produção, de poder e de experiência. (CASTELLS, 2000)</p>	<p>O cenário atual do empreendedorismo no Brasil como expoente de transformações e vetor da inovação busca explorar o desenvolvimento dentro de uma nova economia em rede, e seus desafios para geração de inovação. A intenção é que seja um ponto de partida para se pensar a articulação de comunidades empreendedoras dentro das mais diversas áreas, conectando todos os atores. É um processo inevitável pela própria estrutura da rede, que permite a participação de profissionais autônomos e atores sociais na articulação e mobilização de novas iniciativas, refletindo diretamente nas atividades econômicas tradicionais. É importante que projetos para incentivar o setor empreendedor, tão ligado à exploração e implementação da inovação, sejam cuidadosamente executados, e que não estejam descolados do contexto econômico nacional, pois só assim será possível garantir que ele seja eficaz e robusto, capaz de trazer inovações importantes para o benefício da sociedade. (EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA EM REDE, 2016, p. 3, 9)³¹</p>

Continua

³¹ Relatório elaborado pelo Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio) com o objetivo de abordar as transformações econômicas impulsionadas pelas tecnologias digitais, disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/10/Report-empendedorismo-na-economia-em-rede.pdf>. Acesso em 28 nov 2020.

	Origem	Característica central	Em relação à tecnologia	Em relação à sociedade	Em relação às atividades empreendedoras
Sociedade Líquida	Zygmunt Bauman criou o termo “modernidade líquida” em 2000 para descrever as transformações do mundo contemporâneo, no qual nada é sólido: tudo se dilui no ar. (SANTOS; SILVA, 2012)	A substituição da ideia de coletividade e de solidariedade pelo individualismo e a transformação do cidadão em consumidor. (SANTOS; SILVA, 2012)	Não há como conceber a sociedade do futuro sem tecnologia. Então, se não pode vencê-la, una-se a ela. (ALFANO, 2015)	Conforme Bauman, (2017), nos tempos atuais, as relações entre os indivíduos nas sociedades tendem a ser menos frequentes e menos duradouras.	As formas de vida contemporâneas, segundo o sociólogo polonês, se assemelham pela vulnerabilidade e fluidez, incapazes de manter a mesma identidade por muito tempo, o que reforça um estado temporário e frágil das relações sociais e dos laços humanos. Nesse contexto, o empreendedorismo reside particularmente no estudo e no desenvolvimento de novos comportamentos, base para essa individualidade livre, criativa, produtiva, responsável, líquida.
Cibercultura	Cibercultura é o conjunto de técnicas, de práticas, de atitudes, de pensamentos e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço que é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. Essa mídia tende à interconexão geral das informações, da máquinas e dos homens” (LÉVY, 1999, p. 113)	Informatização Virtualização Interatividade a que somos obrigados a participar. Modelo informacional simplificado. (LÉVY, 1999)	As tecnologias digitais surgiram como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, novo mercado da informação e do conhecimento. (LÉVY, 1999, p. 31)	Por trás das técnicas agem e reagem ideias, projetos sociais, interesses econômicos, estratégias de poder, toda a gama dos jogos dos homens em sociedade. (LÉVY, 1999, p. 21)	O Empreendedorismo Social e a inovação têm alto potencial para criar territórios inteligentes e melhorar a qualidade de vida dos indivíduos. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC’s) e os espaços de Cibercultura são importantes ferramentas que promovem o desenvolvimento de territórios inteligentes, facilitam o trabalho colaborativo e o compartilhamento de aprendizagem e conhecimento. (MELRO; OLIVEIRA, 2018, p. 204) A inteligência coletiva, tipificação da cibercultura, abre espaço para o poder do colaboracionismo e da cooperação, características empreendedoras. (BERGAMO; TEIXEIRA; SILVA, 2017, p. 77)

Fonte: Elaboração própria (2020)

A Quarta Revolução Industrial é marcada pelo advento da inteligência artificial, robótica, biotecnologia, nanotecnologia, neurotecnologia, blockchain, big data, IoT, impressões 3D e 4D entre outros. Segundo o Relatório da Tecnologia da Informação Global de 2016 do Fórum Econômico Mundial³², Cingapura lidera o índice de preparo tecnológico do relatório, seguido por Finlândia, Suécia, Noruega e Estados Unidos e na sequência Holanda, Suíça, Reino Unido, Luxemburgo e Japão. O relatório aponta que o Brasil se recuperou parcialmente de uma tendência de queda anterior e que mantém a posição 72º enquanto a Europa se mantém na fronteira tecnológica.

A era da informação é caracterizada pelos avanços tecnológicos e pelas grandes transformações produzidas, desde a invenção das técnicas agrícolas em tempos remotos. É uma nova forma de se produzir e transformar os espaços geográficos, as paisagens, os lugares e o território. É a integração mundial à realidade tecnológica como mediadora das relações humanas e das interações entre máquinas, cuja característica é a hiperconectividade, ou seja, a conexão do mundo físico ao mundo virtual. É a nova realidade das formas de comunicação, como mostra o Quadro 8.

Quadro 8 - As novas tecnologias da 4ª. Revolução Industrial

Inteligência artificial	Os sistemas aprendem sem necessidade de programação. É usada na identificação facial e de voz na automação de processos e serviços.
Robótica	Robôs para automação de atividades – otimizam a produção e substituem humanos em tarefas perigosas.
Biotecnologia	Utiliza organismos vivos na produção de medicamentos, nutrientes químicos, combustíveis e outros materiais.
Neurotecnologia	Implanta equipamentos eletrônicos nos organismos, com potencial de melhorar o monitoramento de saúde e o tratamento de doenças e de ampliar a capacidade cognitiva.
Nanotecnologia	Construção de estruturas e novos materiais a partir dos átomos,
Blockchain	Registra transações financeiras em um arquivo digital de forma distribuída, imutável, transparente e auditável. Também pode ter outros usos, como monitoramento de cadeias de fornecimento, de registros e de certificações diversas.

³² News Release-World Economic Forum 2016, disponível em: <https://www.weforum.org/press/2016/07/seven-countries-emerging-as-frontrunners-in-the-fourth-industrial-revolution/>

Big Data	Tecnologia superior aliada ao Blockchain possibilita compartilhamento de infraestrutura e troca de dados universal: são grandes volumes de informação, gerados em tempo real e em diversos formatos (estruturados, semiestruturados ou não estruturados).
Internet das coisas (IoT)	Conecta máquinas, eletrodomésticos, veículos, produtos ou qualquer coisa, inclusive pessoas à internet. É utilizada em diversos setores, na gestão das cidades e nas residências. Basicamente, é uma conexão entre o mundo físico e o mundo digital.
Impressão em três (3D) ou quatro dimensões (4D)	Permite a produção de qualquer objeto com o uso de qualquer material, em um sistema de pequena escala de forma rápida, precisa e econômica.

Fonte: Elaboração própria (2020) adaptado de Magalhães e Vendramini (2018)

A história das revoluções industriais demonstra que, em certo momento, a figura do empreendedor se fez importante. Da produção artesanal às novas relações de trabalho, do capitalismo e da instalação de grandes empresas aos problemas ambientais gerados, da indústria 4.0 à reestruturação da nova economia, o empreendedor é a representação da “destruição criadora” (SCHUMPETER, 1997), na relação com a inovação, na criação de novos mercados e novos produtos, na preocupação com os fatores ambientais, no avanço da sociedade para melhoria das condições de vida.

Em que pesem as tecnologias existentes há que se entender a sociedade como um organismo mutante, que pode e deve às vezes se autodirigir, procurar suas correlações dentro do espaço existente. No entendimento de Elias (1994) a sociedade é um organismo grande e complexo, mas que conta com espaço para as decisões individuais. Há oportunidades que podem ser aproveitadas ou perdidas, há situações em que as pessoas têm de fazer escolhas, e de suas escolhas pode depender seu destino pessoal imediato, ou o de uma família inteira, ou ainda, em certas situações, de nações inteiras ou de grupos dentro delas.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para compreensão do fenômeno em estudo – investigar a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil adotou-se uma ampla pesquisa bibliográfica, revisão sistemática na busca por teses que referenciam o assunto e sistematização dos dados por meio de dendrograma, tabelas com dados percentuais e nuvens de palavras.

Trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada com abordagem mista, que compreende a integração de dados qualitativos, apresentados na forma de textos e imagens, com dados quantitativos apresentados como informação numérica. Galvão, Pluye e Ricarte (2017) colocam que as técnicas de integração de métodos podem destacar as discrepâncias entre os dados e os resultados das análises qualitativa e quantitativa, assumindo que os resultados são complementares. Dessa forma, entende-se que os métodos mistos e a criatividade inerente em como usá-los podem aumentar o potencial de mudança transformadora ao contexto delineado.

De acordo com Creswel (2007) o procedimento de coleta, análise e combinação de técnicas quantitativas e qualitativas em um mesmo desenho de pesquisa, objetiva reunir dados quantitativos e qualitativos em um único estudo e, dessa forma, confirmar resultados de diferentes fontes de dados. A pesquisa quali-quantitativa possibilita a busca por um cenário mais próximo possível da realidade:

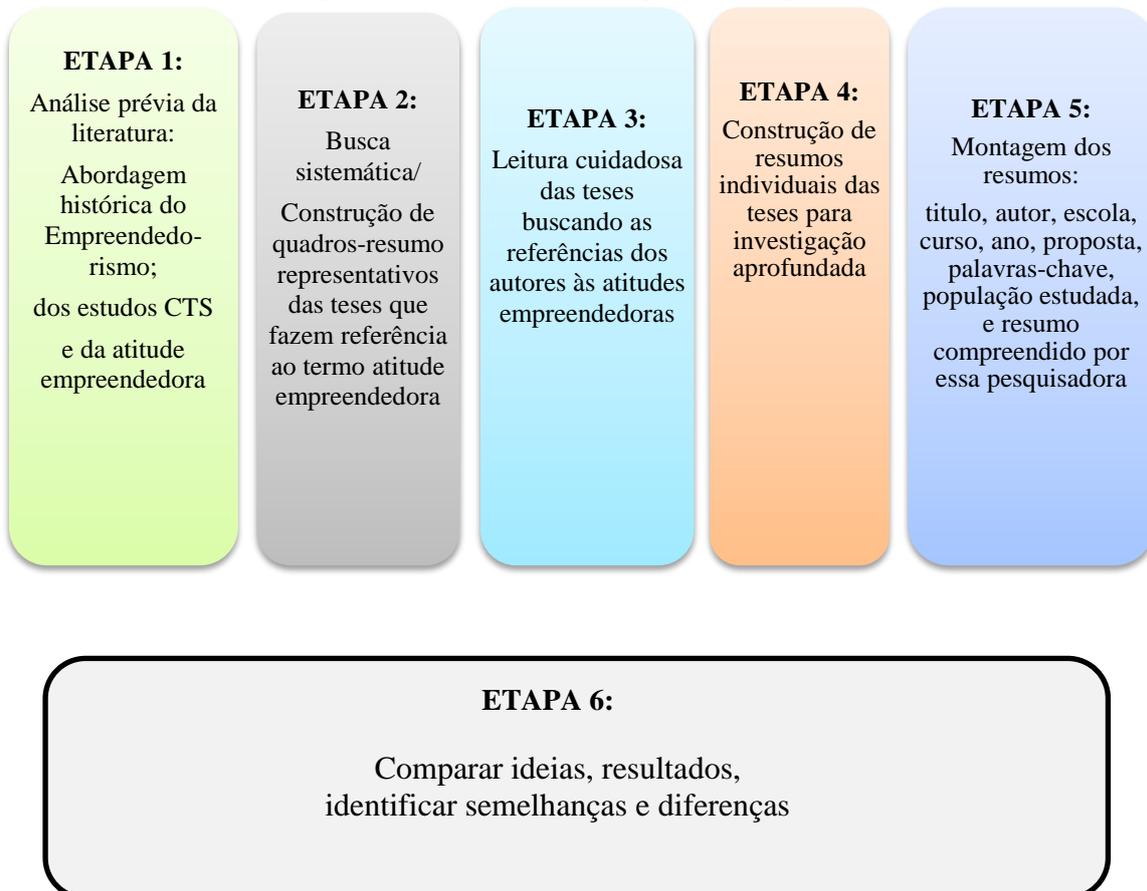
- I. Análise qualitativa: compreendeu o uso de texto, imagens na codificação e desenvolvimento do tema para confirmar resultados de diferentes fontes de dados (revisão bibliográfica da literatura a fim de avançar o conhecimento sobre o estado da arte referente ao tema, com abordagens de sociólogos, filósofos e psicólogos, bem como artigos, dissertações, teses e jornais que auxiliaram no processo de entendimento sobre a relevância das atitudes empreendedoras como desdobramento importante do empreendedorismo);
- II. Análise quantitativa: compreendeu uma análise descritiva exploratória para descrição, comparação de grupos e relacionamento entre as variáveis (seleção de teses por meio de uma revisão sistemática, construção de quadros-resumo para investigação, elaboração de Dendrograma representativo do agrupamento de palavras de maior incidência, construção de nuvens de palavras para facilitar a visualização dos resultados e tabelas indicativas dos percentuais encontrados).

A seção 4.1 apresenta o desenho da pesquisa e os conceitos de revisão sistemática adotados para a seleção das teses, objeto deste estudo.

4.1 DESENHO DA PESQUISA

Concordando com os objetivos específicos da investigação, foram desenvolvidas sete etapas que englobam consulta a diferentes assuntos e fontes de informação, conforme se pode observar na síntese representada pela Figura 7 e, a seguir, na descrição detalhada dos procedimentos adotados para essa pesquisa.

Figura 7 - Desenho das etapas da Pesquisa



ETAPA 7:

Construção de:

- a) Dendrograma representativo das palavras de maior incidência nos quadros-resumo,
- b) Tabelas com resultados percentuais das palavras de maior incidência em cada grupo,
- c) Nuvens de palavras para cada grupo para melhor visualização dos resultados.

Reanálise dos dados levantados ao longo da investigação;

Avaliação das hipóteses apresentadas

Apresentação e discussão dos resultados referenciados nas teses estudadas

Resposta à questão de pesquisa:

Qual é a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil?

Fonte: Elaboração própria (2020)

4.2 DESCRIÇÃO DA PESQUISA

As etapas, que se combinam ao longo da execução desta pesquisa, seguem descritas:

4.2.1 Pesquisa bibliográfica e documental

A pesquisa bibliográfica traz material relevante ao assunto estudado. Buscou-se entender o empreendedorismo abordando seus conceitos históricos e atuais bem como a importância da atitude empreendedora, nas abordagens por pedagogos, administradores, filósofos e sociólogos, modernos e contemporâneos, bem como analisar artigos, dissertações, teses e jornais, que auxiliaram no processo de entendimento sobre a relevância do empreendedorismo e seus desdobramentos.

4.2.2 Revisão sistemática na busca por teses depositadas no período 2007-2019 no Brasil

Compreende-se por revisão sistemática a construção de pesquisas importantes a partir de dados primários da literatura sobre determinado tema, com a finalidade de avançar o

conhecimento na área. A seleção de informações deve obedecer a critérios objetivos e consistentes que deverão trazer resposta à pergunta norteadora inicial. Utilizada amplamente no campo da medicina, a revisão sistemática é ferramenta importante para estudo e tomada de decisões em saúde. A prática de medicina baseada em estudos disponíveis assegura melhores resultados aliados à diminuição do risco nas incertezas de determinado procedimento.

Segundo Linde e Willich (2003) e Kitchenham *et al* (2009), as revisões sistemáticas são consideradas ferramentas confiáveis para resumir evidências existentes sobre determinado assunto. Informações sobre pesquisa bibliográfica, critérios de inclusão/exclusão, processo de seleção, avaliação da qualidade, extração de dados, métodos para resumir estudos primários, número de estudos incluídos, resultados e conclusões devem ser comparados qualitativamente.

Biolchini *et al* (2005) discorrem que a revisão sistemática é construída em torno de uma questão central que representa o núcleo da investigação e é expressa pelo uso de conceitos e termos específicos, que devem ser abordados com informações relacionadas a uma pergunta específica, predefinida, focada e estruturada. É uma metodologia científica específica que vai além da simples visão geral e tem por objetivo integrar a pesquisa empírica para criar generalizações que permitam ao pesquisador analisar criticamente os dados coletados, resolver conflitos detectados no material da literatura e identificar problemas para o planejamento de futuras investigações.

A revisão sistemática compreende objetivos distintos de investigação, além de características metodológicas, requisitos e procedimentos específicos. Os autores apontam que, do ponto de vista epistemológico, a revisão sistemática traz uma abordagem diferente para as questões relevantes em uma determinada área de pesquisa, abrindo um novo campo de possibilidades para gerar novos tipos de conhecimento em um domínio científico. A revisão sistemática não consiste em um simples relato dos dados já conhecidos ou publicados, mas prevê uma nova abordagem metodológica para fazer pesquisa com finalidade integradora, em um nível mais alto de abstração conceitual. A revisão sistemática compara dados estudados com resultados contrastantes entre si, iluminando novos aspectos e orientando futuras linhas e possibilidades de pesquisa. Enquanto a abordagem clássica da literatura apresenta uma fonte de interpretação, a revisão sistemática é um fator estimulante para a compreensão de todo o cenário investigado. (BIOLCHINI *et al*, 2005)

Feinstein (1995) refere quatro requisitos para evidências aceitáveis na construção da ciência moderna com relação às análises sistemáticas: os objetos de pesquisa devem ser identificados de forma reproduzível; cada item ou substância deve receber uma caracterização

precisa, o que indica suas especificidades; as comparações estudadas devem ser justas ou imparciais possibilitando a validade interna da comparação; o que é aprendido na pesquisa deve ser adequado para aplicação em outras situações.

Embora esses requisitos tenham dado origem a discussões no contexto dos efeitos da metanálise gerada pelas contribuições, tanto Feinsten (1995) quanto Liberati (1995) concordam que as revisões sistemáticas são um passo importante e necessário para sintetizar informações, orientar a pesquisa clínica e auxiliar na produção de diretrizes práticas.

A pesquisa e a prática baseadas em evidências foram desenvolvidas inicialmente na medicina. Os primeiros resultados datam de 1904, onde Pearson (1904) compara os efeitos da inoculação para febre tifóide com a mortalidade, e estima os efeitos da inoculação também para outros tipos de doença. (KITCHENHAM *et al*, 2009; BIOLCHINI *et al*, 2005)

As revisões sistemáticas também têm apresentado ampla utilização em engenharia de softwares, embora o desenvolvimento de sínteses nesse campo ainda seja área de investigação que, embora possa trazer muitos benefícios, necessita ser melhor explorado. Em maio de 2004, Kitchenham *et al* (2009) levaram o conceito de engenharia de software baseada em evidências (EBSE - Evidence-Based Software Engineering) para a Conferência ICSE04 - 26th International Conference On Software Engineering, realizada na Escócia. O objetivo foi fornecer meios pelos quais as melhores evidências atuais da pesquisa pudessem ser integradas à experiência prática e valores humanos no processo de tomada de decisão em relação ao desenvolvimento e manutenção de software. A autora aponta alguns motivos para a realização de uma revisão sistemática: resumir evidências empíricas sobre determinado assunto bem como suas limitações, identificar lacunas passíveis de investigação e sugerir novas atividades de pesquisa, ou seja, apontar evidências, contradições, confirmação e/ou geração de novas hipóteses. O processo para a revisão sistemática incluiu:

1. Planejamento: identificar a necessidade e desenvolver um protocolo (que detalhe as etapas metodológicas a serem percorridas para reduzir o risco de viés, promover a transparência e permitir a revisão por pares);
2. Realização: identificação, seleção de estudos primários, avaliação da qualidade dos mesmos, extração de dados, síntese;
3. Descrição dos dados e documentação da pesquisa.

Para Azevedo e Sousa-Pinto (2019, p. 53) a primeira etapa na avaliação crítica de uma revisão sistemática passa pela identificação e análise da questão de investigação, a qual deve

definir a população de estudos primários que serão analisados. Os autores registram, ainda, que a questão de investigação corresponde à base para a estruturação da expressão de pesquisa dos estudos primários, e para a definição dos critérios de inclusão dos mesmos. As estratégias deverão ser suficientemente abrangentes para permitirem obter todos os estudos primários que respondam à questão de investigação, bem como à construção cuidadosa de expressões de pesquisa.

Sampaio e Mancini (2007, p. 84) complementam afirmando que ao disponibilizar de forma ampla todos os estudos sobre determinada investigação, as revisões sistemáticas permitem incorporar um espectro maior de resultados relevantes. Os autores definem etapas importantes a serem consideradas quais sejam: definir o objetivo da revisão, identificar a literatura, selecionar os estudos a serem incluídos. A partir dos dados encontrados, há que se fazer uma análise cuidadosa a fim de identificar, interpretar e avaliar os dados apontados e comparar as evidências.

A leitura dos títulos das 72 teses selecionadas para esta pesquisa, seguida da leitura dos resumos, algumas vezes não possibilitou a identificação de palavras que remetesse ao universo das atitudes empreendedoras, assunto tema deste trabalho. Então, procedeu-se à leitura integral da tese e busca de palavras ou termos que tivessem uma definição pertinente e, para isso, foi necessário codificar as frases que, de alguma forma, possibilitassem identificação com o tema “atitudes empreendedoras”.

O Quadro 9 mostra as frases codificadas para melhor entendimento e análise na construção dos quadros.

Quadro 9 - Codificação das frases que remetem à atitude empreendedora

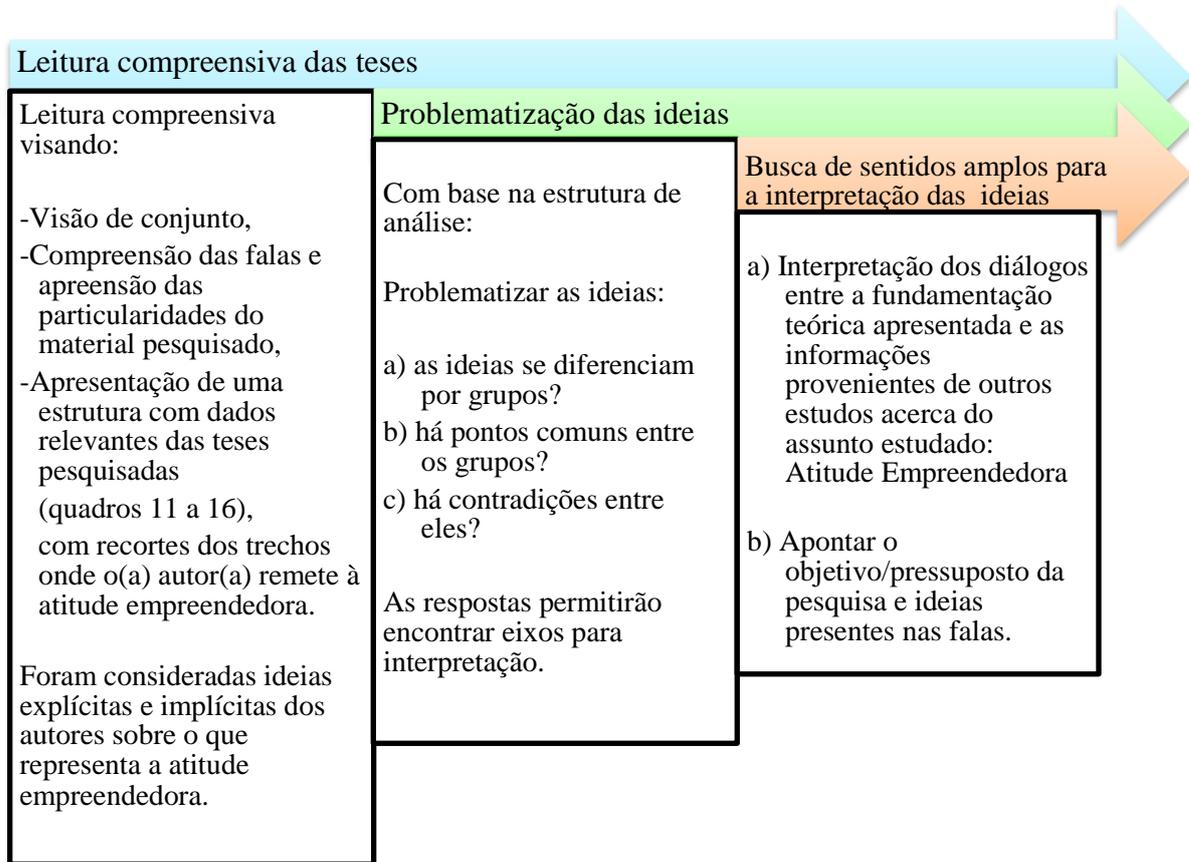
Variável	Codificação
Autodeterminação de espírito Ação Independência	Autodeterminação
Autoconhecimento	Habilidade
Postura perante risco, assumir riscos, aceitação de riscos	Riscos
Predisposição para transgressão	Criticidade
Incremento de novas estratégias de intervenção social, novas ideias	Inovação
Conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que impulsionam o saber agir	Competência
Iniciativa	Proatividade
Capacidade de superação de situações críticas	Superação
Identificação de oportunidades	Oportunidades
Visão sistêmica e paradoxal	Visão

Fonte: Elaboração própria (2020)

Para pesquisadores individuais, como alunos de doutorado, Kitchenham (2004) sugere outras técnicas de verificação que devem ser usadas, por exemplo, os supervisores devem ser solicitados a realizar a extração de dados em uma amostra aleatória dos estudos primários e os resultados verificados com os do aluno. Seguindo este conceito e para validar a revisão aqui apresentada, esta pesquisadora contou com a parceria das orientadoras de doutorado Prof^a. Dr^a Luzia Sigoli Fernandes Costa e Prof^a. Dr^a. Mara Silvia Aparecida Nucci Morassutti na definição das palavras que compõem os quadros-resumo.

4.2.3 Caminho para a interpretação das palavras

A Figura 8 mostra o caminho da construção dos quadros-resumo referentes às 72 teses estudadas, ressaltando-se que é fundamental um olhar atento transversal e sistêmico às particularidades inseridas nesse todo.

Figura 8 - Caminho para a interpretação das palavras

Fonte: Elaboração própria (2020) com base em Minayo (2012, p. 102)

Minayo (2012, p. 102) estabelece caminhos para a “interpretação dos sentidos” (Figura 8) que incluem, em primeiro lugar, uma leitura compreensiva com visão de conjunto, compreensão das falas e apreensão das particularidades sutis do material pesquisado, que nesta pesquisa consta de quadros com dados das teses pesquisadas e recortes onde o (a) autor (a) remete à atitude empreendedora, ou uma atitude que remete à atitude empreendedora ou empreendedorismo. Em segundo lugar, com base na estrutura de análise, os trechos de falas com pareceres explícitos e implícitos sobre o entendimento da atitude empreendedora sugerem a problematização das ideias: as ideias se diferenciam por grupos? Há pontos comuns entre os grupos? Há contradições entre eles? As respostas permitirão encontrar eixos para interpretação. Em terceiro lugar, vem a busca por sentidos mais amplos na interpretação das ideias, em relação às informações provenientes de estudos acerca do assunto e nos diálogos entre o assunto e a fundamentação teórica adotada, seguidos do objetivo da pesquisa e ideias presentes nas falas dos autores. Para Minayo (2012, p. 623), “a conclusão de uma

análise qualitativa deve apresentar um texto capaz de transmitir informações concisas, coerentes e, o mais possível, fidedignas a esta pesquisa”. Lembrando que a autora reforça a teoria de que qualquer investigação nada mais é do que a busca incessante por respostas às questões iniciais.

O percurso analítico e sistemático, portanto, tem o sentido de tornar possível a objetivação de um tipo de conhecimento que tem como matéria prima opiniões, crenças, valores, representações, relações e ações humanas e sociais sob a perspectiva dos atores em intersubjetividade.

Desta forma, a análise qualitativa de um objeto de investigação concretiza a possibilidade de construção de conhecimento e possui todos os requisitos e instrumentos para ser considerada e valorizada como um construto científico. (MINAYO, 2012, p. 626)

Os procedimentos metodológicos de análise para a produção dos resultados da tese estão detalhados na Seção 5.

5 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO E ANÁLISE DOS DADOS

O processo de captação e seleção das pesquisas em teses resultou em um total de 72 trabalhos que compuseram o corpus desta investigação, que podem ser conferidas no Apêndice A.

A seleção das teses foi feita com base na pesquisa de Kitchenham (2004) que adapta a revisão das diretrizes médicas sobre determinadas doenças à pesquisa em engenharia de software. A pesquisadora apontou que a principal vantagem de uma revisão sistemática é o fornecimento de informações sobre os efeitos de alguns fenômenos em uma ampla gama de cenários e métodos empíricos. Se os estudos fornecem resultados consistentes, as revisões sistemáticas fornecem evidências de que o fenômeno é robusto e transferível, se os estudos derem resultados inconsistentes, as fontes de variação podem ser estudadas.

Provoca-se, assim, uma investigação que explique o modo como os pesquisadores se referem à atitude empreendedora em suas teses, de forma a identificar se a relação do comportamento empreendedor (atitude empreendedora) está para além da construção de um negócio.

5.1 ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA

A organização desta pesquisa seguiu quatro etapas definidas por Bardin (2009): (i) inicialmente foi feita uma leitura flutuante de todos os trabalhos no sentido de sistematizar as ideias iniciais; (ii) escolheu-se as teses que remetem ao conceito de “atitude empreendedora”, (iii) foram feitos recortes de textos principais e palavras e (iv) as informações relevantes foram organizadas em quadros para posterior análise.

5.2 REVISÃO SISTEMÁTICA DAS TESES

Para entendimento do objeto de estudo proposto neste trabalho, utilizou-se a metodologia de revisão sistemática proposta por Kitchenham (2004). Para tal, foram definidos: (i) Protocolo de pesquisa; (ii) Revisão do protocolo de pesquisa; (iii) Questão de pesquisa; (iv) Critérios de inclusão/exclusão para seleção das teses; (v) Estratégia de busca; (vi) Definição dos dados a serem extraídos de cada estudo primário; e (vii) Diretrizes da síntese dos dados.

(i) Protocolo de pesquisa

Neste trabalho, as teses que versam sobre atitudes empreendedoras são o recorte principal e para melhor entendimento, buscou-se as literaturas nacional e internacional. Cumpre-se verificar se as atitudes empreendedoras são entendidas pelos pesquisadores como meramente desencadeadoras da abertura de uma empresa, ou para além dessa compreensão, são impulsionadoras de um estilo de vida melhor, comprometido com a sociedade e com o meio ambiente. Nesse sentido, é possível considerar a atitude empreendedora:

[...] uma predisposição para o comportamento empreendedor, o qual envolve características do homem e do meio no qual se insere, representando, em sentido amplo, uma conduta voltada para o próprio homem, suas ações, visões de mundo e formas de transformar a realidade. [...] Em função de atitudes, avaliam-se sentimentos, ações e escolhas que são, pois, elementos importantes na explicação do comportamento humano, principalmente por se constituírem em poderosos preditores desse comportamento. (SOUZA *et al*, 2013, p. 232)

(ii) Revisão do protocolo pesquisa

Os pesquisadores devem concordar com os procedimentos para a revisão do protocolo. Os alunos de doutorado devem apresentar seu protocolo aos seus supervisores para revisão e crítica.

(iii) Questão de pesquisa

Para este trabalho definiu-se a seguinte questão de pesquisa:

Qual é a percepção de pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil?

(iv) Critérios de inclusão/exclusão para seleção das teses

De acordo com Felizardo *et al* (2012) a aquisição e análise dos estudos primários envolve três tarefas:

- Inicialmente, os estudos são identificados, coletados e organizados em uma lista;
- Em seguida são avaliados e marcados como incluídos ou excluídos em duas etapas: leitura do título, resumo e conclusões e leitura do texto completo. Pode ser realizada uma terceira etapa adotando-se alguns critérios de qualidade.
- Na revisão de seleção, a lista de estudos deve ser revisada para garantir que estudos relevantes não sejam eliminados inicialmente.

Os critérios de inclusão e exclusão para seleção dos trabalhos seguiram os parâmetros definidos no Quadro 10:

Quadro 10 - Critérios para seleção das teses

Critérios de inclusão	Critérios de exclusão
<ul style="list-style-type: none"> -Teses publicadas no período de 2007 a 2019 e depositadas até Janeiro de 2020, -Título apresentou uma ou mais palavras: Empreendedor/es Empreendedorismo Atitude Empreendedora Prática Empreendedora, Competência Empreendedora, Característica Empreendedora, Intenção Empreendedora, Comportamento Empreendedor, Orientação Empreendedora, Conhecimento Empreendedor, (Outras palavras que remetiam ao universo empreendedor) - Resumos com referência a atitudes empreendedoras ou inovadoras ou orientação empreendedora mesmo que de forma subliminar, mas que chamassem atenção para o universo empreendedor e suas características, - Teses lidas na sua totalidade que referiam, em algum momento, o entendimento dos autores com relação à atitude empreendedora (o que é, como se manifesta, em qual situação, de que forma). 	<ul style="list-style-type: none"> -Trabalhos cujos títulos sugeriam divergências sobre o tema empreendedorismo, -Trabalhos com referência a atitude empreendedora e/ou empreendedorismo no título e/ou no resumo, sem a opinião explícita do autor da tese sobre as atitudes empreendedoras.

Fonte: Elaboração própria (2020)

(v) Estratégia de busca

Foram consultadas teses depositadas no período 2007-2019 indexadas na base CAPES: BDTD - Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, Banco de Teses da Capes - Teses e Dissertações, Portal Domínio Público: Teses e Dissertações – CAPES e utilização do motor de busca Google Scholar.

A busca pelo termo “atitude empreendedora” na base BDTD do Portal de Periódicos CAPES/MEC retornou apenas sete resultados dos quais apenas dois apresentavam alguns conceitos referentes ao assunto pesquisado, já a busca pelas palavras atitude empreendedora

retornou 36 resultados. A consulta no catálogo de teses e dissertações CAPES³³ para o termo “atitude empreendedora” retornou apenas quatro resultados, já a busca com base nas palavras - atitude empreendedora, retornou 1441 resultados, que foram catalogados e estudados.

No intuito de buscar a maior quantidade possível de teses para estudo, procedeu-se a um rastreamento incluindo as palavras: atitude, atitude empreendedora, empreendedorismo, orientação empreendedora, comportamento empreendedor e outras que possibilitassem uma coleta mais extensa no sentido de se alcançar uma visão mais abrangente do item estudado nos trabalhos apresentados. Desta forma chegou-se a 72 teses que podem ser conferidas no Apêndice A.

Kitchenham (2004) destaca que as pesquisas iniciais de estudos primários podem ser realizadas inicialmente usando bancos de dados, mas isso não é suficiente, ou seja, outras fontes de evidência também devem ser pesquisadas, incluindo: listas de referência de estudos primários relevantes, artigos de revisão, revistas, literatura cinzenta (relatórios técnicos, trabalhos em andamento), anais de conferências, registros de pesquisa, material de pesquisadores do assunto e também dados da Internet.

Para validar as expressões do pesquisador responsável pela tese e apontá-las como sendo “atitudes empreendedoras” foram feitas citações referentes ao número da página onde as mesmas foram encontradas nas teses. As definições sobre o significado de “atitude empreendedora” foram buscadas em cada tese levando-se em consideração a opinião do autor do trabalho e sua visão sobre o sentido do uso da palavra/expressão traduzidos em uma breve expressão. Ou seja, caracterizou-se o ponto de vista do autor da tese sobre o termo em questão, com base na pesquisa apresentada.

(vi) Definição dos dados a serem extraídos de cada estudo primário

Cada tese escolhida para esse estudo compôs um quadro. O quadro foi configurado a partir do título da informação. Posteriormente, legendas ou subcategorias foram se posicionando de acordo com seu nível de hierarquia. O objetivo principal de um quadro é contribuir para a organização de conceitos, facilitando assim a memorização visual. Os quadros foram montados no seguinte modelo:

Título/Autor(a)/ Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras -Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
--	---------------------------------------	------------------------	--------------------	--	--

³³ <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>

1. As colunas Título/Autor(a)/Ano/Curso/Universidade – População estudada/Intervenção – Objetivos do estudo – Palavras-Chave, são dados encontrados nas teses selecionadas. São dados de referências do trabalho selecionado.
2. A coluna - Textos extraídos do original para subsídio aos comentários (a tese foi lida por esta pesquisadora, na sua totalidade) - traz partes da tese que representam a opinião do doutorando para o sentido de “atitudes empreendedoras” ou o como elas se manifestam, ou sua importância, ou o que representam em uma empresa, ou o que representam para a sociedade, ou o que trazem para o ensino ou como podem ser exercitadas.
3. A coluna – Comentários sobre os textos extraídos – é um resumo elaborado por esta pesquisadora, da leitura das opiniões dos doutorandos sobre o que lhes representam as atitudes empreendedoras por eles definidas em suas teses.

(vii) Diretrizes de síntese de dados

Todo trabalho científico pressupõe uma produção honesta do conhecimento associada a um incontestável rigor, observado na validade e confiabilidade do estudo no sentido de diminuir a incidência de erros e vieses do pesquisador. Daí a importância do levantamento de dados primários válidos e confiáveis e da sistematização desses dados.

O dado é um elemento puro, quantificável sobre um determinado evento. Dados são fatos, números, textos ou qualquer mídia que possa ser processada pelo computador.

O dado, por si só, não oferece embasamento para o entendimento da situação. A informação é o dado analisado e contextualizado, que envolve a interpretação de um conjunto de dados, ou seja, é a informação constituída por padrões, associações ou relações que todos aqueles dados acumulados podem proporcionar. Por exemplo, por meio da análise de pontos de equilíbrio no mercado pode-se obter informação acerca de quais produtos estão sendo vendidos e a frequência de tais operações. (REZENDE, 2005)

Campos (2004) e Franco (2008) afirmam que, partindo-se do pressuposto de que o conhecimento histórico seria constituído a partir de dados e o conhecimento racional, a partir de princípios, isso possibilita pensar a conversão entre o racional e o histórico, uma vez que qualquer saber pode ser convertido em um conjunto de dados e pode, portanto, tornar-se objeto de aprendizado. Nesse sentido, codificar é o processo em que os dados brutos são sistematicamente transformados em categorias que permitem posterior discussão precisa das características relevantes do conteúdo. A pesquisa deve, obrigatoriamente, proporcionar um olhar multifacetado para a totalidade dos dados recolhidos no período de coleta (corpus) dada

à pluralidade de significados atribuídos ao produtor de tais dados, ou seja, é a busca do sentido ou dos sentidos de um documento.

Desta forma, a conceituação cuidadosa dos referenciais apresentados e a estratégia escolhida para nortear esse projeto, ou seja, a apresentação de estruturas gráficas divididas em agrupamentos por nível de similaridade (Dendrograma) além da representação dos grupos por meio de nuvens de palavras no sentido de facilitar a visualização dos resultados contaram com a preciosa colaboração e supervisão direta da Profa. Dra. Solange Oliveira Rezende³⁴ e do Mestre e Doutorando Bruce Neves dos Santos³⁵. Sem a indispensável colaboração dos citados professores, pode-se afirmar que os dados encontrados seriam um amontoado de ocorrências em estado bruto sem possibilidade de transmitir informações. Embora o desenvolvimento deste método passe invariavelmente pela criatividade e pela capacidade do pesquisador qualitativo em lidar com situações hipotéticas e com possível viés de percepção, há que se considerar o acréscimo importante de dados estatísticos e avaliação na adoção de uma atitude crítica e emprego de técnicas de ruptura entendendo-se que, neste percurso, qualquer conhecimento é aproximado e sempre construído em conjunto.

5.3 ANÁLISE DESCRITIVA E EXPLORATÓRIA DE DADOS ACERCA DE ATITUDES EMPREENDEDORAS

Segundo Moore (2005); Morettin e Bussab (2011); Maindonald e Braun (2007), a análise descritiva e exploratória proporciona uma visão do comportamento geral do conjunto de dados em relação ao objetivo do estudo. Desta forma consegue-se um entendimento básico dos dados que permite também avaliar se existem empecilhos na realização de análises posteriores, dando margem ao pesquisador para realizar mudanças pertinentes evitando conclusões equivocadas. Variável é a característica de interesse que é medida em cada elemento da amostra ou população. Como o nome diz, seus valores variam de elemento para elemento. As variáveis podem ter valores numéricos ou não numéricos. Variáveis podem ser classificadas da seguinte forma:

³⁴ **Solange Oliveira Rezende** é Professora Doutora Associada da Universidade de São Paulo da área de Ciência da Computação, com ênfase em Metodologia e Técnicas da Computação - Inteligência Artificial, atuante nos temas relacionados com data mining, mineração de textos, mineração de dados, inteligência artificial e regras de associação.

³⁵ **Bruce Neves dos Santos** é Mestre em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e atualmente é aluno de doutorado no Programa Pós-Graduação em Ciências de Computação e Matemática Computacional (PPG-CCMC) na USP de São Carlos, na área de Ciência da Computação, com ênfase em Inteligência Artificial.

1. Quantitativas: características que podem ser medidas em uma escala, ou seja, valores numéricos. As variáveis quantitativas podem ser: (a) Discretas: características mensuráveis que podem assumir apenas um número finito ou infinito contável de valores e, assim, somente fazem sentido valores inteiros; (b) Contínuas: características mensuráveis que assumem valores em uma escala contínua (na reta real), para as quais valores fracionais fazem sentido.

2. Qualitativas: características que não possuem valores quantitativos, mas, ao contrário, são definidas por várias categorias, ou seja, representam uma classificação dos indivíduos. As variáveis qualitativas podem ser: (a) Nominiais: não existe ordem entre as categorias; (b) Ordinais: existe uma ordem entre as categorias.

A análise descritiva e exploratória de dados acerca de um banco de teses identifica palavras-chave ligadas ao tema - atitudes empreendedoras, a fim de apontar quais palavras foram usadas com maior frequência em relação a este tema para se chegar a uma definição geral sobre o que pensam os pesquisadores acerca do que acreditam ser “atitude empreendedora” de acordo com seus estudos. Dentre as possíveis formas de se visualizar as frequências das palavras, a nuvem de palavras se torna mais interessante, uma vez que a frequência é representada pelo tamanho da fonte da palavra, possibilitando uma visualização do todo.

Na ciência, a compreensão subjetiva na construção de reflexões também é válida enquanto complemento da mensuração operacional. Destarte, as palavras foram sucessivamente revisitadas em seu contexto para aprimorar a análise conferindo maior rigor aos resultados apresentados e possibilitando replicação por futuros pesquisadores.

Minayo (2012, p. 624) estabelece que a análise textual criteriosa do material qualitativo se apoia na compreensão e interpretação dos achados e qualquer tentativa de realizá-lo apenas tecnicamente pode não trazer os resultados desejados uma vez que é necessária uma leitura das homogeneidades e das diferenciações para que seja possível fazer comparações entre os conjuntos. A compreensão deve ser feita pela leitura atenta, aprofundada e impregnante dos dados de origem da pesquisa e, embora essa compreensão esteja imbuída da práxis do pesquisador, a autora aponta que “Por isso, nunca será uma obra acabada e suas conclusões devem se abrir para novas indagações”.

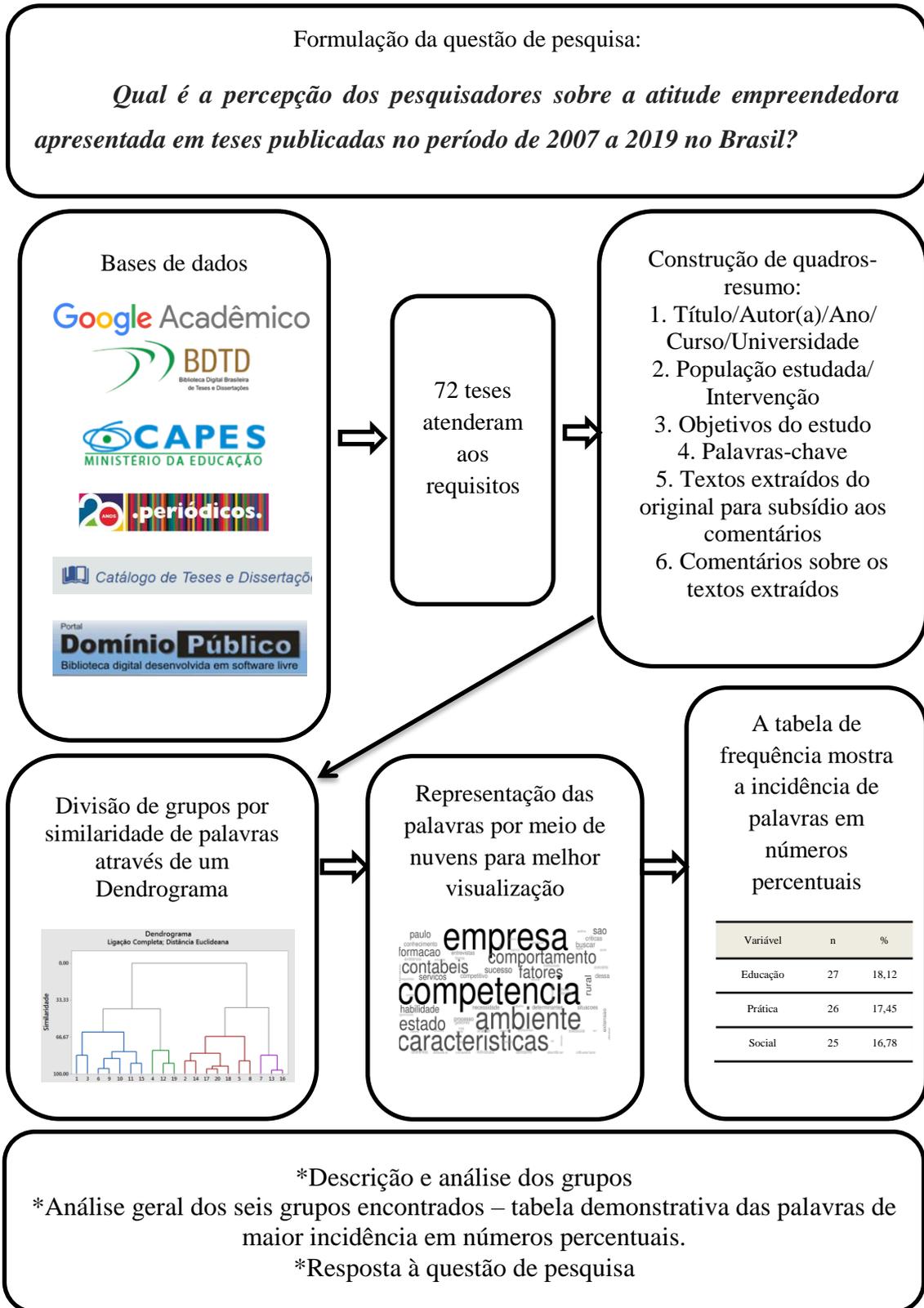
Para a sistematização dos dados desse estudo foram utilizados o Dendrograma, a Tabela de frequência e o gráfico de nuvens, descritos a seguir.

1. Dendrograma: é um tipo específico de diagrama que organiza determinados fatores e variáveis que têm, como resultado, uma análise descritiva exploratória de determinados dados. Emprega-se um método quantitativo que leva a agrupamentos e à sua ordenação hierárquica ascendente semelhante aos ramos de uma árvore que se vão subdividindo sucessivamente. O Dendrograma representa o arranjo de agrupamentos derivado da aplicação de um "algoritmo de clustering";
2. Tabela de frequência: mostra basicamente a quantidade de observações alocadas nas situações da variável ou a porcentagem relativa dessas observações a fim de observar quais palavras ligadas ao tema empreendedorismo são mais frequentes;
3. Gráfico de nuvem de palavras: consiste numa representação visual das frequências de termos ou palavras que aparecem num banco de dados. O tamanho das palavras é proporcional a sua frequência, assim, palavras com maior frequência aparecem em tamanhos maiores e palavras com menor frequência aparecem em tamanhos menores. Em uma visualização do tipo nuvem de palavras, cada palavra tem seu tamanho regido pela relevância em determinado corpus de texto. Geralmente se trata de contagem simples das ocorrências da palavra no texto.

Neste sentido, o foco é explorar os resultados obtidos com os agrupamentos e inferir sobre os dados produzidos de uma análise de conteúdo que, segundo Bauer (2008) é uma construção social que leva em conta alguma realidade, nesse caso o corpus de texto. Para o autor, os procedimentos semânticos dirigem seu foco para a relação entre os sinais e seu sentido normal: sentidos denotativos e conotativos em um texto. A semântica tem a ver com “o que é dito em um texto?”, os temas e avaliações. A coocorrência frequente de palavras dentro da mesma frase ou parágrafo é tomada como indicador de sentidos associativos. As características sintáticas e semânticas de um corpus de texto permitem ao pesquisador fazer conjecturas fundamentadas sobre fontes incertas.

A Figura 9 mostra um resumo da revisão sistemática adotada para o estudo sobre as atitudes empreendedoras presentes nas teses estudadas.

Figura 9 - Desenho da revisão sistemática das teses



Fonte: Elaboração própria (2020)

Os quadros 11, 12, 13, 14, 15 e 16, bem como as nuvens de palavras (figuras 12, 13, 14, 15, 16 e 17) e respectivas tabelas (Tabelas 3, 4, 5, 6, 7 e 8) podem ser consultados ao final desta seção (subitem 5.4) e representam os trabalhos agrupados por nível de similaridade, a demonstração de palavras em maior evidência encontradas, a análise dos resultados e a resposta à pergunta de pesquisa.

A Tabela 3 inclui os trabalhos denominados Grupo 0 e a similaridade entre eles aponta para a maior incidência das palavras: educação, prática e social que espelham a importância do conhecimento na formação de uma sociedade mais comprometida com a ética, com o meio ambiente e com o lado humanizador do trabalho social. A Tabela 4, que tem a inclusão dos trabalhos do Grupo 1, mostra as palavras inovação, universidade e capacidade com grande ênfase. São os estudos dirigidos a entidades empresariais, às políticas de inovação, à criação de spin-offs, ao desenvolvimento de novos produtos. A Tabela 5 mostra dois trabalhos do Grupo 2, similares em sua essência: é a orientação empreendedora na direção da prestação de serviços. A Tabela 6 reuniu dez trabalhos do Grupo 3, cuja similaridade é a abertura de empresas e oportunidades de negócios. A Tabela 7 conta com apenas um trabalho do Grupo 4 cuja relevância se explica na capacidade da melhoria dos processos empresariais através do treinamento intensivo dos seus gestores. A Tabela 8, com um único trabalho no Grupo 5, se ocupa do estudo da performance das indústrias têxteis de Curitiba. A Tabela 9 apresenta o conjunto de todas as palavras citadas para análise e resposta à pergunta de pesquisa.

5.4 METODOLOGIA PARA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DOS DADOS

A análise dos quadros foi dividida em três etapas, a primeira é referente ao pré-processamento e estruturação dos dados, a segunda etapa é a de extração de conhecimento e por fim a etapa de análise dos resultados.

Para utilizar um algoritmo de aprendizado de máquina como apoio ao processo de análise dos quadros coletados é necessário construir uma representação estruturada dos dados, sendo assim o primeiro passo é pré-processar e estruturar os textos. O modelo espaço-vetorial (SALTON, 1989) é muito utilizado para representar coleções de textos por ser um modelo de representação simples e intuitivo (AGGARWAL; ZHAI, 2012). O modelo espaço-vetorial pode ser representado por uma matriz atributo-valor, em que linhas representam os exemplos e as colunas representam os atributos (e.g. palavras, termos, frases, etc.) da coleção de textos e os valores das células representam a frequência em que o termo aparece naquele documento.

Quando os atributos dessa representação vetorial são palavras, ela recebe o nome de *Bag-of-Words* (BoW) ou saco de palavras. Nesse modelo, cada documento textual (os 72 quadros desta tese) é denominado um “exemplo”.

Para construção da BoW foram utilizadas todas as informações dos quadros, exceto o campo Autor(a)/Ano/Curso/Universidade, uma vez que esses dados não foram considerados relevantes para o processo nesta análise. Além disso, foram removidas as *stopwords*, que são palavras irrelevantes para o processo, como artigos, preposições e também as pontuações. Por fim foram removidas as palavras muito frequentes e as pouco frequentes. No caso das palavras pouco frequentes, elas ocorrem em um único quadro e por isso não são úteis para computar a similaridade, de forma semelhante, palavras que aparecem em todos os quadros ou em quase todos também não são úteis.

Os valores das células podem ser computados de várias formas. Neste trabalho foram explorados o *term frequency* (TF) e o *term frequency–inverse document frequency* (TF-IDF). Foram geradas duas BoW, uma usando o TF (BoW-TF) e a outra usando o TF-IDF (BoW-TF-IDF).

Para ilustrar esse processo, consideram-se as duas frases a seguir: f1 = “Com grandes poderes vem grandes responsabilidades.” e f2 = “É possível evidenciar uma grande atitude empreendedora.”.

Primeiro são removidas as *stopwords* e as pontuações:

- f1 = “grandes poderes vem grandes responsabilidades”
- f2 = “possível evidenciar grande atitude empreendedora”

Em seguida, é construída uma BoW-TF, que está ilustrada na Tabela 1. Por se tratar de um exemplo pequeno não foram removidas as palavras muito e pouco frequentes.

Tabela 1 - BoW-TF para as frases exemplo (f1 e f2)

	atitude	empreendedora	evidenciar	grande	grandes	poderes	possível	responsabilidades	vem
f1	0	0	0	0	2	1	0	1	1
f2	1	1	1	1	0	0	1	0	0

Fonte: Elaboração própria (2020)

A etapa de aprendizado foi dividida em sub-passos com base na ideia de consenso de agrupamento. O primeiro passo é aplicar os algoritmos de agrupamento nas representações geradas no passo anterior, variando os parâmetros desses algoritmos. O segundo passo é criar uma matriz de consenso com base nos grupos encontrados. O terceiro passo é transformar a matriz de consenso em uma rede complexa (também pode ser entendido como um grafo) e utilizar algoritmos para detecção de comunidades em redes complexas. Por fim é criada uma nova matriz de consenso e é feito o último agrupamento nessa matriz.

O primeiro passo tem como objetivo obter diferentes grupos com base nos diferentes parâmetros dos algoritmos de agrupamento combinados com as diferentes representações. Para isso foram usados dois algoritmos de aprendizado de máquina não supervisionado sendo eles:

- K-means é um algoritmo de agrupamento particional. Esse algoritmo divide um conjunto de instâncias em k grupos considerando medidas de similaridade. Primeiramente, um valor k deve ser definido. Desta forma, k centróides são alocados aleatoriamente no espaço amostral. Cada instância é então atribuída ao grupo cujo centróide é o mais próximo. Finalizado este processo, os centróides de cada grupo são reestimados, considerando que as instâncias foram corretamente associadas. Após a reestimação dos centróides, verifica-se se as instâncias ainda fazem parte dos grupos aos quais foram anteriormente alocados. O processo se repete até que nenhuma das instâncias mude de grupo, ou até que um número máximo de iterações seja atingido. Neste trabalho os valores de k variaram de 5 até 15. (BOTTOU; BENGIO, 1995)
- Agrupamento Hierárquico Aglomerativo: produzem agrupamentos resultantes da fusão de dois grupos em um, utilizando uma abordagem bottom-up. O processo é iniciado considerando que cada instância pertence a um grupo distinto. A cada

iteração, os dois grupos mais similares são unidos, de acordo com uma medida de similaridade que deve ser definida. O processo se repete até que um único grupo se forme, obtendo-se um Dendrograma. Dentre os algoritmos existentes foi escolhido para essa etapa o Ward-Link devido às suas características. Esse algoritmo tem como objetivo minimizar a variação intra-grupo e maximizar a variação entre-grupo; a distância entre dois grupos é dada pela soma das distâncias ao quadrado entre esses dois grupos. Já quando se está lidando com as matrizes de consenso é utilizado o algoritmo Average-Link, em que a proximidade entre dois grupos é dada pela média das similaridades entre todos os pares de exemplos, em que cada exemplo pertence a um grupo diferente. (ROKACH; MAIMON, 2005; WARD JR., 1963; SOKAL, 1958)

Esses algoritmos necessitam de uma medida de distância para computar uma matriz de distância. A medida de distância adotada neste trabalho foi a medida cosseno, sendo essa a mais indicada para textos. (TAN; STEINBACH, KUMAR, 2005; MANNING; SCHÜTZE; RAGHAVAN, 2008; AGGARWAL; ZHAI, 2012)

Devido à dificuldade de se definir quais dos algoritmos produziriam o melhor agrupamento, uma vez que a análise manual de cada grupo gerado por cada algoritmo e seus diferentes parâmetros é inviável, surgiu a necessidade da utilização de técnicas que realizam um consenso entre esses resultados. Dentre as técnicas existentes, optou-se pela matriz de consenso devido a sua complexidade menor que as outras técnicas.

Com isso, o segundo passo consiste na criação dessa matriz, que tem como finalidade indicar quantas vezes cada par de quadros esteve no mesmo grupo. Sendo assim, tanto as linhas quanto as colunas da matriz representam os quadros. (STREHL; GHOSH, 2002)

Na Tabela 2 está ilustrada uma matriz de consenso de k agrupamentos. Vale notar que os valores são divididos por k para ficarem entre 0 e 1.

Tabela 2 - Exemplo de uma matriz de consenso

	Quadro 1	Quadro 2	...	Quadro m
Quadro 1	-	3/k	...	6/k
Quadro 2	3/k	-	...	0/k
...
Quadro m	6/k	0/k	...	-

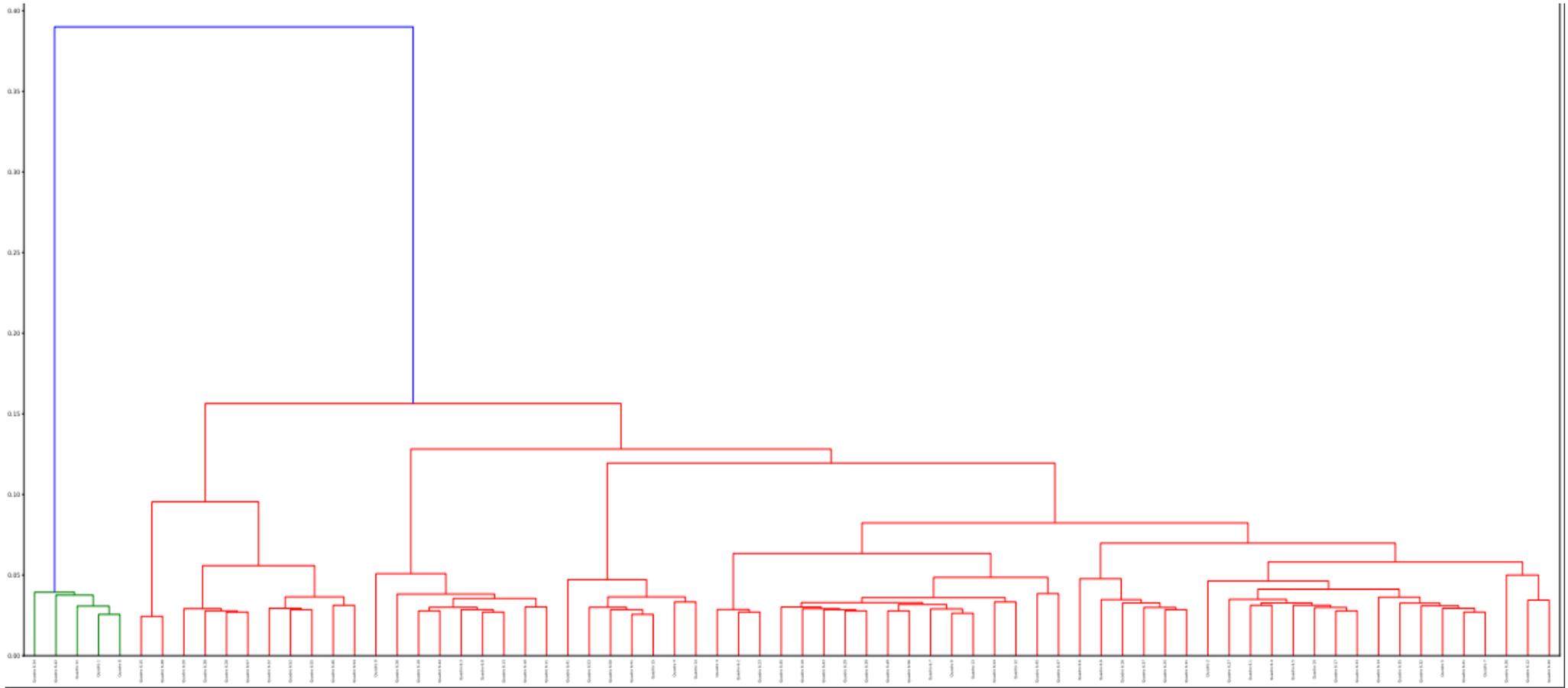
Fonte: Elaboração própria (2020)

Em outras palavras, se 2 quadros ficarem no mesmo grupo em todos os agrupamentos então o valor na matriz será 1, enquanto que se outros 2 quadros nunca ficaram no mesmo grupo o valor na matriz será 0.

É possível interpretar essa matriz como sendo uma matriz de similaridade, em que 2 quadros são muito similares se ficarem muitas vezes no mesmo grupo (valor próximo de 1) e pouco similares se ficarem poucas vezes no mesmo grupo (valor próximo de 0).

Seguindo as etapas para realizar o consenso entre os resultados, o próximo passo é converter essa matriz para uma matriz de distância e utilizar um algoritmo de agrupamento Average-Link para gerar um Dendrograma, que está ilustrado na Figura 10.

Figura 10 - Dendrograma 1 – Formação de grupos³⁶



Fonte: Elaboração própria (2020)

³⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=iqYE09_g3uc

É possível observar que não está bem definida a quantidade ideal de grupos neste Dendrograma (Figura 10), que são realizadas por meio de cortes, em outras palavras, remoção das linhas horizontais de cima para baixo. Por exemplo, se for removida a linha azul, tem-se 2 grupos, sendo um pequeno e outro muito grande, se depois disso for removida a linha vermelha mais alta, obtém-se ao todo 3 grupos, e assim sucessivamente.

Para lidar com isso, é possível utilizar a matriz de distância obtida anteriormente no lugar das BoW e repetir novamente o primeiro e o segundo passo da etapa de aprendizagem, até obter grupos bem definidos.

A fim de prover maior diversidade nos agrupamentos, evitando assim os vieses do k-means e do agrupamento hierárquico, optou-se por utilizar a matriz de consenso como sendo uma matriz de adjacência (uma forma de se representar redes complexas e também grafos) e aplicar algoritmos de detecção de comunidades, em outras palavras, algoritmos que buscam encontrar grupos em redes complexas. Dado que uma rede complexa é um conjunto de nós/vértices ligados por arestas, em que os nós representam os quadros e dois quadros são conectados por uma aresta, se eles estiverem no mesmo grupo ao menos uma vez, cada aresta possui um valor que é o mesmo valor da matriz de consenso.

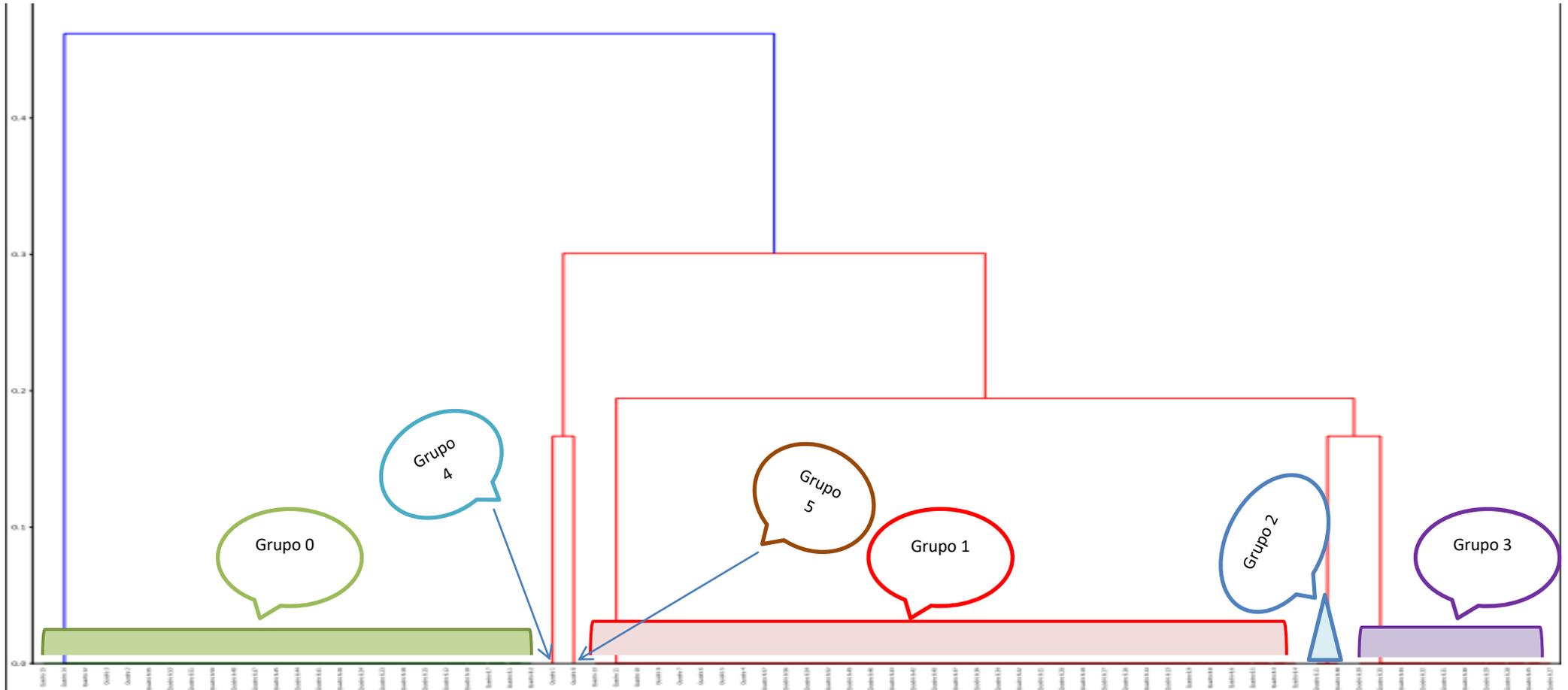
Sendo assim, o terceiro passo consiste em utilizar a matriz de consenso como entrada para os algoritmos de detecção de comunidades. Conforme descrito por Lancichinetti e Fortunato (2012) os algoritmos utilizados neste passo foram:

- Edge Betweenness: Este algoritmo de detecção de comunidade utiliza a medida Edge Betweenness, o qual dá uma pontuação para cada aresta, indicando a quantidade de vezes que essa aresta é utilizada como menor caminho entre 2 nós. A ideia central é remover as arestas com alto valor de Edge Betweenness, uma vez que a conexão entre dois grupos de nós se daria por meio dessas arestas. (NEWMAN; GIRVAN, 2004)
- Fast Greedy Modularity Optimization: É uma abordagem *bottom-up* pela qual, inicialmente, cada vértice é considerado uma comunidade e faz uso da modularidade, que mede a qualidade de cada uma das comunidades de uma rede. A ideia é unir comunidades de forma que isso melhore a modularidade. (CLAUSET; NEWMAN; MOORE, 2004)

- InfoMap Community Detection: Tem como objetivo diminuir a descrição de uma caminhada aleatória na rede fazendo reuso dos nomes de nós e dando um nome para cada comunidade, uma vez que é comum a caminhada ficar presa por mais tempo dentro de uma comunidade do que entre comunidades. (ROSVALL; BERGSTROM, 2008)
- Leading Eigenvector: O método principal do Eigenvector funciona calculando o autovetor da matriz de modularidade para o maior autovalor positivo e depois separa os vértices em duas comunidades com base no sinal do elemento correspondente no autovetor. Se todos os elementos no autovetor tiverem o mesmo sinal, significa que a rede não possui estrutura de comunidade subjacente. (NEWMAN, 2006)
- Multi-Level Modularity Optimization: É dividido em duas fases, na primeira fase cada vértice é considerado uma comunidade e, fazendo uso da modularidade, a ideia é unir comunidades de forma que isso melhore a modularidade. A segunda fase do algoritmo consiste em construir uma nova rede cujos vértices são agora as comunidades encontradas durante a primeira fase. Para isso, os pesos das arestas entre os novos vértices são computados pela soma do peso das arestas entre os vértices correspondentes nas duas comunidades. No caso de arestas entre os vértices da mesma comunidade é feita a soma dessas arestas e isso gera uma aresta que conecta a comunidade nela mesma. Após, a primeira fase é repetida nessa nova rede até que alcance a modularidade máxima. (BLONDEL *et al*, 2008)
- Walktrap: Realiza uma caminhada aleatória com a ideia de que a caminhada aleatória irá ficar presa em regiões densamente conectadas, o qual irá corresponder com a comunidade. (PONS; LATAPY, 2005)

Após executar esses algoritmos, entra-se no último passo em que as comunidades (grupos) encontradas são unidas na matriz de consenso e é usado o algoritmo de agrupamento Average-Link para gerar um Dendrograma, que está ilustrado na figura 11.

Figura 11 - Dendrograma 2 – Representação dos 6 grupos de estudo³⁷



Fonte: Elaboração própria (2020)

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xx1Ec6X1q3E&t=41s>

É possível observar que neste Dendograma (Figura 11) está mais fácil definir onde realizar os cortes, uma vez que quatro grupos são formados com o valor do eixo y em zero, ficando somente 2 quadros sem grupos, sendo que esses formarão um grupo quando o valor de y for acima de 0.15. Por isso optou-se por realizar o corte em 0.1, formando assim 6 grupos, sendo 2 grupos contendo somente 1 elemento e os demais grupos que foram formados no ponto 0 do eixo y.

Os experimentos realizados com os 72 trabalhos resultaram em seis grupos, denominados Grupo 0, Grupo 1, Grupo 2, Grupo 3, Grupo 4 e Grupo 5. Cada grupo é apresentado a seguir, com indicativos dos quadros pertencentes ao grupo, as palavras mais frequentes das nuvens de palavras e sua porcentagem em relação às menos frequentes que, embora menos citadas, complementam e reforçam a importância do estudo.

❖ **Descrição e análise do Grupo 0**

O grupo 0 (zero) foi formado pelos textos identificados: 6.1, 6.2, 6.7, 6.10, 6.12, 6.15, 6.18, 6.23, 6.24, 6.26, 6.41, 6.44, 6.45, 6.47, 6.48, 6.50, 6.51, 6.53, 6.55, 2, 3, 12, 14 e 15.

A nuvem de palavras representativas do grupo 0 (Figura 12) mostra que “**Educação**”, “**Prática**” e “**Social**” foram as mais citadas neste grupo. As palavras citadas remetem à descrição e analisam processos de ensino-aprendizagem em nível de empreendedorismo, seja na aprendizagem discente, seja na aprendizagem docente.

Os trabalhos, vários de doutorandos da área de educação, em sua maioria fazem referência à educação empreendedora e chamam a atenção para sua importância enquanto transformadora da sociedade, formadora de atitudes e comportamentos. Busca-se o desenvolvimento de modelos pedagógicos que possibilitem ao aluno um aprendizado motivador e crítico diante das injustiças sociais, que pratique proatividade e seja protagonista em sua vida, no desenvolvimento de valores, na busca pela autorrealização. Enfatiza-se a experiência do saber docente apontando caminhos para a emancipação humana e superação de dificuldades. Nota-se que a ênfase foi para “Educação Empreendedora”, termo presente em nove trabalhos, que acentuam questões importantes como a postura de professores empreendedores na formação de indivíduos éticos, proativos e dotados de atitudes empreendedoras; estimulando nos alunos, a capacidade de aprender a aprender, a colaboração comunitária, o enfrentamento de desafios, principalmente de ausência de infraestrutura adequada e a busca por alternativas. Alguns trabalhos ressaltam que, a partir do pressuposto de que a competência não é inata, é aprendida e constituída por conhecimentos, habilidades, atitudes e outras características pessoais, deve-se avaliar as Empresas Juniores neste contexto e também os projetos empreendedores que unem professores e alunos em estratégias didáticas que contribuem, inclusive, para melhorar a autoestima. Em todos os trabalhos percebe-se que ser empreendedor não é somente uma questão de acréscimo de conhecimentos, mas o desenvolvimento de valores, formas de percepção e entendimento de si mesmo e do mundo e é a escola espaço institucional por excelência, apto a contribuir com a integração do indivíduo na sociedade. De forma geral, os professores empreendedores são agentes de mudança, multiplicadores de iniciativas e de futuros profissionais diferenciados e cada professor pode ser o empreendedor de si. Cabe a eles, através do próprio desenvolvimento profissional, a contribuição para a emancipação humana e para o desenvolvimento da mentalidade e atitude empreendedoras com vistas aos fundamentos norteadores da pedagogia empreendedora desde os primeiros anos escolares até a formação do perfil empreendedor como prática social no ambiente universitário.

Algumas teses apontam para o fato de que muitos são os desafios que enfrentam as instituições de ensino no desenvolvimento de competências empreendedoras, desde o ambiente escolar no contexto das Empresas Juniores e até mesmo na integração às novas tecnologias da informação na intenção de gerar comportamentos, desempenhos e atitudes empreendedoras dentro da organização.

Outros trabalhos trazem questionamentos sobre o empreendedorismo enquanto retórica de precarização do trabalho e redução do trabalho docente à ação empreendedora por força das políticas públicas deficientes. Como a educação empreendedora, em seu significado mais abrangente, remete a um contexto profissional gerador de indivíduos aptos a terem sua própria empresa, essa condição deu margem a críticas no sentido de justificar a tendência empreendedora no ensino como uma via endossada pelo Estado e pela burguesia, onde prevalece o fato de o empreendedorismo ser uma saída para o desemprego do pobre. Dessa forma, alguns trabalhos indicam que o empreendedorismo representa uma face destrutiva da sociedade contemporânea que, em vez de amparar o trabalhador com políticas públicas na forma de solução ao desemprego, à pobreza e à destruição da natureza, constitui-se elemento necessário ao poder da burguesia onde prevalece o trabalho precário sob o domínio do capital. Nesse sentido, observou-se também críticas em relação à profissão docente que, conforme encontrado em alguns trabalhos, sofre um processo de desqualificação uma vez que a cultura empreendedora se impõe como plano de desenvolvimento da educação e vem sendo implementado pelo Governo Federal.

De modo geral, entendeu-se que as pesquisas apontadas nas teses sugerem que o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora traz um conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes empreendedoras, competência, possibilidade de mobilidade social e estímulo a comportamentos e decisões. A educação empreendedora envolve responsabilidade social, valores humanos e também atitudes de inconformismo e crítica, bem como a arte do “Ser, Saber e Fazer”, da atitude de ousadia, do pensar diferenciado, do aprendizado contínuo, do trabalho cooperativo, do planejamento e prática, comportamentos que tornam o empreendedor protagonista em sua vida profissional, social e pessoal.

Sobre o preconceito demonstrado em relação ao empreendedorismo, alguns trabalhos relatam a falta de informação sobre a abrangência do termo que, antes de tudo, envolve um conjunto de atitudes de transformação social. Nesse caso, o maior desafio é ensinar a domar as emoções gerando energia suficiente para agir de forma positiva diante de uma situação problema, colocando em prática as habilidades sociais que não se limitam a montar empresas, mas ao desenvolvimento do comportamento e atitudes empreendedoras que são, também, motivo de realização pessoal.

Corroborando com a questão da importância do ensino empreendedor no sentido de despertar atitudes e comportamentos que fortaleçam o indivíduo em sua vida pessoal

e social, reporta-se aqui os quatro pilares do conhecimento propostos por Delors (1998, p. 90): aprender a conhecer, isto é, adquirir os instrumentos da compreensão; aprender a fazer, para poder agir sobre o meio envolvente; aprender a viver juntos, a fim de participar e cooperar com os outros em todas as atividades humanas e finalmente aprender a ser, via essencial que integra as três precedentes.

Os trabalhos também apontam para a importância da prática social empreendedora, motivada e levada a termo, mesmo sem grandes recursos e investimentos materiais. É o empreendedorismo social em diversos contextos, na busca por novos produtos e processos no interesse do bem comum.

As práticas sociais inovativas de criação e renovação de forma empreendedora revelam o caráter dinâmico do empreendedorismo que coloca em prática as habilidades pessoais e a capacidade de gestão do próprio negócio, que é também motivo de realização pessoal. Alguns trabalhos acentuam que a principal motivação do empreendedorismo é encontrar caminhos que levem à superação das dificuldades, que envolvam visão, perspectivas, estratégias, habilidades, métodos e práticas, mesmo em situações de vulnerabilidade social, embora alguns estudos registrem que a prática empreendedora tanto pode ser voltada para inovação quanto para a precarização do trabalho. Todavia, destacam a importância de se compreender o empreendedorismo em sua abrangência, que ultrapassa os limites das empresas e os muros das universidades.

5.4.1 Demonstração do Quadro 11: trabalhos que compõem o Grupo 0

O **Quadro 11** mostra os trabalhos do Grupo 0, cuja similaridade se destaca para a palavra “**Educação**”, com maior porcentagem de frequência, a palavra “**Prática**” e a palavra “**Social**” que também são bastante citadas (conforme apontado na Tabela 3). Percebe-se que os trabalhos enfatizam a necessidade de um olhar mais específico para essas áreas. Dessa forma, entende-se que a educação empreendedora desenvolve no indivíduo maior capacidade de raciocínio, autonomia intelectual, pensamento crítico, iniciativa própria, atitudes empreendedoras, capacidade de visualização e resolução de problemas. Os trabalhos deste grupo atentam para a necessidade de uma discussão perene que avance para o entendimento do empreendedorismo enquanto fator de estímulo quer para moldar decisões sobre intenções empresariais, quer para desenvolver um aprendizado criativo e independente, com respeito aos fatores ambientais e à sociedade.

São perceptíveis no Quadro 11, algumas opiniões que apontam o empreendedorismo como ideia burguesa de salvação da deterioração das condições gerais de subsistência e precarização das relações de trabalho, plenamente justificadas pela falta ou descaso de políticas públicas. Percebe-se, entretanto, que os trabalhos inferem que, diante dessa carência de política públicas há uma necessidade urgente na transformação dos olhares através do estudo e que é preciso ver a atitude de estudar como meta na orientação reflexiva, na construção da autonomia, na ação comunicativa, na dinâmica do diálogo e no entendimento dos problemas sociais.

Quadro 11 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 0

	Título/Autor(a)/Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.1	Responsabilidade social das empresas e valores humanos: um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros Filipe Jorge Ribeiro de Almeida (2007) Administração/FGV	Gestores que frequentam atualmente cursos de pós- graduação em administração no Brasil. (Entrevista)	Como o sistema de valores e a orientação ética dos dirigentes empresariais influenciam a sua atitude perante a Responsabilidade Social das Empresas	Responsabilidade Social, Ética, Valores, Atitude, Compromisso	<p>“Os Valores Práticos reúnem as preferências individuais sobre a forma como a ação humana deve interferir no mundo. Estes valores são Práticos porque se manifestam em estilos de vida e em modos de estar perante o mundo e perante os outros – tais como a atitude empreendedora que valoriza a independência e a autodeterminação do espírito ou a atitude conservadora que valoriza a conformidade com normas sociais e o respeito pela tradição. A postura perante o risco, a predisposição para a transgressão ou a resistência à mudança são manifestações de Valores Práticos.” (p.112)</p> <p>“De fato, a atitude conservadora que prefere a estabilidade e a atitude empreendedora que defende a autonomia e a independência revelam formas opostas de encarar o mundo e a vida que inevitavelmente se refletem no estilo de liderança e de administração de negócios de cada dirigente empresarial.” (p.142)</p>	O autor refere atitude conservadora: (estabilidade) contrária à atitude empreendedora (defesa da autonomia, independência, autodeterminação, liderança).

continua

	Título/Autor(a)/Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.2	Vislumbrando o cuidado de enfermagem como prática social empreendedora Dirce Stein Backes (2008) Administração/FGV	Enfermeiros, Médicos, Odontólogos, Nutricionistas, Farmacêuticos, Psicólogos, Teólogos, Pedagogos, Gestores administrativos e Jovens integrantes da obra social. (Entrevistas)	Compreender o significado do cuidado de enfermagem como prática social empreendedora	Empreendedorismo social, Cuidado de enfermagem, Papel do Profissional de Enfermagem, Teoria sistêmica, Teoria da complexidade, Grounded Theory	“[...] atitude empreendedora a fim de despertarem e instigarem uma nova concepção de mundo e de sociedade”. (p.125) “Assumir uma atitude empreendedora face às contradições sociais emergentes, nessa direção, significa incrementar novas estratégias de intervenção social, por meio da formação, possibilitadas pela integração de uma visão sistêmica, paradoxal e empreendedora.” (p. 182) ”[...] é possível evidenciar uma grande atitude empreendedora, motivada e levada a termo, mesmo sem grandes recursos e investimentos materiais.” (p.197)	A autora refere atitude empreendedora ao incremento de novas estratégias, motivação.
6.7	Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores Silvana Neumann Martins (2010) Educação/PUC-RS	257 acadêmicos que cursaram a disciplina de Empreendedorismo no semestre A/2009 no Centro Universitário UNIVATES-RS (Questionário)	Investigar e identificar as características da educação empreendedora	Professores empreendedores, Educação Empreendedora, Ensino Superior, Estudantes.	“[...] empreender também tem a ver com postura, com liderança, com mudança, com atitude e, principalmente, com ação.” (p.29) “[...] postura de envolvimento, de ação, de liderança, enfim, uma postura empreendedora”. (p.47) “[...] formar indivíduos dotados de atitudes empreendedoras e mentes sedentas por planejar, criar e inovar”. (p.17) “No meu entendimento, a única maneira para adentrar nesse novo mundo é através de uma postura empreendedora, que significa, entre outras coisas, pensar diferente, aprender sempre, trabalhar cooperativamente, sonhar, inovar, planejar, criar e, principalmente, assumir riscos e acreditar que podemos, nós, professores empreendedores, ser os agentes multiplicadores de iniciativas e de futuros profissionais diferenciados.” (p.117)	A autora refere atitude empreendedora ao envolvimento, liderança, planejamento, ação, inovação, pensar diferente, sonhar, criar e assumir riscos.

continua

	Título/Autor(a)/Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.10	Competências empreendedoras: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudança. Ana Lucia Ferraresi Schmitz (2012) Engenharia e Gestão do Conhecimento/UFSC	Gestores de três Instituições de Ensino Superior, duas no Brasil e uma em Portugal. (revisão sistemática - entrevista)	Estabelecer o conjunto de competências empreendedoras requeridas dos gestores de Instituições de Ensino Superior.	Competências empreendedoras, Empreendedorismo, Gestores, Instituições de Ensino Superior.	“Adotou-se como conceito de competência empreendedora: “comportamento, habilidade e atitude de um indivíduo que, diante de situações críticas de trabalho, motiva-se à busca de soluções, que irão resultar em benefício institucional e satisfação da necessidade de realização do indivíduo”. Essas competências encontram suas bases não só nos aspectos psicossociais como também no conhecimento e capacidade cognitiva de cada um.” (p.73)	A autora refere atitude empreendedora a competência empreendedora: comportamento, habilidade diante de situações críticas.
6.12	Competências empreendedoras: integração das novas tecnologias da informação, comunicação e expressão à prática pedagógica do Professor. Ednalva Fernandes Costa De Moraes (2013) Educação/UNB	Professores da Universidade de Brasília. (Entrevistas)	Buscar a compreensão das possíveis influências das Novas Tecnologias da Informação, Comunicação e Expressão (NTICE), no desenvolvimento das competências empreendedoras nos estudantes do ensino superior.	Pedagogia do Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Competências Empreendedoras; Novas Tecnologias da Informação, Comunicação e Expressão (NTICE); World Café.	“[...] resolução de problemas conhecidos no cotidiano do aluno que permitam a estes e ao professor, o desenvolvimento das competências empreendedoras também conhecidas como conhecimento, habilidades e atitudes empreendedoras (CHA), capazes de prepará-los para sua vida individual, profissional e comunitária.” (p.19) “[...] estimulam ou influenciam o surgimento de determinados comportamentos e atitudes empreendedoras nos estudantes, tais como comprometimento; capacidade para aprender a aprender; correr riscos calculados; construir redes de colaboração ou cooperação; o gosto pela inovação; ser criativo; autônomo; ter responsabilidade social e política [...]” (p.204). “[...] atitude empreendedora da parte deles frente aos desafios de inovação e de adaptação à nova realidade e ao enfrentamento da ausência de infraestrutura adequada para o uso mais intenso e arrojado de objetos de aprendizagem, e que, portanto, eles têm a iniciativa de explorar o ambiente e buscar as alternativas possíveis.” (p.252)	A autora refere atitude empreendedora ao comprometimento, capacidade para aprender a aprender, correr riscos calculados.

continua

	Título/Autor(a)/Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.15	Construção de um modelo explicativo de intenção empreendedora para estudantes universitários. Antonia Marcia Rodrigues Sousa (2014) Administração de Empresas/Unifor	Instituições de ensino superior com média acima de três no Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade). (Questionário)	Analisar a influência dos fatores individuais e ambientais na intenção empreendedora de estudantes universitários na criação de empresas.	Empreendedorismo. Intenção empreendedora. Criação de empresa.	“[...] os resultados positivos ou negativos oriundos da percepção do indivíduo em relação às suas conquistas medeiam a intenção empreendedora, que deriva de uma complexa interação dos fatores ambientais com seus antecedentes psicossociais, em complemento com uma gama de outros elementos que contribuem para a formação e atitude empreendedora do indivíduo em distintas condições.” (p.75) “Os comportamentos gerados pelas características demográficas, psicológicas e contextuais, que atuam como agentes sociais dos antecedentes pessoais influenciam as atitudes e a imagem do empreendedor, como também o contexto social, e apresentam viabilidades e potencialidades para iniciativas empresariais espontâneas. Essas interações refletem a formação da convicção empreendedora do indivíduo e moldam as decisões sobre a intenção de se tornar empreendedor”. (p.67-68) “[...] as convicções, percepções e suposições são apreendidas no cerne de um determinado ambiente, no qual as atitudes e percepções predizem as intenções e influenciam o comportamento do indivíduo”. (p.75)	O autor refere atitude empreendedora como atitude para empreender?
6.18	As competências dos empreendedores solidários: estudo com catadores em cooperativas de coleta e tratamento de resíduos sólidos em São Bernardo do Campo Silvia Gattai (2014) Administração/USP	Participantes de cooperativas de coleta e tratamentos de resíduos sólido do Projeto de Implantação da Incubadora de Empreendimentos Solidários de São Bernardo do Campo. (estudo de caso e entrevistas)	Identificação e delineamento do perfil de competências requerido desses empreendedores	n/consta	“[...] a competência é fruto da capacidade do indivíduo de articular, mobilizar todos estes recursos internos a ele, frutos de sua história, para gerar comportamentos e desempenhos, dentro da organização, que agreguem valor a seu trabalho, à área onde trabalha e à organização como um todo.” (pp.15-16) “[...] as responsabilidades e poderes na organização e as habilidades e atitudes para atuar de forma adequada dentro desse ambiente empresarial.” (p.16) “A dinâmica proporcionou momentos de reflexão e conhecimento, os fez perceberem que precisamos pensar muito antes de tomar alguma decisão, onde envolva o próximo e agir com atitude sempre.” (p.218) “[...] conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que o indivíduo possui e que consegue mobilizar frente às situações de trabalho, apresentando comportamentos e decisões que contribuem para a solução de problemas e encaminhamento das situações de forma correta [...]” (p.41)	A autora refere atitude empreendedora como atuar de forma adequada dentro do ambiente empresarial, mobilização frente às situações de trabalho, decisões para solução de problemas.

continua

	Título/Autor(a)/Ano/ Curso/Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.23	Empreendedor Social: Entre a Educação Formal, Informal e Não Formal. Lucimar Da Silva Itelvino (2015) Educação/ UNINOVE	59 histórias de vida de empreendedores sociais, publicadas no período de 2005 a 2013 pelo jornal Folha de S.Paulo (Entrevistas)	Identificar o desenvolvimento do processo de formação do empreendedor social	Empreendedorismo; Empreendedorismo social; Formação; Formal; Não formal; Informal.	“Destaca-se também que o seu grande sonho, a transformação da realidade social, concretiza-se ao assumir uma atitude de inconformismo e crítica diante da injustiça social.” (p.46) “[...] sentir-se motivado para esta prática empreendedora é de extrema importância, pois é o combustível que gera energia suficiente para ‘o agir’ diante de uma situação problema identificada no social e colocar em prática um conjunto de atitudes de transformação social.” (p.134)	A autora refere atitude empreendedor a a atitude de inconformismo e crítica, saber agir diante de uma situação problema.
6.24	Concepções de trabalho e profissionalização docente: sua redução à ação empreendedora Elizabeth Gottschalg Raimann (2015) Educação/UFU	Todas as categorias de trabalho e profissionalização docente e empreendedorismo (Análise de documentos/ Entrevistas)	Problematizar o trabalho docente e o novo perfil de professores exigido para atuar na sociedade e economia do conhecimento.	Trabalho docente. Profissionalização docente. Empreendedorismo	“O contexto institucional me levava a desenvolver atitudes empreendedoras, “vestir a camisa da IES”, doar meu tempo e conhecimento à instituição. Essa realidade me levou a entrar em crise, ao adoecimento.” “[...] desenvolvi um comportamento empreendedor, passei a ser “empreendedora de mim.” (p.252) “[...] compreender o empreendedorismo e a ação empreendedora para além das aparências, de forma crítica. Sendo assim, hoje, quanto a esse fenômeno, é preciso não se deixar seduzir por esse discurso, como um “canto da sereia”, mas ficar atenta, pois antes o “canto” era sedutor.” (p.253) “As leituras realizadas me permitiram observar e criticar também a realidade do meu local de trabalho. A cultura da performatividade invadiu o espaço da UFG, levando cada professor a também ser um “empreendedor de si”, ao buscar melhorar o seu currículo Lattes para disputar internamente as bolsas de iniciação científica do CNPq, como PIBID, PIBIC, e outras bolsas como Pró-Licenciatura (PROLICEN), de extensão e, externamente, os melhores editais das agências de fomento etc.”. (p.258)	A autora refere atitude empreendedor a como atuar de forma adequada dentro do ambiente empresarial, mobilização frente às situações de trabalho, decisões para solução de problemas.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/ Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.26	Competências empreendedoras: avaliação no contexto de empresas juniores brasileiras. Elziane Bouzada Dias Campos (2015) Psicologia/UnB	Empresários juniores de todo o país. (abordagem quali/quantitativa multimétodo)	Avaliar o desenvolvimento de competências empreendedoras no contexto de Empresas Juniores brasileiras.	Educação Empreendedora; Desenvolvimento Empreendedor; Aprendizagem Vivencial	<p>“[...] os fatores proximais referem-se às características individuais do empreendedor, como a sua experiência, motivações e, em especial, as suas competências, ou seja, a mobilização que o indivíduo faz de seus conhecimentos, habilidades e atitudes em prol de um resultado desejado.” (p.15)</p> <p>“[...] atributos da ação humana e de seus resultados; é constituída por conhecimentos, habilidades e atitudes; caracteriza o desempenho bem sucedido ou excelente; gera resultados palpáveis; e pode ser avaliada por outras pessoas, de modo que se não for expressa pelo indivíduo e observada por outras pessoas, não é considerada competência.” (p.23)</p> <p>“[...] focado em atributos ou requisitos do trabalho e/ou do indivíduo, sob a forma de conhecimentos, habilidades, atitudes ou capacidades, desempenhos e resultados em contextos específicos de trabalho ou atuação profissional.” (p.28)</p> <p>“[...] a competência, como construto, refere-se a atributos da ação humana e de seus resultados; não é inata, é aprendida; é constituída por conhecimentos, habilidades e atitudes e outras características pessoais; caracteriza o desempenho bem sucedido ou excelente; gera resultados palpáveis; pode ser avaliada por outras pessoas; depende de fatores contextuais do ambiente de trabalho e varia de acordo com a situação; e a sua aprendizagem, desenvolvimento e manifestação estão relacionados às demandas, variações e incertezas inerentes ao mundo do trabalho.” (p.37)</p> <p>“[...] este estudo define competências empreendedoras como a mobilização e expressão de conhecimentos, habilidades e atitudes que possibilita ao indivíduo identificar uma oportunidade, executar uma visão, inovar e alcançar seus objetivos e resultados favoráveis para o empreendimento.” (p.58)</p> <p>“[...] habilidades e atitudes que o capacitam a enfrentar riscos ligados ao negócio.” (p.64)</p>	A autora refere atitude empreendedora a identificar uma oportunidade, executar uma visão, inovar e alcançar seus objetivos e resultados favoráveis para o empreendimento.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/ Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.41	O saber empreendedor docente: a experiência do projeto despertar-parceria SEBRAE-RN / SEEC-RN Antonio Carlos Teixeira Liberato (2016) Educação/UFRN	Projeto Despertar, origem, concepção, fundamentação teórico-metodológica e parceria com a Secretaria de Educação do RN. (Entrevista compreensiva)	Analisar as possíveis contribuições do empreendedorismo para o desenvolvimento profissional docente e para a educação escolar.	Empreendedorismo, Saber docente, Educação, Dimensões: pessoal, pedagógica e sociopolítica	“[...] tal proposta configura-se como um componente inovador [...] oportunizando aos estudantes das escolas públicas o desenvolvimento de novas competências, dentre elas, [...] identificação de oportunidades, agir em cooperação com outros, conhecimento sobre o mundo do trabalho, capacidade para acreditar em si, superar desafios e desenvolvimento da visão de futuro. [...] as estratégias didáticas contribuem de forma significativa para a melhoria da autoestima, resgatando no jovem o interesse pela aula e, conseqüentemente, pela escola. [...] os alunos, ao concluírem o Projeto tornam-se mais proativos e passam a desenvolver novas atitudes, dentre elas: acreditar mais em si, ser persistente, não desistir diante de desafios, identificar oportunidades, projetar metas, planejando-se para realizá-las.” (p.92)	O autor refere atitude empreendedora a acreditar mais em si, ser persistente, não desistir diante de desafios, identificar oportunidades, projetar metas, planejando-se para realizá-las.
6.44	Potencialidades e desafios do M-learning para o desenvolvimento de competências empreendedoras de microempreendedores individuais Juliana Vitória Vieira Mattiello da Silva (2017) Administração/ UNISINOS	206 empreendedores individuais (Aplicação de um método de capacitação/avaliação da aprendizagem)	Analisar as potencialidades e os desafios M-learning para o desenvolvimento de competências empreendedoras de microempreendedores individuais.	Aprendizagem com mobilidade, Competências empreendedoras, Empreendedores individuais, Aprendizagem situada, Pedagogia da autonomia.	“[...] com base na revisão da literatura realizada, aponta-se que competências empreendedoras envolvem um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes. Este conjunto, quando desenvolvido e colocado em ação pelo indivíduo, de forma integrada e inter-relacionada com seu contexto de trabalho, permite que ele crie um novo empreendimento ou contribua para o crescimento e sucesso de seu negócio.” (p.36)	A autora refere atitude empreendedora a ação do indivíduo, de forma integrada e inter-relacionada com seu contexto de trabalho, na criação um novo empreendimento.

continua

	Título/ Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.45	O empreendedorismo social no contexto rural: um estudo em organizações do interior da Paraíba. Heltonn Winicius Patricio Maciel (2017) Administração/ UFPB	Líderes das entidades locais, agentes dos subprojetos e a diretoria operacional do Cooperar e as famílias beneficiadas. (Paraíba) (Entrevista narrativa)	Analisar o Empreendedorismo Social no Contexto Rural em organizações do interior da Paraíba.	Empreendedorismo. Empreendedorismo social. Empreendedorismo solidário. Empreendedorismo rural. Cidadania.	“[...] perfil empreendedor como diferenciais no mercado, seja na ação daqueles que possuem negócios próprios ou na atitude empreendedora dos funcionários das empresas.” (p.34) “[...] tradição rural da preservação e proteção das famílias das comunidades auxilia na mudança de pensamento e de atitude para uma real autonomia dessas comunidades.” (p.193) “[...] as mulheres não sabiam dizer, apesar de demonstrarem em suas práticas a sua potencialidade de observar o mercado, buscar investir em novos produtos, novos processos, aproveitar as oportunidades que surgem e preservar o bem comum da comunidade.” (p. 90)	O autor refere atitude empreendedora a autonomia.

continua

	Título/ Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras Chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.47	Empreendedorismo como prática: um estudo em organizações produtoras de cachaça artesanal. Alex Fernando Borges (2017) Administração UFLA	Quatro empresas do setor de produção de cachaça artesanal situadas no estado de Minas Gerais. Estudo de caso/ Entrevistas	Compreender a construção de práticas empreendedoras em organizações produtoras de cachaça artesanal	Empreendedorismo. Teoria da Prática. Processo Empreendedor. Práticas Empreendedoras. Entrepreneurning	<p>“As práticas empreendedoras emergem, neste contexto, como sendo socialmente e contextualmente situadas e circunscritas ao domínio de ação do(s) praticante(s) empreendedor(es) e de sua organização, [...] e que se traduzem em um desvelamento de variadas práticas inovativas de criação e renovação de organizações. A atuação [...] surge como a ação empreendedora e o ato de empreender na prática, envolvendo rotinas de compreender, conhecer, agir, fazer, e empreender empreendedorismo.” (p.2).</p> <p>“[...] com base nessas práticas que o empreendedor, agora configurando-se como um praticante, fundamenta a sua prática, que consiste [...] no conjunto de atividades, episódios e situações que permitem a materialização de seus negócios, empresas, inovações [...] um agente que executa o ato de empreender em suas atividades cotidianas, construindo e reconstruindo práticas empreendedoras através de seu quadro cognitivo, de suas ideias, motivações, inspirações, intuições, improviso, de seu quadro de referências e de sua formação, de sua criatividade, mas, acima de tudo, de sua ação.</p> <p>[...] a prática e o agir de forma empreendedora, revela o caráter dinâmico, temporal, transitório, provisório e mutável do empreendedorismo e de todo o conjunto de práticas empreendedoras que corroboram para a construção e reconstrução de organizações. “ (p.61).</p> <p>“O ato de empreender, como consequência, pode ser visto e interpretado como a ação empreendedora na prática, em um movimento dinâmico e coletivo de criação e renovação de organizações.” (p.59)</p>	O autor refere atitude empreendedora ao movimento dinâmico e coletivo de criação e renovação de organizações

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.48	Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários: revisão de literatura e estudos empíricos. Aleciane Da Silva Moreira Ferreira (2017) Administração/ UFBA	424 respon- den- tes de uma universi- dade pública do nordeste do Brasil. (Entrevistas narrativas)	Analisar os antecedentes individuais e contextuais da intenção e da ação empreendedora entre estudantes universitários.	Empreendedo- rismo; Intenção empreendedora; Universitários; Antecedentes individuais e contextuais.	“Intenção empreendedora é um estado de espírito, em que a atenção do indivíduo está dirigida à criação de uma empresa.” (p.81) “A principal motivação para a carreira empreendedora entre os dois grupos é a gerencial, ou seja, colocar em prática as habilidades pessoais e capacidades de gerir o próprio negócio, que é também um motivo de realização pessoal [...]” (p. 125) “O estudo 3 reafirmou o poder preditivo das atitudes empreendedoras positivas na intenção de empreender dos estudantes. Também revelou que estudantes que se percebem mais competentes apresentam maior atratividade pela carreira empreendedora do que os que se percebem menos competentes, talvez por acreditarem mais em suas capacidades e serem autoconfiantes.” (p. 126)	A autora refere atitude empreendedora a intenção de empreender dos estudantes.
6.50	Emancipação humana, pela via da escola, na sociedade de produção flexível: educação socialista e educação empreendedora. Aleir Ferraz Tenório (2017) Educação/ UEM	A educação empreen- dedora que adentra ao campo educacio- nal como modo de organiza- ção do fazer pedagógico . (Investiga- ção teórica)	Investigar os fundamentos norteadores da Pedagogia Empreendedo- ra em contraposição aos fundamentos de uma proposta socialista de educação.	Educação; Educação Escolar; Materialismo Histórico e Dialético; Educação Empreendedora; Pedagogia Histórico- Crítica; Emancipação Humana.	“[...] os empreendedores são vistos e compreendidos como ganhadores que se dispõem a riscos financeiros, psicológicos e sociais.” (p.20) “Sem desprezar, segundo os seus defensores, os conteúdos científicos necessários, o trabalho da educação empreendedora é permeado por metodologias de ensino que favorecem a formação de atitudes e valores com vistas a estimulação de espíritos destemidos.” (p.103) “[...] a educação empreendedora conclama a escola, de modo geral, a continuar se constituindo como espaço institucional apto a contribuir à integração econômica da sociedade, adaptando-se à prática mercantilista do mercado.” “[...] Baseia sua metodologia na propagação de características dos empreendedores de sucesso e na introjeção massificante de valores, atitudes e comportamentos necessários à conversão de trabalhadores em empreendedores.” (p.174) “Perfil de um empregado que se ajusta às necessidades da empresa, flexível e empreendedor, tanto no serviço informal quanto na ocupação formal.” (p.185) “[...] a educação empreendedora se contrapõe de modo significativo ao projeto educativo socialista, em termos de possibilidade de emancipação humana.” (p.193)	A autora refere atitude empreendedora a disposição para riscos

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.51	A educação empreendedora no contexto da educação profissional: um estudo no Brasil e na Escócia. Adriano Stadler (2017) Administração e Turismo/ UNIVALE	Duas instituições de ensino brasileiras e duas escocesas. (Entrevistas)	Analisar, no contexto da educação profissional do Brasil e da Escócia, como a educação empreendedora está incorporada na carreira empreendedora.	Educação Empreendedora. Educação Profissional. Análise Fenomenológica Interpretativa.	“[...] é necessário considerar os caminhos que possam levar à superação das dificuldades, notadamente em termos de atuação das instituições de ensino, o que envolve visão, perspectivas, estratégias, métodos, práticas [...].” (p.15) “[...] o desafio é ensinar as emoções para empreender, nisso a criação de risco é desafiadora. Assim, o contexto social é uma forma de gerar este tipo de conhecimento e habilidade.” (p.87)	O autor refere atitude empreendedora a visão, perspectivas, estratégias, métodos, práticas.
6.53	Empreender como uma forma de ser, saber e fazer: o desenvolvimento da mentalidade e do comportamento empreendedores por meio da educação empreendedora. Ricardo Schaefer (2018) Administração/ UFSM	Docentes e discentes do Projeto de Pesquisa GPECOM Gestão Empreendedora e Comportamento Humano nas Organizações) - alunos de graduação da UFSM (Entrevistas)	Analisar o desenvolvimento da mentalidade e do comportamento empreendedores em alunos e professores de graduação de uma instituição privada de ensino superior, por meio da educação empreendedora voltada para o empreender como uma forma de ser, saber e fazer.	Educação empreendedora Aprendizagem empreendedora Mentalidade empreendedor Comportamento empreendedor. Ser empreendedor	“As diferentes características da educação tradicional e da educação empreendedora têm gerado a necessidade de se desenvolverem modelos pedagógicos apropriados à formação empreendedora, compatíveis com as habilidades e as atitudes próprias do comportamento empreendedor.” (p.49) “Ser empreendedor” não é somente uma questão de acúmulo ou domínio de conhecimentos, mas o desenvolvimento de valores, modos de percepção e entendimento de si mesmo e do mundo, atitudes e consequentemente comportamentos, voltados à capacidade de inovar, de ter iniciativa, de organizar e reorganizar recursos sociais e econômicos, de conviver com a incerteza, de aceitar o risco ou o fracasso e perseverar. Buscando compreender esses elementos que compõem e definem a natureza empreendedora de um indivíduo empreendedor, [...] empreendedorismo como uma forma de ser, [...] sua mentalidade e seu comportamento.” (p.69)	O autor refere atitude empreendedora a comportamentos voltados à capacidade de inovar, de ter iniciativa, de conviver com a incerteza, de aceitar o risco ou o fracasso e perseverar

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.55	Atitude de estudar como prática social no ambiente universitário: realidade empírica e concreta de graduandos Antônio Neto Ferreira dos Santos (2018) Educação/UFU	Graduandos da Universidade Federal de Uberlândia/MG (Questionário/ Entrevistas)	A pesquisa enfocou a experiência de graduandos da Universidade Federal de Uberlândia (MG) cuja situação era de desempenho estudantil insatisfatório.	Realidade universitária; atitude de estudar; trabalho discente.	“[...] trabalho estudantil, atitude científica constituinte da atitude de estudar na universidade: elementos determinantes de êxito e risco acadêmico.” (p.23) “[...] requer um conjunto de atributos individuais — mas presumíveis na coletividade — em que são marcantes a atitude crítica e a compreensão crítica quanto ao sentido de estar e estudar na universidade.” (p.25) “Transformar a atitude de estudar como meta na orientação reflexiva é ação fundada em compromissos éticos e políticos, na construção da autonomia, na ação comunicativa, na dinâmica do diálogo, no surgimento de problemáticas, na reflexão pelos estudantes e com eles.” (p.49)	O autor refere atitude empreendedora a atitude crítica e a compreensão crítica.
2	Políticas públicas e trabalho precário: a retórica da autonomia empreendedora e a permanência do desemprego Vanessa Dias de Oliveira (2017) Geografia/UFS	Entrevistas com gestores municipais, e questionários na Cooperativa dos Agentes de Reciclagem de Aracaju.	Desvelar o papel das políticas públicas de “emprego” trabalho e renda, através do PROGER (Programa de Geração de Emprego e Renda-Urbano).	Estado x Trabalho; Políticas de mercado de trabalho; Empreendedorismo; Precariedade; PROGER-Urbano.	“O sistema de valores do mundo burguês vai assim sedimentando a ideia de um mundo de gente livre, de atitude e espírito empreendedor: como salvação na selva meritocrática do mercado de trabalho”. (p.167).	A autora refere atitude empreendedora a autonomia empreendedora onde prevalece o poder de autossustentação do capital sobre o trabalho precário.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
3	Análise de fatores que influenciam o aprendizado empreendedor de mulheres em situação de vulnerabilidade social Manoel Do Nascimento Filho (2017) Engenharia de Produção/ UFRGS	Levantamento bibliográfico, entrevistas entre gestores, especialistas e mulheres que foram capacitadas e se tornaram empreendedoras	Analisar fatores que influenciam o desenvolvimento do aprendizado empreendedor em mulheres em situação de vulnerabilidade social	Fatores facilitadores. Barreiras. Práticas pedagógicas. Aprendizado empreendedor. Vulnerabilidade social feminina.	“A proposição de diretrizes para elaboração de um programa de capacitação que possibilite aprendizagem com MSVS (mulheres em situação de vulnerabilidade social) carece de estudos e reflexões sobre o tema, sendo que para a proposição dessas diretrizes, optou-se pela criação de fases, que compreendam o desenvolvimento de habilidades e competências, pois programas de desenvolvimento empreendedor com mulheres geram impactos que resultam em alterações na condição de vida individual, ou de um grupo, que produz mudanças nas atitudes, comportamentos e opiniões”. (p.195).	O autor refere atitude empreendedora à comparação com mudança de comportamentos e opiniões.
12	Para além da inovação e do empreendedorismo no capitalismo Brasileiro Janaynna De Moura Ferraz (2019) Administração/ UFMG	Análise e discussão da prática empreendedora a partir de sua formação histórica para evidenciar como a prática empreendedora tanto pode ser voltada para inovação quanto para a precarização do trabalho.	Discorrer acerca das justificativas burguesas para a prática empreendedora, demonstrando que não se tratam de meios para redução da miséria, tratam-se, ao revés, de meios para expansão do capital.	Crítica da economia política; Empreendedorismo precarizado; inovação; Luta de classes; Prática empreendedora.	“Assim, um dos temas mais recorrentes nos estudos sobre empreendedorismo é o comportamento empreendedor. Isto poderia ser explicado como o conjunto de habilidades e competências necessárias para a atividade empreendedora, sendo possível, inclusive, conforme previsto na literatura, aprendê-las, visto que qualquer pessoa, ainda que não nasça com o “dom”, se se esforçar pode desenvolvê-lo.” (p.69) “O que se pode ver atualmente é uma deterioração das condições gerais de subsistência, isto é, pauperização, precarização das relações de trabalho... Já paralelamente há a disseminação do empreendedorismo como caminho para “criar” uma sociedade melhor e mais inovadora”. (p.195)	A autora refere atitude empreendedora a ousadia, competência e uma possibilidade de mobilidade social, que se sabe, é apenas uma cesta de consumo reforçada pelos ideólogos do capital.

continua

	Título/Autor(a)/Ano/Curso/Universidade	População estudada/Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
14	Educação empreendedora: contribuições para a formação do perfil empreendedor de alunos da enfermagem Helcimara Affonso de Souza (2019) Enfermagem Psiquiátrica/ USP-RP	Análises qualitativas, categorização e enunciação, resultantes de processo de leitura flutuante. (alunos ingressantes e concluintes de três cursos de enfermagem - um público e dois privados)	Contribuir para a formação empreendedora de alunos da saúde, buscando descrever suas características comportamentais empreendedoras.	Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Educação empreendedora. Empreendedorismo na saúde. Enfermagem.	“... atributos inerentes ao profissional de sucesso e sua visão de mundo, possuidor de uma atitude proativa e ética, capaz de ler, interpretar e trabalhar as demandas e necessidades sociais e mercadológicas latentes, na incansável busca pelo aprimoramento de seu expertise, estar receptivo à novas oportunidades e crer que a inovação, a persistência e o comprometimento são as alavancas motivadoras desta engrenagem”. (p.81) “... a palavra empreendedorismo vai bem além dessa ideia, a atitude empreendedora envolve o desenvolvimento de potencialidades fundamentais em um âmbito maior que o saber técnico científico, buscando na autorrealização, a valorização do ser e da coletividade”. (p.131)	A autora refere atitude empreendedora ao pensamento criativo, senso crítico e o estímulo a autoestima, responsáveis pela geração de inovações.
15	Desenvolvimento da educação em empreendedorismo no Brasil: um estudo de múltiplos casos. Eduardo Vimercati de Sá (2019) Administração/ UNINOVE	Múltiplos métodos de coleta de dados (entrevistas e pesquisa documental nas instituições: PUC-RJ; UNIFEI-Itajubá-MG e SENAC-SP).	Identificar e destacar as boas práticas realizadas por instituições de ensino superior brasileiras em programas voltados para a educação em empreendedorismo.	Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Educação empreendedora. Empreendedorismo na saúde. Enfermagem.	“... é destacada a importância em desenvolver comportamento empreendedor para a nova condição da EE (Educação Empreendedora), pois é esse tipo de comportamento que possibilitará ao aluno ter atitudes proativas e protagonistas em sua vida profissional e pessoal”. (p.88) “... preconceito demonstrado em relação ao empreendedorismo, ou mesmo a falta de informação sobre sua abrangência, que não se limita a montar empresas, mas ao desenvolvimento do comportamento e atitudes empreendedoras”. (p.141)	O autor refere atitude empreendedora a mudança de comportamento no sentido de busca a melhores condições na vida pessoal e social.

Fonte: Elaboração própria (2020)

Tabela 4 - Palavras mais citadas em 34 trabalhos que compõem o grupo 1

Variável	n	%	
Inovação	32	19,28	} 50,61
Universidade	27	16,27	
Capacidade	25	15,06	
Empresa	23	13,85	
Criatividade	21	12,65	
Negócio	20	12,05	
Orientação	18	10,84	
	166	100,00	

Fonte: Elaboração própria (2020)

A análise dos trabalhos mostra que a inovação é fruto da criatividade e atitude empreendedora na construção de novos caminhos ou diferentes estratégias para se atingir determinado objetivo. Dessa forma, a busca por novos padrões de desenvolvimento tem sido uma constante, principalmente através da educação superior, na criação de desafios temáticos e ambientes de interação, que possibilitam ao aluno crescimento pessoal, incentivo à proatividade e agressividade competitiva para que ele se torne protagonista de sua própria história.

A capacidade impulsiona a atitude empreendedora e representa a habilidade de indivíduos proativos, de postura ousada, com capacidade tecnológica e disposição para aprender e que avançam para além do cargo que ocupam por sua capacidade de inovação nas empresas, desenvolvendo novos produtos e novas ideias.

Observou-se também, que muitos trabalhos sinalizam que é na universidade que a educação empreendedora encontra sua identificação, através do desenvolvimento de modelos de governança, estudo de casos, simuladores educacionais para empreendedores, aplicação de novas teorias, modelos para estimular criação de spin-offs acadêmicas, validação de modelos de medida de tendências comportamentais além do exercício da autonomia e do pensamento crítico aliados à criação de novos empreendimentos empresariais, discussões sobre intraempreendedorismo e projetos de empreendedorismo social. Algumas iniciativas apostam no ensino que vai além da

simples criação de um plano de negócios embora, tradicionalmente, empreender signifique inovar nas organizações a partir de novas propostas, percepção de oportunidades de novos negócios e projetos. O empreendedorismo, segundo verificou-se, ainda tem a ver com crescimento econômico das organizações e com o sucesso na abertura de empresas, o que justifica a criação de modelos de mensuração de competitividade.

Nesse aspecto, a criatividade e atitude empreendedoras é o despertar para a inovação empresarial. Pesquisadores apontam, no entanto, que a experiência em ambiente de educação empreendedora promove o senso de criatividade, de autoconfiança e de aperfeiçoamento das habilidades empreendedoras dentro de todas as variantes do ato de empreender, ou seja, a emoção, a autonomia, a iniciativa, a persistência e o afeto pelo trabalho podem evoluir para o empreendedorismo inovador. O uso da intuição, da visão e da resiliência complementam o pensar empreendedor, contribuindo para o aperfeiçoamento do indivíduo objetivamente e subjetivamente em sua relação com a performance organizacional ou consigo mesmo. Em relação ao desenvolvimento no âmbito empresarial e na busca por novos padrões, pesquisadores atentam para a criação de modelos de intenção empreendedora, instrumentos de análise da capacidade de aprendizado e criatividade organizacional, e na tecnologia para criação de novos produtos.

Dado que a atitude empreendedora ainda é uma incógnita, pesquisadores dos trabalhos desse grupo apostam na criação de modelos conceituais, na mensuração do comportamento inovador e na atitude empreendedora no sentido de agregar valor às organizações. É o incentivo à atitude empreendedora e à inovação através de desafios temáticos, no incentivo à integração multidisciplinar em que alunos de várias áreas do conhecimento possam interagir adquirindo conhecimentos, habilidades e atitudes no exercício da criatividade, do pensamento crítico e da autonomia. A universidade é o espaço por excelência no desenvolvimento econômico e social, na postura protagonista dos processos de inovação e na melhoria das regiões de atuação, bem como no incremento às atitudes e à percepção de oportunidades, intermediando atividades de estágio e incentivando o crescimento dos empreendedores potenciais. Não obstante, a orientação empreendedora na universidade se firma na ideia da subjetividade do “ser empreendedor” uma vez que, nessa concepção, o empreendedor deixa de estar necessariamente ligado à criação de um negócio ou a uma atuação econômica para ser compreendido como uma forma de “ser e estar presente no mundo”, com sua visão,

intuição, criatividade, proatividade, resiliência, autonomia e flexibilidade não apenas relacionadas à esfera profissional, mas valorizadas também nos relacionamentos familiares, afetivos e nos convívios sociais. Lembrando que Delors (1998) sinalizou que, quando os sistemas educacionais formais começarem a privilegiar o acesso ao conhecimento em detrimento das outras formas de aprendizagem, é sua missão conceber a educação como um todo. Essa perspectiva deve, no futuro, inspirar e orientar as reformas educacionais através dos programas e na definição de novas políticas pedagógicas.

5.4.2 Demonstração do Quadro 12: trabalhos que compõem o Grupo 1

O **Quadro 12** mostra os trabalhos do Grupo 1, cuja similaridade se destaca para as palavras Inovação, Universidade e Capacidade, com maior porcentagem de frequência, (50,61%, conforme apontado na Tabela 4). Percebe-se que os trabalhos, em sua maioria, são voltados para a área empresarial, onde inovação significa sobrevivência e propostas são elaboradas no sentido de otimizar os modelos de negócios. A inovação se faz presente tanto no meio empresarial, quanto nos meios religiosos, onde a orientação empreendedora é direcionada para as ações de mudança, de escolhas e de comportamento na condução das igrejas. A universidade, por sua vez, é protagonista nos processos de inovação dado que está presente no desenvolvimento econômico e social das regiões do seu entorno e é a ela facultado entender o ambiente antagonista e estudar posições estratégicas competitivas e sustentáveis.

São perceptíveis no Quadro 12, alguns trabalhos que apontam para a importância das questões de empreendedorismo sustentável em projetos sociais. Cita-se, como exemplo, a ENACTUS, organização internacional sem fins lucrativos que se dedica a inspirar os alunos a transformar o mundo através da Ação Empreendedora, e as pesquisas internacionais que estudam vantagens competitivas sustentáveis para as universidades.

Quadro 12 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 1

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.3	Transmissão da competência empreendedora : um estudo de casos múltiplos Ulrico Barini Filho (2008) Administração/ USP	Gestores de pequenas empresas no Paraná (Entrevistas)	Obter dados empíricos sobre os processos educacionais no contexto das organizações empresariais que possibilitam a formação de empreendedores internos	n/consta	“[...] as pessoas possuem um determinado conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que pode beneficiar a empresa [...] entregam tais capacidades em realizações dos indivíduos que avançam além da descrição funcional do cargo que ocupam”. “[...] entrega refere-se ao saber agir [...]”. (p.22)	O autor refere atitude empreendedora ao conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que impulsionam o saber agir.
6.4	Criação de um simulador educacional para empreendedores: simulando novos negócios B2B de base tecnológica André Rosenfeld Rosas (2009) Administração/USP	Graduação e pós- graduação stricto sensu da FEA/USP e graduação da UFF- Volta Redonda e empreendedores de base tec-nológica associados ao CIETEC, incubadora de empresas da USP. (Entrevistas)	Concepção e validação conceitual de um simulador educacional multifuncional para empreendedores.	n/ consta	“[...] este estudo focaliza a atitude empreendedora, de estar alerta a oportunidades de introduzir inovações no mercado, em micro e pequenos empreendimentos.” (p.8)	O autor refere atitude empreendedora a alerta a oportunidades de inovações.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.5	Proposição de um conjunto consolidado de elementos para guiar ações visando a orientação empreendedora em organizações de software Cristina Dai Prá Martens (2009) Administração/UFRGS	Especialistas dirigentes de entidades representativas do setor de software. (Entrevistas)	Propor um conjunto de elementos que possibilitem guiar ações visando à orientação empreendedora em organizações de software.	Orientação empreendedora, Empreendedorismo, Organizações de software	“[...] postura ousada, de uma atitude, de uma capacidade de, dada uma ideia, dado um desafio, dado um novo contexto, dada uma situação, reagir na busca de soluções criativas. Essa necessidade de reagir em busca de soluções retrata a importância de o empresário desenvolver, desde o início do negócio, qualidades inerentes ao perfil empreendedor [...]” (p.16)	O autor refere atitude empreendedora à postura ousada e à reação na busca de soluções criativas.
6.6	A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador Lisete Barlach (2009) Psicologia/USP	Profissionais que passaram por alguma experiência recente de empreendedorismo-inovador em algum novo negócio a partir de uma ideia ou projeto criado por eles mesmos. (Entrevistas)	Desvendar o processo criativo-empreendedor-inovador que começa no ato pessoal até a realização empreendedora	Criatividade, Inovação, Empreendedorismo, Resiliência, Causalidade pessoal	“Assume-se, neste estudo, que para que a criatividade se transforme em inovação, é necessário um passo além: a atitude empreendedora. Assim, é possível estabelecer uma equação em que a criatividade, aliada ao empreendedorismo, resulta na inovação”. (p.132)	A autora refere atitude empreendedora à criatividade que evolui para a inovação.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.8	Relação entre características empreendedoras e múltiplas inteligências: um estudo com contadores de Minas Gerais Márcia Athayde Matias (2010) Controladoria e Contabilidade/ USP	Contadores empresários, sócios de empresas de fornecimento de serviços contábeis sediadas em Belo Horizonte – MG (Questionário)	Descobrir as possíveis relações entre as características empreendedoras e as principais habilidades mentais de contadores de Minas Gerais	n/ consta	“[...] um ambiente que estimule o desenvolvimento empreendedor é um fator complementar à personalidade do indivíduo. De fato, algumas pessoas possuem uma força interior que as levam à realização, a empreender em prol de si próprias ou de uma causa, mas todo indivíduo pode tornar-se um empreendedor se receber os estímulos corretos. Assim, conhecer as atitudes, a forma de agir e pensar dessas pessoas em diferentes ambientes e situações, ou seja, conhecer suas principais características tornou-se o ponto-chave para a realização de ações em favor do desenvolvimento do empreendedorismo no mundo.” (p.20)	A autora refere atitude empreendedora a uma força interior, uma forma de agir que leva à realização.
6.9	Brasil: em busca de um novo padrão de desenvolvimento Idenilza Moreira De Miranda (2011) Sociologia/USP	Entrevistas com dirigentes de 106 empresas industriais de capital majoritariamente nacional. Questionário e entrevistas	Construir um quadro panorâmico que explicita as mudanças que ocorreram ao longo da última década no Brasil e a importância conferida às políticas de incentivos à inovação nas empresas.	Desenvolvimento econômico, Empreendedorismo, Inovação, Competitividade, Indústria	“As oportunidades e desafios surgidos no contexto pós-reformas teriam colocado em maior evidência a necessidade do desenvolvimento de atitudes empreendedoras por parte das empresas brasileiras. [...] em posturas empresariais mais proativas, marcadas pelo interesse em elevar a qualidade e eficiência para concorrer no mercado interno mais competitivo.” (p.114)	A autora refere atitude empreendedora à atitude empresarial, postura proativa para elevar a qualidade e eficiência.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.13	Influência da competência empreendedora dos coordenadores nos indicadores de desempenho dos polos EaD Sergio Machado Wolf (2014) Engenharia e Gestão do Conhecimento/ UFSC	Coordenadores de polo UAB-USC catarinenses. (Entrevistas)	Analisar se a Competência Empreendedora dos coordenadores influencia nos indicadores de desempenho dos Polos de Ensino a Distância do sistema UAB/UFSC	Competência. Empreende- dorismo. Competência Empreendedora. Indicadores de Desempenho. Gestão Pública. Educação à Distância.	“[...] o ideal da abrangência da terminologia competência empreendedora dos coordenadores de polo de educação a distância é que eles atuem como agentes de transformação: dessa forma, utilizando-se dos conhecimentos, habilidades e atitudes, há ações entregues para o polo que está inserido no sistema UAB.” (p.111) “[...] compondo a variável atitude, foram apresentadas as competências empreendedoras: autonomia, iniciativa, criatividade, persistência e afeto pelo trabalho. Finalizando a descrição, dentro da variável entrega, que distingue a presente pesquisa e refina a metodologia, foram alocadas as competências empreendedoras: noção de equipe, comprometimento com a missão, a visão, os valores e a estratégia da instituição e melhoramento do processo” (p.140)	O autor refere atitude empreendedora à autonomia, iniciativa, criatividade, persistência e afeto pelo trabalho
6.14	Empreendedoris- mo sustentável em projetos sociais de uma fundação educacional Marcus Vinicius De Oliveira Brasil (2014) Administração de Empresas/ Unifor	Alunos, estagiários, voluntários, professores e beneficiários dos projetos sociais da Fundação Educacional ligada à UniFor. 245 questionários aplicados aos alunos, estagiários, voluntários, professores e beneficiários dos projetos sociais.	Determinar os elementos necessários para efetivação do empreendedoris- mo sustentável em projetos da Fundação Educacional da Unifor	Empreendedo- rismo Sustentável. Sustentabilidade. Inovação. Projetos Sociais.	“Atitudes e projetos empreendedores inovadores podem estabelecer o diferente na busca de um mundo mais sustentável.” (p.84)	O autor refere atitude empreendedora a como fazer a diferença para um mundo mais sustentável.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.16	Ensino de empreendedorismo: estudo exploratório sobre a aplicação da teoria experiencial Patricia Viveiros de Castro Krakauer (2014) Ciências/USP	Curso de graduação de duas faculdades (pesquisa participante e com especialistas)	Conceituar o ensino de empreendedorismo através da articulação das teorias de aprendizagem experiencial e de aprendizagem significativa.	Empreendedorismo-estudo e ensino, Estudo exploratório, teoria experiencial, teoria significativa.	“O aluno de hoje quer participar do processo de aprendizagem, ser protagonista da sua história, enquanto as empresas também buscam atores que tenham determinadas habilidades e atitudes, além do conhecimento.” (p.12) “[...] a própria instituição de ensino favorece caminhos para que todos os docentes, independe da área que lecionam, sejam empreendedores em sala de aula, correndo riscos e buscando a inovação hoje tão necessária para compatibilizar conceitos, alguns teóricos demais, com os jovens, em sua maioria, práticos em demasia”. (p.144)	O autor refere atitude empreendedora à habilidade na busca pela inovação mesmo correndo riscos.
6.17	Determinantes da relação empreendedorismo e crescimento econômico no Brasil e suas regiões geográficas Alexandre Oliveira Lima (2014) Administração/ UniFor	As cinco regiões geográficas brasileiras, no período de 2002 a 2011. Software GRETL (quantificação de dados estatísticos)	Investigar a relação entre os determinantes do empreendedorismo e crescimento econômico regional no Brasil e em suas regiões geográficas.	Empreendedorismo Regional. Crescimento Econômico. Capital Empreendedor	“[...] são impulsionadores das atitudes (percepção de oportunidade e da capacidade), atividades (estágio do empreendimento e descontinuidade do negócio) e aspirações (crescimento, inovação e responsabilidade social) dos empreendedores potenciais.” (p.84) “Os egípcios demonstraram grande capacidade de empreender e inovar. A coordenação de milhares de pessoas por mais de 20 anos para a construção das pirâmides mostra o poder e sabedoria desse povo.” (p.46) “Entende-se aqui que empreender significa criar algo novo ou melhorar, aperfeiçoar o que já foi inventado.” (p.55)	O autor refere atitude empreendedora a inovação, criar algo novo ou melhorar, aperfeiçoar o que já existe. Ação impulsionada pela percepção de oportunidade e capacidade.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.19	Efeituação situada: redes e empreendedorismo na Rocinha Isabella Nunes Pereira (2014) Engenharia de Produção/UFRJ	Empreendedores da e na Rocinha, favela localizada na zona sul da cidade do Rio de Janeiro. (Entrevistas)	Investigar de que modo os moradores empreendem na Rocinha.	n/consta	“A elevada produção empreendedora revela uma população que se reinventa em seus próprios desafios, facilitando, assim, o surgimento de um empreendedorismo como presença marcante da sobrevivência neste espaço.” (p.70) “[...] marca suas atuações empreendedoras, frequentemente motivadas pelas necessidades de sobrevivência e sustento familiar [...]” (p.103) “Neste modo de empreender, os indivíduos enfrentam as mudanças e os desafios com uma atitude positiva, encarando as adversidades como oportunidades para aprender e melhor empreender, como sugere a lógica do Effectuation.” (p.104) “A incerteza é inerente à atividade empreendedora [...]” (p.115) “Imersos em ambiente de elevada incerteza [...] e partem para ações que geram efeitos possíveis, não necessariamente ótimos.” (p.146)	A autora refere atitude empreendedora como Mudanças e desafios com atitude positiva para encarar a diversidade.
6.20	Modelo para o estímulo à criação de spin-offs acadêmicas baseado em ecossistemas empreendedores Meire Ramalho de Oliveira (2015) Engenharia de Produção/UFSCar	Universidades Brasileiras (Entrevistas)	Elaborar modelo para estimular a criação de spin- offs acadêmicas por ICT's brasileiras	Spin-offs acadêmicas, Ecossistema empreendedor, Modelo de transferência de tecnologia.	“AUGA enactus é uma comunidade de líderes formados por estudantes, pesquisadores e empresários empenhados em utilizar o poder da ação empreendedora para transformar vidas e moldar um mundo melhor e mais sustentável. Eles utilizam ferramentas de empreendedorismo para implementar projetos sociais.” (p.97)	A autora refere atitude empreendedora à Ação transformadora de vidas e responsável por moldar um mundo melhor.
6.21	O comportamento do empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa Eduardo Pinto Vilas Boas (2015) Ciências/USP	100.000 pessoas cadastradas em um dos principais sítios brasileiros de auxílio a empreendedores, (Questionário)	Verificar se o perfil empreendedor influencia o desempenho da empresa criada.	Empreendedor- ismo, Comportamento empreendedor, Perfil empreendedor, Desempenho organizacional, Causation, Effectuation	“O primeiro sub-processo abrange todas as ações realizadas pelo empreendedor desde o momento em que ele tem uma ideia, passa pela seleção da oportunidade de negócio mais atrativa e termina com a definição do conceito de negócio que pretende desenvolver para explorá-la.” (p. 6)	O autor refere atitude empreendedora a ter uma ideia, selecionar uma oportunidade de negócio atrativa e definir o negócio que pretende desenvolver.

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.22	Intenção empreendedora: validação de modelo em Universidades Federais de Mato Grosso do Sul, Brasil Roosiley dos Santos Souza (2015) Administração/ UniNove	505 alunos de duas Instituições de Ensino Superior: UFMS e UFGD, no estado de Mato Grosso do Sul, Brasil. (Questionário)	Validar o constructo e a escala psicométrica proposta no <i>Entrepreneurial Intention Questionnaire</i> (EIQ)	Intenção empreendedora, Escala psicométrica-EIQ, Universidades, Modelagem de equações estruturais, SmartPLS	“[...] o percentual mostra uma tendência para o desenvolvimento de comportamentos e atitudes que levem o indivíduo a empreender.” (p.87)	O autor refere atitude empreendedora à tendência para comportamentos que levem o indivíduo a empreender.
6.34	Orientação para o empreendedorismo: uma revisão meta-analítica de sua relação com a performance e avaliação de potenciais mediadores e moderadores. Mauren do Couto Soares (2016) Administração/ PUC-RS	Gestores, diretores e proprietários empresariais (Pesquisa meta-analítica)	Analisar, através de uma revisão meta-analítica, a relação entre a orientação para o empreendedorismo e a performance organizacional, incluindo uma avaliação de potenciais mediadores e moderadores.	Orientação para o Empreendedorismo. Performance Organizacional. Mediadores. Moderadores. Meta-Análise.	“é pertinente recomendar que os executivos da alta administração das organizações encorajem e estimulem entre seus empregados a participação em atividades que envolvam a criatividade, pró-atividade, experimentação e propensão a assumir riscos.” (p.109) “[...] as descobertas empíricas desta meta-análise apontam que a orientação para o empreendedorismo exerce uma função proeminente no que tange a potencialização e preservação da cultura inovadora.” (p.110)	O autor refere atitude empreendedora a atividades que envolvam a criatividade, pró-atividade, experimentação e propensão a assumir riscos.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.36	Pastores como empreendedores: análise sob perspectivas comportamental e relacional. Victor Silva Corrêa (2016) Administração/ PUC-MG	23 pastores neopentecostais localizados na região metropolitana de Belo-Horizonte. (Entrevistas)	Investigar “como pastores neopentecostais, previamente acoplados em comunidades não evangélicas, demonstram comportamento empreendedor na condução de suas igrejas”.	Empreendedorismo religioso. Orientação empreendedora. Strictness. Acoplamento e desacoplamento. Escolha Racional da Religião.	“[...] Orientação Empreendedora (OE) explicita as dimensões do comportamento empreendedor dos indivíduos, enfatizando a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a assunção de riscos e a autonomia.” (p.9) “Converter, para evangélicos, implica “mudar de atitude. Uma mudança [no] andar, uma mudança [no] agir, uma mudança [no] olhar, uma mudança [no] falar. É assim que crente se converte. É uma mudança de direção” (Damião).” (p.139) “[...] Com efeito, atitudes associadas à capacidade de inovação, à proatividade, à agressividade competitiva, à assunção de riscos e à autonomia, compreensíveis e estimuladas no ambiente empresarial, parecem ilegítimas no contexto religioso”. Neste sentido, pastores neopentecostais atuam como um tipo de “empreendedor incógnito”, quase “invisível”. “[...] A capacidade de inovação dos pastores pode ser observada em algumas ações.” (p.184)	O autor refere atitude empreendedora à capacidade de inovação, à proatividade, à agressividade competitiva, à assunção de riscos e à autonomia,
6.37	Proposta de modelo de negócio com estratégias de inovação para empresas de micro e pequeno porte: baseada em estudo realizado em empresas do segmento de moda dos Municípios de Goiânia, Pontalina e Taquaral de Goiás-GO Cássia Aparecida Corsatto (2016) Ciência, Tecnologia e Sociedade/UFSCar	45 micro e pequenas empresas e empreendedores individuais participantes dos Projetos Coletivos setor/segmento Moda/Confecção do Sebrae em Goiás localizadas nos municípios Goiânia, Pontalina e Taquaral de Goiás. (Questionário)	Elaborar uma proposta de modelo de negócio utilizando estratégias de inovação para empresas de micro e pequeno porte, nas empresas do segmento de moda de Goiânia, Pontalina e Taquaral de Goiás – GO	Estratégias, Inovação, Modelo de Negócio, Moda, Confecção	“[...] retrata uma forma da ocorrência dos focos de inovação a serem observados por uma empresa inovadora, particularmente aquelas de pequeno porte, onde a inovação acontece muito próxima da ação para poder utilizá-las posteriormente na geração da inovação uma vez a inovação é um meio de exploração de mudanças e como oportunidade para fazer diferente.” (p.63). “A empresa é um organismo vivo e sistêmico e adotar uma estrutura onde existam direcionamentos estratégicos voltados para a inovação é uma escolha que vai exigir atitudes dos seus gestores.” (p.199)	O autor refere atitude empreendedora a inovação

continua

Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.40 Julia Salgado (2016) Comunicação e Cultura/UFRJ	Banco de dados da “Folha de São Paulo”. (Pesquisa bibliográfica)	Análise de discursos sobre o/a empreendedor (a) no jornal Folha de S. Paulo entre os anos 1972 e 2011	Empreendedor; Folha de S. Paulo; Subjetividade; Discurso; Neoliberalismo.	<p>“Ao olhar para as representações que o empreendedor assumiu em diferentes contextos históricos e sob a interpretação de variados autores, conclui-se que a propensão à incerteza é uma marca atemporal desta figura.” (p.197)</p> <p>“A ideia do empreendedor como sendo o homem comum ideal na virada do milênio pressupõe que ele seja compreendido não como uma atividade (um “saber-fazer”), mas sim como uma subjetividade, isto é, um modo específico de ser e estar no mundo. “Ser empreendedor”, nessa concepção, deixa de estar necessariamente ligado à criação de um negócio ou a uma atuação econômica. É, antes de mais nada, uma fonte de regras de conduta e ação a partir da qual os indivíduos passam a se guiar nos mais variados âmbitos da vida [...] destrezas como visão, intuição, criatividade, proatividade, resiliência, autonomia e flexibilidade não são caras apenas à esfera profissional, mas valorizadas também nos relacionamentos familiares e afetivos, nos convívios sociais [...]” (p.198)</p> <p>“Se aceitarmos a sugestão de que o empreendedor se constitui como subjetividade ideal de nosso tempo, um modo de ser, e não apenas de fazer, então não é difícil concluir que o espectro de atuação dos empreendedores é ampliado, não se restringindo mais ao modelo clássico de negócio, mas abarcando novas possibilidades.” (p. 198-199)</p>	O autor refere atitude empreendedora a visão, intuição, criatividade, proatividade, resiliência, autonomia e flexibilidade.

continua

Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
<p>6.42</p> <p>A Influência da capacidade de aprendizado, da criatividade organizacional, da orientação empreendedora internacional, da capacidade tecnológica e da capacidade de reconfiguração na habilidade de desenvolvimento de novos produtos.</p> <p>Mateus Panizzon (2016) Administração/PUC-RS</p>	<p>Empresas de manufatura e exportadoras brasileiras, do setor metal-mecânico e automotivo, de médio e grande porte.</p> <p>(Entrevistas)</p>	<p>Analisar a relação entre a Capacidade de Aprendizado, a Criatividade Organizacional, a Orientação Empreendedora Internacional, a Capacidade Tecnológica e a Capacidade de Reconfiguração na Habilidade em Desenvolvimento de Novos Produtos em empresas Exportadoras.</p>	<p>Capacidade de aprendizado, Criatividade organizacional, Orientação empreendedora internacional, Capacidade tecnológica, Capacidade de reconfiguração, Habilidade em desenvolvimento de novos produtos.</p>	<p>“[...] no tocante às relações delimitadas para esta investigação, observa-se oportuno identificar as associações entre a Capacidade de Aprendizado, Criatividade Organizacional, Orientação Empreendedora Internacional, Capacidades de Reconfiguração e Capacidade Tecnológica com a Habilidade em Desenvolvimento de Novos Produtos”. (p.24)</p> <p>“[...] uma postura proativa e de risco sem novas ideias, caracteriza-se como uma atitude que não converge para a Habilidade em Desenvolvimento de Novos Produtos [...]” (p.93)</p> <p>“O ambiente de uma Startups envolve constante mudança e pivotagem (alterações nas premissas no modelo de negócios com base nos designs do mercado), bem como altos níveis de criatividade, atitude empreendedora (risco e pró-atividade), bem como aprendizado para internalizar as mudanças no seu modelo de negócio durante o processo de validação da solução inovadora, que se constitui também numa expressão da reconfiguração.” (p.189-190)</p>	<p>O autor refere atitude empreendedora a altos níveis de criatividade, atitude empreendedora (risco e pró-atividade)</p>
<p>6.43</p> <p>Criação de valor simbólico no artesanato quilombola de moju no Pará: um estudo no campo das ações empreendedoras culturais sob a ótica da teoria da recepção de Stuart Hall</p> <p>Walery Costa Dos Reis (2016) Administração/UFPE</p>	<p>Produção de artesanato quilombola no município de Moju-Pará.</p> <p>(Estudo de caso)</p>	<p>Compreender como ocorre a criação do valor simbólico no artesanato quilombola a partir de ações empreendedoras culturais.</p>	<p>Artesanato.</p> <p>Codificação/Decodificação.</p> <p>Empreendedorismo Cultural.</p> <p>Estudos Culturais.</p> <p>Valor Simbólico.</p>	<p>“Ações empreendedoras representam caminhos que possibilitam a produção de bens simbólicos, desde que se vinculem a um nexos estabelecido entre cultura, criatividade, subjetividade e emancipação.” (p.20)</p> <p>“[...] oportunidade de buscar sua independência e emancipação a partir de ações empreendedoras que posicionassem esse artefato cultural no mercado artesanal paraense.” (p.25)</p> <p>“[...] ações empreendedoras devem estar fundamentadas em princípios que valorizam o respeito à cultura, à diversidade, aos saberes locais, à vida e à liberdade.” (p.37-38)</p> <p>“A presença da discriminação cultural implica na própria atitude do artesão quilombola voltada para reforçar e renovar sua luta em prol da afirmação de sua identidade, da manutenção do artesanato como símbolo de resistência e da preservação de seus costumes.” (p.130)</p>	<p>O autor refere atitude empreendedora a reforçar e renovar sua luta em prol da afirmação de sua identidade</p>

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.46	A inovação e o empreendedorismo na universidade: um framework conceitual sistêmico para promover desenvolvimento socioeconômico regional e sustentabilidade institucional. Ademar Schmitz (2017) Engenharia e Gestão do Conhecimento/UFSC	Universidades espanholas e brasileiras (Revisão sistemática da literatura/ Entrevistas)	Propor um framework conceitual sistêmico de inovação e empreendedorismo para a Universidade	Inovação. Empreendedorismo Universidade. Universidade Inovadora. Universidade Empreendedora. Inovação Acadêmica. Empreendedorismo Acadêmico. Sistemismo	“[...] conhecimentos, habilidades e atitudes, o exercício da criatividade, do pensamento crítico e do exercício da autonomia.” (pp.159-160) “[...] incentivar a atitude empreendedora e de inovação através de desafios temáticos, incentivando a integração multidisciplinar e propiciando um ambiente em que alunos de várias áreas do conhecimento possam interagir.” (p.161)	O autor refere atitude empreendedor a a exercício da criatividade, do pensamento crítico e do exercício da autonomia.
6.49	Construção de significados na trajetória de vida de empreendedores sob a perspectiva da Psicologia Cultural Semiótica Marco Aurélio Benevides De Pinho (2017) Psicologia Cognitiva/UFPE	Estudo de caso de dois empreendedores (Entrevistas narrativas)	Identificar e analisar a construção de significados durante a trajetória de vida de empreendedores, ao longo de suas rupturas e transições.	Psicologia Cultural Semiótica. Construção de significados. Trajectory Equifinality Model (TEM). Empreendedorismo	“Assim, concluímos que o empreendedor é alguém que, movido por razões e condições diversas, resolve começar algo novo [...] um negócio, uma ideia, uma mudança no cenário em que se encontra.” (p.43) “[...] a pessoa do empreendedor nunca pode ser tomada como algo separado, como um “fator” ou “categoria”, mas como uma totalidade, [...] que permite construir significados no experimentar a vida, ocorrendo no tempo irreversível, enfrentando rupturas e resolvendo tensões, buscando ultrapassar essas tensões, que geram novas rupturas e novas tensões.” (p.240)	O autor refere atitude empreendedor a a começar algo novo, um negócio, uma ideia, uma mudança no cenário em que se encontra.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.52	A internacionalização da universidade empreendedora: a proposta de um modelo. Jeferson Vinhas Ferreira (2017) Administração/PUC-SP	Nove instituições de ensino superior empreendedoras de sete diferentes países da América Latina e Europa, pertencentes a uma rede de cooperação. (Entrevistas)	Desenvolver um modelo conceitual para análise do processo de internacionalização de uma universidade empreendedora.	Internacionalização do Ensino Superior, Universidade Empreendedora, Empreendedorismo Internacional, Internacionalização da Universidade Empreendedora.	“[...] o conceito do empreendedorismo internacional foi novamente redefinido como uma combinação de comportamento inovador, proativo e de busca de risco que cruza as fronteiras nacionais e destina-se a criar valor nas organizações.” (p.41)	O autor refere atitude empreendedora a comportamento inovador, proativo e de busca de risco destinando-se a criar valor nas organizações
6.54	O Estabelecimento Da Orientação Empreendedora No Ambiente Acadêmico: Transformações institucionais em universidades no Brasil e na Suécia. Fábio Dal-Soto (2018) Administração/UNI SINOS	Duas universidades brasileiras (PUC-RS) e (PUC-Rio), e uma na Suécia, a Lund University (LU). (Entrevistas)	Analisar o estabelecimento da orientação empreendedora no ambiente acadêmico, baseado em proposições teóricas e nas transformações institucionais realizadas por universidades, no Brasil e na Suécia, em direção a um modelo de universidade empreendedora.	Orientação empreendedora. Gestão estratégica. Universidade empreendedora. Terceira missão acadêmica.	“Embora a discussão em torno da universidade empreendedora possa ser esclarecedora, há alguns aspectos que ainda demandam melhor entendimento, para que ela se converta em estratégia de ação, tendo em vista que implica mais do que apenas a incorporação de uma terceira tarefa e de novos modelos de governança.” (p.19) “[...] envolver a universidade, de fato, no desenvolvimento econômico e social, assumindo uma postura protagonista nos processos de inovação e na melhoria das regiões de atuação; e) enfrentar o ambiente competitivo e encontrar posições estratégicas únicas, de difícil imitação e dependentes de trajetória, que realmente possam gerar vantagens competitivas sustentáveis para as universidades.” (p.25) “A habilidade de realizar, de forma voluntarista, essas conexões entre universidade e ambiente, por meio da orientação empreendedora, configura uma universidade verdadeiramente inovadora.” “[...] envolvimento direto, engajado e ativo da gestão estratégica da universidade nas decisões inerentes às mudanças em direção ao ideal empreendedor, inclusive por meio da definição de políticas institucionais específicas para essa finalidade.” (p.46) “A orientação empreendedora na universidade se estabelece por meio da realização de suas dimensões conceituais basilares, como proatividade, tomada de risco e capacidade de inovação, adequadas ao contexto acadêmico e de forma recorrente ao longo do tempo.” (p.48)	O autor refere atitude empreendedor a a proatividade, tomada de risco e capacidade de inovação.

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras- chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.56	Narrativas de vida de empreendedoras, comunicação e consumo: análise de palestras inspiracionais do evento Day 1 Endeavor. Katia Martins Valente (2018) Comunicação e Práticas de Consumo/ESPM	Vídeos do evento Day1 Endeavor (foram selecionados 8 vídeos de mulheres empreendedoras) (Narrativas autobiográficas)	Estudar como se constituem as narrativas autobiográficas de transformação que retratam as trajetórias de vida de mulheres empreendedoras e as transformações ocorridas por intermédio de práticas empreendedoras	Comunicação e consumo; Cultura empreendedora; narrativa; Gênero e inspiração.	“[...] características e atitudes semelhantes no agir laboral e da vida cotidiana, assentadas no empreendedorismo enquanto ideologia.” (p.65) “[...] construção de si a partir do fazer empreendedor é que utiliza práticas da cultura empreendedora no sentido de ser o empreendedor de si.” (p.20) “[...] a noção de empreendedor de si mesmo apresenta um contexto social em que qualquer indivíduo pode empreender em todos os âmbitos de sua vida, pública e privada. Esta noção ampla do que é ser empreendedor se concretiza quando é transmitida efetivamente por um discurso a ser compartilhado socialmente. São narrativas que reforçam que qualquer indivíduo pode ser empreendedor, bastando para isso ter força de vontade.” (p.42) “Focado na representação da figura do empreendedor, o sujeito constrói este perfil e esta visão de mundo por meio de uma rede de relacionamentos, sendo empreendedor de si.” (p.114)	O autor refere atitude empreendedor a a ser o empreendedor de si.
6.57	Criação e desenvolvimento de spin-offs no contexto da perspectiva emergente do empreendedorismo acadêmico Robson Moreira Cunha (2018) Engenharia de Produção/UFRJ	11 casos de spin-offs e atores da comunidade acadêmica (UFRJ/UFF)	Identificar como a perspectiva emergente do empreendedorismo acadêmico se manifesta no contexto de universidades públicas federais brasileiras no que se refere à criação e ao desenvolvimento de empresas que exploram o conhecimento gerado na universidade, conhecidas como spin-offs acadêmicos.	n/consta	“[...] há uma tendência de o empreendedorismo acadêmico se afastar de uma perspectiva focada estritamente na transferência de tecnologia e passar a abranger a transferência de conhecimento”. (p.1) “O empreendedorismo acadêmico mudou consideravelmente nos últimos anos. [...] as universidades adotaram uma atitude proativa em relação ao tema com o intuito de buscarem geração de receita a partir de uma base de propriedade intelectual, o que consequentemente diminuiria sua dependência de repasses governamentais.” (p.16) “[...] a proposta de educação empreendedora vai além do simples estímulo à criação de novos empreendimentos empresariais, incluindo também uma discussão sobre atitude empreendedora, intraempreendedorismo e empreendedorismo social.” (p.79) “[...] nem sempre o empreendedorismo está relacionado com a abertura de uma empresa.” (p.95)	O autor refere atitude empreendedor a a atitude proativa, atitude empreendedor a, intraempreendedorismo e empreendedorismo social.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras- chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
4	Educação a distância: contribuições da modalidade para o desenvolvimento territorial por meio da capacidade empreendedora Ricardo Arruda Mauro (2018) Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente/UNIARA	Entrevistas com alunos egressos de cursos de pós-graduação Lato Sensu, modalidade à distância de instituição de ensino superior privada - interior de São Paulo - 2011/2016.	Discutir em que medida a EaD pode contribuir para o desenvolvimento Territorial por meio do empreendedorismo.	Desenvolvimento Territorial. Empreendedorismo. Educação a Distância.	“Empreendedores são pessoas que, acima de tudo, acreditam em uma ideia e esperam que ela tenha sucesso. Caracterizam-se como pessoas para a quais o fracasso não é devastador e que possuem coragem para passar por eles. Utilizam as suas atitudes para atingir seus objetivos e possuem modos de comunicação eficientes com seus parceiros, fundamentados na confiança mútua”. (p.56-57) “Um funcionário que toma decisões arriscadas com o propósito de desenvolver a empresa e produzir inovação continua sendo um Empreendedor”. (p. 65)	O autor refere atitude empreendedora a capacidade de criar e focar em objetivos, ou seja, é um indivíduo capaz de tomar decisões arriscadas para produzir inovação.
5	A orientação empreendedora de negócios sociais, seus antecedentes e resultados: um estudo sobre Startups brasileiras. Viviane Celina Carmona (2018)Administração/ UNINOVE	Estudo exploratório e entrevistas com gestores de 14 Startups de negócios sociais, analisadas qualitativamente.	Propor um modelo teórico empírico para caracterizar a OE (Orientação Empreendedora), seus antecedentes e resultados, em Startups de negócios sociais.	Orientação Empreendedora. Negócios Sociais. Antecedentes da OE. Resultados da OE. Startups.	“... para inovar, é preciso ser agressivo competitivamente e ser proativo quanto ao comportamento pioneiro, pois a atitude necessária para inovar também está atrelada a essa orientação e às demais dimensões”. (p.154) “Os negócios sociais estão relacionados às atitudes, ao posicionamento correto, a favor do coletivo numa sociedade”. (p. 169)	A autora refere atitude empreendedora a comportamento que impulsiona a inovação

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6	Propósitos empreendedores de professores- pesquisadores de ciências na era da sabedoria Anne Karynne Almeida Castelo Branco (2018) Educação em Ciências e Matemática/UFMT	Entrevista com professores das áreas de ciências e Empreendedorism o e questionário aberto com estudantes de Ciências e Matemática de uma Instituição de Ensino Superior do Amazonas.	Analisar se narrativas de professores- pesquisadores de ciências, que adotam o empreendedorismo em suas atividades profissionais, podem ser um referencial orientador para a formação de novos professores- pesquisadores líderes com propósitos empreendedores, na Era da Sabedoria.	Pesquisa Narrativa; História de vida; Professor- pesquisador líder; Educação em ciências; Ciclo formativo.	“O nosso entendimento é de que quanto mais as pessoas sabem sobre empreendedorismo, mais histórias elas conhecerem e se inspirarem, quanto mais elas perceberem o ato de empreender próximo ao seu cotidiano e profissão, mais irão despertar seu potencial criativo, proativo, visionário e realizador”. (p.130)	A autora refere atitude empreenedora ao despertar criativo e realizador.
7	Modelo de mensuração da competitividade em empresas de base tecnológica na perspectiva do comportamento empreendedor do gestor diante do ciclo organizacional do negócio Claudia de Freitas Michelin (2018) Administração/UFSM	Aplicação de questionário estruturado a 31 gestores das EBTs (empresas de base tecnológicas) e um roteiro de entrevista para uma amostra de 11 gestores.	Propor um modelo capaz de medir e avaliar a competitividade em empresas de base tecnológica na perspectiva do comportamento empreendedor do gestor diante das diferentes etapas do ciclo organizacional do negócio.	competitividade, comportamento empreendedor, empresa de base tecnológica, mensuração de desempenho, ciclo organizacional	“As característica do comportamento empreendedor persistência, comprometimento e correr riscos calculados da dimensão realização exige, dentre outros comportamentos, atitude diante de um obstáculo, responsabilidade pelo desempenho necessário para atingir objetivos, iniciativa e avaliação de alternativas para tomar decisões. Estabelecimento de metas e busca de informações exige definição de objetivos desafiantes, visão de longo prazo e consultas para obter informações especializadas.” (p. 191)	A autora refere atitude empreenedora a estabelecimento de metas, autonomia nas ações e autoconfiança.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras- chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
9	Educação empreendedora pela experiência: criatividade e emoção no contexto do empreendedorismo cultural. Gracyanne Freire de Araujo (2019) Administração / UFBA	Pesquisa qualitativa, interpretativa e observação direta. Entrevista com estudantes do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe	Desenvolver bases conceituais da educação empreendedora a partir da experiência no contexto do empreendedorismo cultural.	Educação Empreendedora. Experiência. Empreendedorismo Cultural. Criatividade. Emoção.	“A transformação de habilidades e competências pode ajudar a incrementar o senso de criatividade dos estudantes, potencializar a autoconfiança e aperfeiçoar o conhecimento com respeito as variantes da experiência vivencial do ato de empreender.” (p.69) “A experiência dentro desse ambiente de educação empreendedora desenvolveu habilidades e competências dos estudantes, auxiliando-os na promoção do senso de criatividade, de autoconfiança e de aperfeiçoamento do conhecimento dentro das variantes da experiência do ato de empreender.” (p. 86)	A autora refere atitude empreendedora a transformação de habilidades e competências que potencializam a autoconfiança no ato de empreender.
10	Modelos mentais e oportunidades empreendedoras: a influência dos modelos mentais no desenvolvimento de oportunidades. Gustavo Behling (2019) Administração/ UNIVALI	Análise Qualitativa Interativa (AQI). Gerar mapa mental compartilhado dos participantes da pesquisa: nove empreendedores de Santa Catarina	Analisar a influência dos modelos mentais de empreendedores sob a ótica dos seus elementos cognitivos, nas decisões sobre o desenvolvimento de oportunidades empreendedoras.	Oportunidades empreendedoras Modelos mentais. Cognição empreendedora	“... o processo de coleta e análise de dados resultará em um modelo mental compartilhado dos empreendedores participantes do estudo quanto aos processos de reconhecimento, criação e desenvolvimento de oportunidades empreendedoras”. (p. 23) “Conhecer os elementos cognitivos que embasam a tomada de decisão de empreendedores a respeito das oportunidades que identificam, é um passo importante para compreender de maneira mais aprofundada a ação empreendedora”. (p.195)	O autor refere atitude empreendedora a tomadas de decisão a respeito das oportunidades.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
11	Os efeitos da gestão dos recursos, da orientação empreendedora e das capacidades no desempenho organizacional: um estudo no setor metalomecânico da serra gaúcha Deise Taiana De Ávila Dias (2019) Administração/UCS	Questionário aplicado aos gestores de indústrias metalomecânicas da serra gaúcha. Pesquisa quantitativa descritiva: levantamento de dados com o uso de uma survey.	Propor e testar um modelo conceitual do desempenho organizacional delineando os fatores-chave que contribuem para a performance de pequenas e médias empresas do setor metalmeccânico da Serra Gaúcha/RS	Gestão dos recursos. Orientação empreendedora. Capacidades. Desempenho organizacional.	“No que tange às capacidades, as quais foram oriundas das CDs (capacidades dinâmicas), observou-se a CG (capacidade gerencial) dos gestores, que está atrelada a uma postura proativa e ambiental, objetivando uma abordagem estratégica. A criação de valor não é oriunda da posse de recursos e, sim, de seu uso, e a quantidade de valor criado está relacionada a como esses recursos são trabalhados na organização.” (p.187).	A autora refere atitude empreendedora ao comportamento empreendedor, que reflete na forma inovadora de agir, na forma proativa e de assunção de riscos.
13	Dispositivos pedagógicos do empreendedorismo: a construção de uma experiência de si empreendedora em escolas do ensino médio em Pernambuco. Gabriela Carvalho da Nobrega (2019) Sociologia/UFPE	Análise bibliográfica e documental, observações diretas seguidas de entrevistas com estudantes e docentes de escolas do ensino médio em Pernambuco.	Analisar dispositivos pedagógicos emergentes da inserção do empreendedorismo no currículo obrigatório do ensino médio das escolas públicas estaduais de Pernambuco	Currículo; Empreendedorismo; Ensino Médio; Governamentalidade Dispositivos pedagógicos; Contracondutas	“A inserção de descrições sobre o comportamento do/a empreendedor/a e atividades de autoexame para identificar-se com tais atitudes são recorrentes, lançando as características do/da empreendedora/a como condição para ser bem-sucedido em qualquer aspecto da vida”. (p.144) ”... instrumentalizar estudantes para projetarem suas vidas é também contribuir para os contornos de sua compreensão da realidade, que acaba por refletir o modo como as professoras e os professores enxergam seus e suas estudantes e o próprio mundo no qual estão: um lugar difícil para viver, cercado de obstáculos e competições, que encontra na inserção profissional uma tábua de salvação, um suspiro de estabilidade. (p.167)	A autora refere atitude empreendedora a uma centelha empreendedora que habitaria todas e todos, uma construção operada junto aos dispositivos pedagógicos do empreendedorismo

Fonte: Elaboração própria (2020)

Tabela 5 - Palavras mais citadas em 2 trabalhos que compõem o grupo 2

Variável	n	%	
Competência	4	30,77	} 61,54%
Empresa	4	30,77	
Ambiente	3	23,08	
Características	2	15,38	
	13	100,00	

Fonte: Elaboração própria (2020)

A análise dos trabalhos mostra que as palavras fazem menção a empreendedores cuja competência empreendedora reside na motivação e busca por solução em situações críticas e em ambientes competitivos. Nesse grupo, os autores associam conhecimentos, habilidades e atitudes no sentido de justificar uma visão comportamental de alto desempenho acreditando que as atitudes empreendedoras estão fundamentadas na inteligência e na personalidade. Os autores concordam que a atitude empreendedora resulta em satisfação tanto individual quanto coletiva. Ou seja, embora a origem da atitude empreendedora ainda não seja totalmente conhecida, o conhecimento adquirido contribui para a capacidade empreendedora assim como o saber fazer e o saber agir. Os trabalhos desse grupo tem foco em empreendedores que, embora subordinados a uma empresa ou a uma associação, são líderes proativos e determinados. No entanto, apontam lacunas entre o profissional exigido pelo mercado e o egresso dos cursos tanto pela falta de pesquisas na área quanto pelo número muito reduzido de disciplinas de empreendedorismo que pouco contemplam o estudo do comportamento empreendedor. Os pesquisadores descrevem empreendedores como profissionais éticos, motivados, atualizados, que sabem trabalhar em equipe e que percebem os desafios empreendendo novos caminhos. Acreditam, porém, que a educação continuada por meio de cursos de especialização em empreendedorismo carece de políticas públicas e incentivo por parte das empresas.

Percebe-se nos trabalhos desse grupo a crença de que uma formação de nível superior deva contemplar a preparação não apenas para o indivíduo atuar na especificidade técnica requerida, mas que amplie seus horizontes no desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora e crítica que o prepare para o mundo. Um dos trabalhos deste grupo refere que as escolas precisam atentar para as disciplinas que

promovem conhecimento de forma generalizada e multidisciplinar, além das já existentes com enfoque técnico. É preciso levar em conta habilidades empreendedoras que são necessárias ao novo profissional como relacionamento, trabalho em equipe, liderança, capacidade para entender diversas culturas, flexibilidade, visão de mundo, empatia e proatividade. Outro trabalho fez um relato apontando a quase inexistente literatura sobre as características empreendedoras no setor de serviços e nas organizações.

5.4.3 Demonstração do Quadro 13: trabalhos que compõem o Grupo 2

O **Quadro 13** mostra os trabalhos do Grupo 2, cuja similaridade se destaca para as palavras “**Competência**” e “**Empresa**”, com maior porcentagem de frequência, (61,54%, conforme indicado na Tabela 5). Os trabalhos apontam para atividades profissionais polivalentes, em ambientes competitivos com diferentes graus de risco e atitudes motivadoras na busca por soluções para situações críticas.

Quadro 13 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 2

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.11	Competências empreendedoras no processo de formação do extensionista rural Vitória Augusta Braga De Souza (2013) Engenharia e Gestão do Conhecimento/UFSC	Profissionais da extensão rural que se destacam pelo comportamento empreendedor, identificados pelos escritórios estaduais e regionais das três instituições de assistência e extensão rural pública da Região Sul. (Entrevistas)	Analisar o processo de formação de extensionistas rurais com base nas competências empreendedoras requeridas deles	Empreendedorismo, Competência Empreendedora, Formação Extensionista	“[...] para esta pesquisa, adota-se o conceito de competência empreendedora como: comportamento, habilidade e atitude de um indivíduo que se motiva a buscar soluções para situações críticas, nos seus ambientes de trabalho ou social, que irão resultar na satisfação de suas necessidades individuais e corporativas.” (p.107) “O comportamento empreendedor engloba, dessa forma, o conhecimento, as habilidades e as atitudes.” (p.139)	O autor refere atitude empreendedora como uma competência empreendedora que motiva a buscar solução para situações críticas.
6.38	Empresas de serviços contábeis no estado de São Paulo: características empreendedoras e fatores determinantes para o sucesso dos negócios.	116 empresas vinculadas ao Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo. (Entrevistas)	Identificar quais as características empreendedoras existentes nas Empresas de Serviços Contábeis (ESCs) no Estado de São Paulo influenciam os fatores de sucesso dessas organizações, na opinião de seus gestores.	Características Empreendedoras. Empreendedorismo. Empresas de Serviços Contábeis. Fatores Determinantes de Sucesso.	“O empreendedor possui diferentes graus de risco, do mais conservador ao mais agressivo, mas sempre terá tal atitude.” (p.47) “A existência desse ambiente competitivo e em constantes mudanças, tem como necessidade o conhecimento existente nos recursos humanos da empresa, referente às suas atitudes, valores e habilidades.” (p.71)	O autor refere atitude empreendedora a ambiente competitivo

Fonte: Elaboração própria (2020)

❖ Descrição e análise do Grupo 3

O grupo 3 (três) foi formado pelos textos identificados: 6.25, 6.27, 6.28, 6.29, 6.30, 6.31, 6.32, 6.33, 6.35 e 6.39.

A nuvem de palavras representativas do grupo 3 (Figura 15) mostra que “**Empresa**” e “**Negócio**” foram as mais citadas neste grupo. As palavras citadas remetem a questões empresariais, incubadoras e empresas juniores. Os estudos apontam para a interdisciplinaridade que, enquanto atitude, é prática empreendedora marcada pela ousadia e pela atitude empreendedora conquistada por meio de capacitação, treinamentos e assessorias que podem mudar os rumos de uma vida ou até mesmo de várias. Confirma-se que a ação do ser humano é influenciada pelo ambiente que o cerca, predispondo-o a atitudes e posturas diferenciadas que podem fazer a diferença nesta transição da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento. Registra-se nos trabalhos pesquisados que é nas universidades, que se se aprende e se fortalece atitudes e comportamentos empreendedores e ela está, em parte, ligada às ações de criação e fomento de ambientes inovadores.

Figura 15 - Nuvem de palavras representativas do grupo 3



Fonte: Elaboração própria (2020)

No universo de palavras que remetem à atitude empreendedora encontradas no grupo 3, (geradas pelo Dendrograma e pelo Gráfico de Nuvens e que podem ser conferidas no Quadro 14), as palavras “**Empresa**” e “**Negócio**” foram as mais citadas

nos 10 (dez) trabalhos que compõem esse grupo. Observou-se que, em um total de 55 citações, 58,19% das palavras citadas fazem referência às duas variáveis que aparecem em destaque no Gráfico de Nuvens (Figura 15) e conforme mostra, em dados percentuais, a Tabela 6.

Tabela 6 - Palavras mais citadas em 10 trabalhos que compõem o grupo 3

Variável	n	%
Empresa	19	34,55
Negócio	13	23,64
Contexto	10	18,18
Ação	7	12,72
Aprendizagem	6	10,91
	55	100,00

Fonte: Elaboração própria (2020)

Evidente que as pesquisas desse grupo sugerem que o entendimento de empreendedorismo ou atitudes empreendedoras sejam quesitos importantes para implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, com alterações que envolvem inovação e riscos. Autores descrevem cenários de adversidades onde o empreendedor é movido pela ação e por uma atitude comportamental empreendedora com a finalidade de estabelecer um novo negócio. Figuras as empresas juniores e seu perfil de habilidades e disposições afinadas às demandas das empresas e os fatores que influenciam o sucesso das empresas *spin offs* acadêmicas brasileiras na necessidade de estímulo à criação e fortalecimento da cultura empreendedora em seus ambientes. Aprender com o fracasso precisa ser uma forte ferramenta de motivação para dar realidade aos sonhos empresariais. Os trabalhos citam, inclusive, o empreendedorismo estratégico adquirido através da experiência, em empresas onde o erro é tolerado e constitui aprendizagem. No entanto, os pesquisadores apontam para a importância de se analisar o comportamento empreendedor à luz dos componentes do capital psicológico e da teoria social cognitiva na perspectiva da agência humana, mesmo quando se tratar de serviço público e apontam, inclusive, para uma proposta de metodologia auxiliar desenvolvida à luz da neurociência para melhor performance nos processos.

No entendimento de Dolabela e Filion (2013), as atitudes empreendedoras se expressam através de um determinado tipo de pensamento e ação manifestados pelo

desejo de transformar sonhos em realidade, ou de resolver problemas aparentemente sem solução, na empresa, na gestão pública e na vida das pessoas. No entanto, os sonhos possuem um caráter estruturante somente quando contém a energia necessária para conduzir o sonhador à autorrealização, transformando sua forma de ver e sentir o mundo e na percepção de suas próprias habilidades como condutores da ação.

5.4.4 Demonstração do Quadro 14: trabalhos que compõem o Grupo 3

O **Quadro 14** mostra os trabalhos do Grupo 3, cuja similaridade se destaca para as palavras “**Empresa**” e “**Negócio**”, com maior porcentagem de frequência, (58,19%, conforme apontado na Tabela 6). Os trabalhos apontam para pesquisas sobre os empreendedores universitários atuantes (Empresas Juniores) e *spin offs* acadêmicas buscando identificar fatores de sucesso em empresas que trabalham com tecnologia de ponta e incentivo à inovação através da aprendizagem e treinamento constante. Registra-se a importância da análise do insucesso empresarial que pode propiciar aprendizagem empreendedora nas micro e pequenas empresas.

O “capitalismo do conhecimento” sugere a emergência de um novo perfil de profissional - o empreendedor – cujas afinidades se alinham com uma nova estrutura na universidade. (JARDIM, 2015)

Quadro 14 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 3

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.25	Inovação S/A: estudo sobre o perfil dos empreendedores universitários em incubadoras de empresas e empresas juniores Fernando Rogério Jardim (2015) Sociologia/USP	Alunos e empresários envolvidos em inovação tecnológica, incubados no CIETEC (IPEN/USP/São Paulo) (Entrevistas)	Traçar um perfil dos empreendedores universitários atuantes em incubadoras de empresas e empresas juniores.	Empreendedorismo; Inovação; Universidade; Incubadora de empresas; Empresa júnior	“[...] instituições de abrigam agentes, ora empenhados em levar ao mercado produtos e serviços com alto grau de tecnologia incorporada, aproveitando-se das externalidades oferecidas pela proximidade com as universidades, empresas privadas e institutos de pesquisa, ora preocupados em adquirir já na graduação uma expertise profissional composta de atitudes, habilidades e disposições mais afinadas às demandas das empresas onde atuarão após estarem formados. O que os dados estatísticos apontariam —eis o que pretendemos demonstrar nesta tese —é a emergência dum “novo perfil” de profissional —o empreendedor —dotado de afinidades eletivas com uma nova estrutura da universidade —a universidade de pesquisa —e inseridos ambos num contexto maior —o capitalismo do conhecimento.” (p.38-39)	O autor refere atitude empreendedora a um novo perfil, habilidades e disposições afinadas às demandas das empresas
6.27	Aprendizagem empreendedora em contexto de insucesso empresarial: Estudo com empreendedores de micro e pequenas empresas Tania Regina Frota Vasconcellos Dias (2015) Administração/ UNINOVE	Oito empreendedores foram selecionados por conveniência e disponibilidade (Entrevistas)	Analisar como o insucesso empresarial propicia aprendizagem empreendedora em empreendedores de micro e pequenas empresas	Insucesso empresarial, Aprendizagem empreendedora, Novos negócios.	“[...] a partir do conhecimento prévio ou especializado o empreendedor, diante de uma ação empreendedora, visualiza ou cria correspondências estruturais. Dessa forma, adquire maior probabilidade de reconhecer as oportunidades empreendedoras. E isso é uma habilidade que pode ser aprimorada com a prática e o estudo.” (p.51) “[...] atitude evidencia tanto uma autoestima, ao se sentir competente para tomar decisões, quanto uma orientação pela paixão pela ação, ao antecipar os problemas de imediato.” (p.138) “[...] buscar novas oportunidades ao tempo em que seu negócio não estaria tomando o rumo desejado. Nesse cenário de adversidades o empreendedor é movido pela ação, por uma atitude comportamental, que teve por finalidade estabelecer um novo negócio.” (p.184) “[...] para este empreendedor, a terceira fase da jornada de aprendizagem, a ação reflexiva, se formalizou de maneira súbita.” (p.200)	O autor refere atitude empreendedora a ação, por uma atitude comportamental, que teve por finalidade estabelecer um novo negócio

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.28	SPIN OFFS universitárias de sucesso: um estudo multicase de empresas originárias da escola politécnica da USP e da COPPE da UFRJ. Claudia Pavani (2015) Ciências/USP	Empresas spin offs de sucesso em instituições acadêmicas: Escola Politécnica da USP e COPPE UFRJ (Entrevistas)	Identificar os fatores que influenciam o sucesso das empresas spin offs acadêmicas brasileiras	n/consta	“Universidades federais, estaduais, municipais e privadas: são as entidades geradoras do conhecimento. Possuem trajetórias e culturas próprias, que influenciarão a capacidade de geração de spin offs de sucesso, através de atitudes de estímulo à criação e fortalecimento da cultura empreendedora em seus ambientes.” (p.28) “A orientação empreendedora das universidades, que se refere à cultura da universidade que fortalece atitudes e comportamento empreendedores entre seus membros, está, em parte, ligada às suas ações de criação e fomento de ambientes inovadores.” (p.182)	O autor refere atitude empreendedora a estímulo à criação e fortalecimento da cultura empreendedora em seus ambientes
6.29	Empreendedores brasileiros na educação física e no esporte: atitudes inovadoras de pioneiros Dirce Maria Corrêa Da Silva (2015) - Ciências do Exercício e do Esporte/UERJ	Empreende- dores de grande notoriedade na Educação Física e do Esporte de destaque nacional. (Entrevistas)	Identificar e caracterizar ações e motivações empreendedoras e inovadoras na gestão de líderes empreendedores da Educação Física e do Esporte brasileiros	Gestão Empreendedo- rismo Inovação	“Para ser entendido como empreendedor o gestor associa às suas ações cotidianas atitudes ágeis e surpreendentes e que podem trazer sucesso e resultados também surpreendentes para o negócio.” (p.34). “Suas atitudes demonstram soluções diferenciadas e inovadoras para a resolução de problemas do cotidiano escolar como a falta de formação continuada ou de recursos para tal.” (p.80). “Percebeu-se na oportunidade que a inquietude inerente aos empreendedores os faz sempre pensar no futuro em busca de ações e atitudes inovadoras.” (p.86) “[...] tal como os empreendedores empresariais com atitudes agressivas na ocupação de espaços mercadológicos.” (p.88). “Foi a partir de atitudes por vezes de risco profissional que os professores empreendedores deste estudo determinaram mudanças e promoveram eventos esportivos e científicos de reconhecimento nacional e internacional, com inserção posterior de inovações de impacto em entidades locais e regionais.” (p.92) “[...] ser brasileiro e conviver com a diversidade pode ser um grande indicador do caráter empreendedor nas atitudes cotidianas, facilitando uma administração/gestão diferenciada”. (p.111). “[...] atitude gerencial visionária demonstra para efeito de demonstração nesta pesquisa uma preocupação com o futuro e com possibilidades de melhoria da realidade.” (p.112)	O autor refere atitude empreendedora a soluções diferenciadas e inovadoras para a resolução de problemas do cotidiano escolar.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.30	O desenvolvimento das competências empreendedoras no ambiente de incubadoras na América Latina: a percepção de gestores e empreendedores. Nelson Destro Fragoso (2015) Administração de Empresas (Mackenzie)	Gestores de incubadoras e pesquisadores em empreendedorismo (ANPROTEC/SEBRAE) (Entrevistas)	Analisar as competências percebidas pelos empreendedores em incubadoras	Empreendedor Competências Empreendedoras, Desenvolvimento empreendedor.	<p>“O empreendedor busca sempre a motivação para equilibrar com a perda de energia ocorrida durante o desenvolvimento dos seus projetos. Aprender com os fracassos também pode virar uma forte ferramenta de motivação, para dar realidade a seus sonhos.” (p.20)</p> <p>“Habilidade de comunicação, tomada de decisão adequada ao identificar o mercado e ter condições de calcular a rentabilidade do negócio.” (p.87)</p> <p>“Persistência, orientação ao sucesso, com energia e disponibilidade de fazer o que realmente é necessário, ou seja, a atitude e iniciativa.” (p.87)</p> <p>“[...] o foco é a atitude do empreendedor como pessoa, isto ocorre por meio de capacitação da equipe, por meio de treinamentos e assessorias diversas.” (p.129)</p> <p>“A crítica às ações das incubadoras é que em sua maioria as incubadoras continuam tendo um foco no desenvolvimento dos negócios e os empreendedores para gestão profissional, tendo como uma ação também a ajuda na busca de recursos financeiros, pouco se faz no sentido de desenvolver o empreendedor e sua equipe. São cursos, capacitações no sentido de desenvolver habilidades pessoais no que diz respeito às atitudes empreendedoras de cada membro da equipe.” (p.129)</p>	O autor refere atitude empreendedora a Persistência, orientação ao sucesso, com energia e disponibilidade de fazer o que realmente é necessário
6.31	O papel mediador da aprendizagem no processo do empreendedorismo estratégico em pequenas e médias empresas de alto crescimento orgânico. Valmir Alves Ventura (2016) Administração/ UNINOVE	Gestores colaboradores de 6 pequenas e médias empresas de grandes estados brasileiros (Entrevistas)	O processo empreendedorismo estratégico através da aprendizagem.	Empreendedorismo estratégico, Estratégias de prospecção e de Aproveitamento, Aprendizagem mediadora, Empresas de alto crescimento orgânico	<p>“O incentivo à inovação fez com que alguns colaboradores identificassem novos meios de obter recursos e desenvolvessem novos projetos. Essa atitude serviu de exemplo para outros colaboradores. O erro é tolerado, pois a empresa trabalha com algumas tecnologias de ponta, sem referência no mercado. Mesmo nesse ambiente dinâmico, alguns colaboradores têm aversão ao risco, e a direção tenta “empurrar um pouquinho” esses colaboradores. Há liberdade para contato e negociação direta com fornecedores.” (p.100)</p> <p>“Os exemplos de atitude e inovação por parte da direção, o estímulo à capacitação e a contratação de novos colaboradores com “um perfil empreendedor” criaram um clima organizacional propício à experimentação e à aprendizagem. Para que isso ocorresse, o erro foi aceito como parte do processo [...] o erro recorrente é tratado como um problema, sobre o qual os colaboradores possuem autonomia para discutirem, experimentarem e proporem soluções à direção.” (p.112)</p> <p>“A tensão é gerada, por exemplo, ao lidar com novos processos ou pela ameaça da concorrência, e tende a ser negativa caso não haja a intervenção da liderança, com suporte e exemplos de atitude positiva.” (p.168)</p>	O autor refere atitude empreendedora ao incentivo à inovação e à capacitação.

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.32	Comportamento empreendedor à luz do constructo do capital psicológico e da teoria social cognitiva, na perspectiva da agência humana. Luciano Gonçalves De Lima (2016) Administração/ UNINOVE	21 empreendedores que integram a diretoria da Associação Comercial e Empresarial, o Conselho da Mulher Empresária, e o Conselho do Jovem Empresário da cidade de Paranaíba-PR. (Entrevistas)	Analisar o comportamento empreendedor à luz dos componentes do constructo do capital psicológico e da teoria social cognitiva, na perspectiva da agência humana.	Comportamento Empreendedor, Capital Psicológico, Teoria Social Cognitiva, Agência Humana	“[...] as atitudes de solidariedade à luz dos constructos desta pesquisa podem ser traduzidas pela auto eficácia dos empreendedores ao se envolverem em projetos que contribuem para o fortalecimento e desenvolvimento do comércio, pelo otimismo de ver funcionários e familiares sobrevivem a partir dos negócios e discernirem que a cooperação pode ser uma forma de sair da crise. [...] na intencionalidade e doação ao se envolverem em ações sociais ao ajudar instituições carentes e pela autorreatividade e autorreflexão quando perceberam ações de cooperação e que famílias sobrevivem do seu empreendimento.” (p.109) “A auto eficácia também foi importante no processo de desenvolvimento do negócio desencadeando comportamento empreendedor, por meio de crenças, atitude de buscar meios, inovar e diversificar, conforme relatado por essa empreendedora.” (p.129) “O otimismo está relacionada à capacidade de acreditar e buscar desenvolver ações que possam nortear nossas atitudes.” (p.133)	O autor refere atitude empreendedora a crenças e atitude de buscar meios, inovar e diversificar
6.33	Significados do empreendedorismo no setor público no contexto municipal brasileiro Josiel Lopes Valadares (2016) Administração/ UFLA	Assessores e gestores das organizações representativas dos municípios no Brasil e prefeitos e assessores dos municípios. (Entrevistas)	Compreender os significados do Empreendedorismo no Setor Público (ESP) no contexto dos municípios no Brasil.	Empreendedorismo no Setor Público. Município. Federalismo. Políticas Públicas	“[...] uma administração pública gerencial/empreendedora com foco na flexibilidade, no desempenho e na eficiência.” (p.22) “A ação do empreendedor é fundamental para o alcance de tal desenvolvimento, pois é ele que tem a capacidade de incitar as mudanças necessárias para que determinada organização, território ou instituição alcance soluções inovadoras para os problemas encontrados em seu contexto.” (p.34) “[...] foca a ação empreendedora dos empreendedores nas organizações públicas. São três variáveis importantes para a compreensão do ESP: a inovação, a propensão ao risco e o estado de alerta por oportunidades.” (p.120) “A ação dos empreendedores públicos locais pesquisados, desta maneira, reflete uma atitude mecanomórfica onde há a necessidade de operacionalizar aqueles mecanismos tomados como capazes de garantir o resultado nos municípios.” (p.226)	O autor refere atitude empreendedora a capacidade de incitar as mudanças necessárias

continua

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
6.35	Empreendedorismo por Oportunidade: Objeto de Aprendizagem com Proposta Metodológica, desenvolvida à Luz da Neurociência, para Melhorar a Performance na Capacidade de Identificar Oportunidades de Negócios. Walter Cezar Nunes (2016) Informática na educação/ UFRS	Professores e alunos da disciplina de Empreendedorismo da Escola de Negócios ENE-Excellence/ Maranhão. (capacitação/ questionário de avaliação)	Proposta de uma metodologia auxiliar, desenvolvida à luz da neurociência, que melhore a performance no processo de identificar oportunidades de negócios.	Neurociência, MCC- Mapeamento Cognitivo Cerebral, Busca de Oportunidades, Empreendedorismo, Comportamento Empreendedor, MADE-PERFIO, Neuroempreendedorismo.	“[...] a existência de professores com uma atitude de mentores de novos negócios e o espírito empreendedor dominante em toda a instituição.” (p.17) “[...] o grupo de empreendedores realmente estava envolvido com o teste no sentido de praticar sua habilidade de negócio em um contexto simulado, sendo essa atitude talvez uma principal diferença entre empreendedores e não empreendedores. Enquanto um empreendedor é capaz de considerar todo e qualquer contexto para avaliação dos riscos financeiros, um não empreendedor pode depender de um contexto mais pessoal para ser capaz de calcular adequadamente os riscos que pode ou não correr.” (p.111)	O autor refere atitude empreendedora a prática de habilidade pensada em relação a um contexto.
6.39	Currículo e interdisciplinaridade profissional: base para uma nova gestão empreendedora Odair Silva Soares (2016) Educação: Currículo/ PUC-SP	Transição da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento. (Pesquisa bibliográfica)	Tentar desvelar o quanto interdisciplinaridade e empreendedorismo identificam-se e podem contribuir de maneira determinante e em diversas dimensões na gestão das micro e pequenas empresas.	Administração. Ecossistema Empreendedor. Gestão. Interdisciplinaridade de Profissional. Micro e Pequena Empresa.	“A interdisciplinaridade enquanto atitude é uma prática empreendedora, marcada pela coragem e pela ousadia.” (p.7) “A articulação entre a administração, a história de vida, a interdisciplinaridade e o empreendedorismo, objetivou demonstrar como atitudes e posturas podem mudar os rumos de uma vida ou até mesmo de várias. A ação de um ser humano não é isolada, insere-se em um contexto muito maior que a sua própria vida, influenciada pelo ambiente que o cerca, influenciando mais ou menos nesse contexto, dependendo de sua predisposição interdisciplinar e empreendedora.” (p.20) “No âmbito da cultura empreendedora as pesquisas (auto) biográficas têm feito emergir enormes contribuições para melhor compreensão do cotidiano empreendedor, das melhores práticas em determinados contextos, de atitudes e posicionamentos puros de iniciativa e criatividade, de visões e insights revolucionários.” (p.30)	O autor refere atitude empreendedora a coragem e ousadia, iniciativa e criatividade.

Fonte: Elaboração própria (2020)

❖ Descrição e análise do Grupo 4

O grupo 4 (quatro) foi formado pelo texto identificado nº 1.

A nuvem de palavras representativas do grupo 4 (Figura 16) mostra que “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e “**Orientação**” foram as mais citadas no trabalho deste grupo. As palavras citadas remetem à capacidade dinâmica multidisciplinar de gerentes de empresas de médio e grande porte. Os estudos apontam para a grande capacidade de proatividade e inovatividade alcançada por estes gerentes proativos com perfil de alta liderança.

Figura 16 - Nuvem de palavras representativas do Grupo 4



Fonte: Elaboração própria (2020)

No universo de palavras que remetem à atitude empreendedora encontradas no trabalho do grupo 4, (geradas pelo Dendrograma e pelo Gráfico de Nuvens e que podem ser conferidas no Quadro 15), as palavras “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e “**Orientação**” foram as mais citadas neste trabalho do grupo 4. Observou-se que, em um total de 17 citações, 76,48% das palavras citadas se referem às três variáveis que aparecem em destaque no Gráfico de Nuvens (Figura 16) e conforme mostra, em dados percentuais, a Tabela 7.

Tabela 7 - Palavras mais citadas em 1 trabalho que compõe o grupo 4

Variável	n	%
Organizacional	5	29,42
Capacidade	4	23,53
Orientação	4	23,53
Inovação	2	11,76
Desafios	2	11,76
	17	100,00

Fonte: Elaboração própria (2020)

A análise mostra que as palavras “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e “**Orientação**” que foram citadas com maior destaque, remetem à *performance* organizacional ou ambidestria organizacional, que é a capacidade da empresa operar de forma satisfatória em todos os ambientes. O pesquisador explorou os dizeres de autores importantes sobre o tema, no entanto, ratifica não ter encontrado literatura internacional relevante sobre ambidestria organizacional. Embora o mesmo não tenha utilizado o termo atitude empreendedora, cita atitude audaciosa como precursora para alcançar os objetivos da empresa e refere-se à orientação empreendedora como tomada de decisão estratégica, decisões e ações voltadas à atividade empreendedora. Como resultado, o trabalho enfatiza que a ambidestria organizacional, ou seja, essa forma eficiente de gestão e equilíbrio das atividades pode ser uma oportunidade para que as empresas revejam suas práticas, considerando a adaptação dos negócios ao ambiente externo, mudando os processos internos e sua cultura organizacional, inovando no lançamento de novos produtos e mudanças incrementais em processos. Percebe-se que os estudos levaram em consideração não só a questão da competitividade internacional, mas também a importância da interação ser humano – organizações – capital dentre os funcionários. A pesquisa revela que a equipe pode ser motivada por vários fatores, entre eles a proatividade, a inovatividade e o uso de novas tecnologias. Como as organizações de médio e grande porte estão inseridas em um ambiente de grande competitividade, turbulência e complexidade, a geração de novas habilidades e competências visa melhor exploração dos ambientes interno e externo. Para que a organização conte com lideranças inovadoras e colaboradores dotados de visão e criatividade, aplica-se a ambidestria simultânea com um empreendedor para a equipe de inovação de

crescimento e outro responsável pela parte de sustentação. A ambidestria organizacional também representa uma oportunidade para que os gerentes de empresas repensem e revejam suas práticas de gestão e tentem novas adaptações visando sempre a inovação.

Reafirma-se, no trabalho, a importância de estender as várias dimensões da proatividade e da inovatividade como precursoras da orientação empreendedora, no desenvolvimento de novas habilidades e competências junto aos funcionários, fazendo com os mesmos sejam capazes de proporcionar novas percepções e ideias criativas.

5.4.5 Demonstração do Quadro 15: trabalho que compõe o Grupo 4

O **Quadro 15** mostra o trabalho do Grupo 4, cuja similaridade se destaca para as palavras “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e “**Orientação**”, com maior porcentagem de frequência, (76,48%, conforme apontado na Tabela 7). O trabalho descreve uma pesquisa survey com 385 gerentes de empresas de médio e grande porte, exportadoras e importadoras do setor de transformação localizadas nos três estados da região sul do país com a finalidade de mensurar as capacidades dinâmicas e ambidestria organizacional em relação à orientação empreendedora e performance organizacional.

Quadro 15 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 4

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
1	Capacidades dinâmicas e ambidestria organizacional como variáveis mediadoras da relação entre orientação empreendedora e performance organizacional Rodrigo Marques de Almeida Guerra (2017) Administração UCS/PUCRS	Revisão sistemática da literatura-publicações acadêmicas - survey aplicada com 385 gerentes de empresas de médio e grande porte localizadas na região sul do país.	Mensurar o impacto das CDs (Capacidades Dinâmicas) e da AMB (Ambidestria Organizacional) como variáveis mediadoras da relação entre OE (Orientação Empreendedora e PO (Performance Organizacional)	Orientação empreendedora. Ambidestria organizacional. Capacidades dinâmicas. Performance organizacional. Variável mediadora.	“Geralmente, empresas com alto nível de orientação empreendedora apresentam comportamento de risco, tais como: grande volume de dívidas e/ou comprometimento de recursos”. (p.37). “A concentração de empresas no quadrante ‘Orientação Empreendedora’ pode caracterizar predominância de proatividade e inovatividade por parte da firma, em relação à capacidade absorptiva e de inovação, mesmo com atuação no ambiente externo”. (p.180). “Um gerente proativo é capaz de desenvolver percepção aguçada em relação a elementos que possam interferir na cultura organizacional, passando a influenciar funcionários, com perfil de liderança, a assumirem novos desafios na organização”. (p.182).	O autor refere atitude empreendedora a atitude proativa, à capacidade de inovação, à assunção de novos desafios.

Fonte: Elaboração própria (2020)

Tabela 8 - Palavras mais citadas em 1 trabalho que compõe o grupo 5

Variável	n	%	
Organizacional	6	28,58	} 66,68%
Capacidade	4	19,05	
Desempenho	4	19,05	
Orientação	3	14,28	
Aprendizagem	2	9,52	
Inovação	2	9,52	
	21	100,00	

Fonte: Elaboração própria (2020)

Este grupo é representado pela Figura 17 e pela Tabela 8 e conta com um único trabalho de nº 8. A maior incidência é das palavras “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e **Desempenho** que remetem à capacidade de aprendizagem organizacional, capacidade de inovação organizacional e orientação empreendedora no desempenho organizacional, estudados amplamente no sentido de relacionar a inovação aos fatores antecedentes na produção de um desempenho superior, ligados à vantagem competitiva. O estudo é totalmente voltado para empresas do ramo têxtil de Santa Catarina. Observou-se que, dentre os desafios enfrentados, a falta de habilidade quanto à proteção ambiental tem resultado em degradação dos ecossistemas e contaminação do ambiente aquático pela descarga de água residual. Neste sentido, verificou-se que as atitudes empreendedoras são orientadas a processos estratégicos empresariais, com base em decisões e ações para enfrentamento dos problemas ambientais e também de logística. O trabalho destaca a importância da indústria têxtil para a economia com suas inferências na empregabilidade e, principalmente, na qualidade de vida da população, no entanto, alerta para a necessidade de se estabelecer regras de proteção ambiental no sentido de que as inovações utilizem critérios que possam trazer mais benefícios ao entorno através do respeito ao meio ambiente. Neste sentido, torna-se fundamental o desenvolvimento de estratégias competitivas inovadoras como instrumento importante, tanto para a manutenção do mercado interno como para inserção no mercado mundial.

O trabalho tem como conclusão a certeza de que o Brasil tem perdido competitividade no mercado mundial de confecções em face do baixo custo de confecção dos países asiáticos, além de décadas de falta de automação industrial e de

políticas orientadas à inovação. Neste sentido, o trabalho avaliou a influência da inovação mediada pela orientação empreendedora e pelas capacidades de aprendizagem organizacional.

Destarte, a leitura do trabalho possibilitou observar que o investimento da empresa na aprendizagem organizacional traz benefícios diretos quais sejam: preparo para lidar com clientes e competidores; melhora na capacidade de inovação organizacional e recursos para explorar novos mercados. A orientação empreendedora representa as iniciativas arriscadas e proativas visando melhorar a competitividade organizacional, ou seja, a aceitação de riscos é comum no dia-a-dia da organização. No geral, o trabalho versa sobre condições de melhoria para empresas de médio e grande porte e quanto à atitude empreendedora, citou-se apenas a autonomia como ação independente de um indivíduo ou grupo no sentido de levar adiante uma visão ou conceito de negócio.

5.4.6 Demonstração do Quadro 16: trabalho que compõe o Grupo 5

O **Quadro 16** mostra o trabalho do Grupo 5, cuja similaridade se destaca para as palavras “**Organizacional**”, “**Capacidade**” e “**Orientação**”, com maior porcentagem de frequência, (66,68%, conforme apontado na Tabela 8). O trabalho é uma pesquisa quantitativa do tipo *survey* com uma amostra de 322 organizações pequenas, médias e grandes do setor têxtil de Santa Catarina e trouxe como contribuição um framework para servir de guia no auxílio a uma gestão da inovação mais eficiente, na otimização dos processos e na potencialização do crescimento econômico. O Quadro 14 mostra que a atitude gerencial estratégica, com base na orientação empreendedora, pode fazer a diferença no aumento da competitividade e na melhoria dos processos.

Quadro 16 - Trabalhos agrupados por nível de similaridade – grupo 5

	Título/Autor(a)/ Ano/Curso/ Universidade	População estudada/ Intervenção	Objetivos do estudo	Palavras-chave	Textos extraídos do original para subsídio aos comentários	Comentários sobre os textos extraídos
8	Influência da capacidade de aprendizagem organizacional, da capacidade de inovação organizacional e da orientação empreendedora no desempenho inovador e organizacional. Linda Jessica De Montreuil Carmona (2018) Ciências Contábeis / FURB	Pesquisa quantitativa do tipo levantamento (survey) aplicada a uma amostra de 322 organizações pequenas, médias e grandes do setor têxtil catarinense.	Avaliar a influência conjunta da capacidade de aprendizagem organizacional, da capacidade de inovação organizacional e da orientação empreendedora no desempenho organizacional mediada pelo desempenho inovador de empresas têxteis de Santa Catarina	Capacidade de Aprendizagem Organizacional. Capacidade de Inovação Organizacional. Orientação Empreendedora. Desempenho Inovador. Desempenho Organizacional. Indústria Têxtil.	“A OE (orientação empreendedora) é descrita como a atitude gerencial estratégica orientada a decisões e ações empreendedoras”. (p.8) “A OE é composta pelas dimensões de proatividade no mercado, agressividade competitiva, aceitação de risco e inovatividade”. (p. 109)	A autora refere atitude empreendedora a mentalidade empreendedora para questionar os paradigmas vigentes e tomar decisões proativas e competitivamente e agressivas

Fonte: Elaboração própria (2020)

5.4.7 Análise dos Grupos 0, 1, 2, 3, 4 e 5 e resposta à questão de pesquisa

Todas as palavras das Tabelas 3, 4, 5, 6, 7 e 8 e respectivas nuvens de palavras foram condensadas na Figura 18 (Tabela 11 correspondente). A intenção é mostrar as palavras mais citadas nos quadros-resumo a fim de se responder a questão de pesquisa apresentada neste trabalho: *Qual é a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil?*

Figura 18 - Palavras mais visualizadas nas nuvens apresentadas nos grupos 0,1,2,3,4,5.



Fonte: Elaboração própria (2020)

A Tabela 9 mostra todas as palavras encontradas nos quadros apresentados (11, 12, 13, 14, 15 e 16) em valores percentuais para posterior avaliação de resultados.

Tabela 9 - Palavras mais citadas nas Tabelas 3, 4, 5, 6, 7 e 8.

Variável	n	%
Empresa	46	10,98
Inovação	34	8,11
Negócio	33	7,88
Capacidade	33	7,88
Universidade	27	6,44
Educação	27	6,44
Prática	26	6,20
Orientação	25	5,97
Social	25	5,97
Comportamento	21	5,01
Competência	21	5,01
Criatividade	21	5,01
Trabalho	13	3,10
Habilidade	11	2,63
Organizacional	11	2,63
Contexto	10	2,37
Conhecimento	9	2,15
Aprendizagem	8	1,91
Ação	7	1,67
Desempenho	4	0,95
Ambiente	3	0,71
Características	2	0,49
Desafios	2	0,49
	419	100,00

Fonte: Elaboração própria (2020)

Em resposta à questão de pesquisa apresentada neste trabalho: *Qual é a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil?*

Avalia-se que a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil é de que, de um modo geral, o estudo de todos os trabalhos pertencentes aos grupos (0, 1, 2, 3, 4 e 5) e as nuvens de palavras correspondentes possibilitaram a compreensão de que ainda se entende por empreendedor o indivíduo com determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, ou seja, enxerga-se o empreendedorismo como estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto empresarial, associado à geração de riquezas e empregos.

O entendimento geral é de que a educação empreendedora se resume a treinar o aluno para desenvolver habilidades comportamentais empreendedoras focadas em solução de problemas empresariais, formar uma rede de contatos lucrativa, buscar oportunidades de lucro com a ideia principal de educar para a resolução de grandes desafios. Em resumo, empreender é ter uma ideia, elaborar um plano de negócios, abrir uma empresa, ser inovador.

Observa-se na Figura 18, que a palavra **“Empresa”** foi a mais citada em todos os 72 quadros agrupados em seis grupos de 0 a 5, seguida de **“Inovação”**, **“Negócio”** e **“Capacidade”**, palavras que remetem ao universo empresarial. Para ilustrar essa afirmação, toma-se o grupo 1 que mostra a predominância da capacidade de inovação aprendida nos ambientes universitários de interação, a criação de simuladores de negócios, a orientação empreendedora nas organizações e alguns estudos com empresários empreendedores. A orientação empreendedora citada e estudada em quase todos os trabalhos aponta para os processos de criação de empresas e políticas de inovação. Alguns trabalhos relatam a trajetória de vida de empreendedores de sucesso em empreendedorismo sustentável e projetos sociais. As propostas de modelos de negócio, os modelos para criação de spin-offs acadêmicas e os modelos de mensuração de competitividade em empresas apontam para a orientação empreendedora como influência para o sucesso nas organizações.

Desta forma, também se percebe os grupos 2, 3, 4 e 5 com trabalhos predominantemente voltados para competências empresariais. Neste caso, as atitudes empreendedoras manifestam-se nas intenções de oportunidades de negócios, no fortalecimento das indústrias e comércio, nas incubadoras e nas empresas juniores. As capacidades de inovação e desempenho com características empreendedoras são fatores consideráveis ligados à vantagem competitiva.

De forma geral, os seis grupos estudados apresentam o empreendedor como indivíduo capaz de identificar oportunidades e transformá-las em uma empresa lucrativa e de sucesso. No entanto, os vinte e quatro trabalhos que integram o grupo 0 (zero) apresentam uma nova visão do empreendedorismo. Os trabalhos chamam a atenção para a importância da educação enquanto prática transformadora da sociedade, formadora de atitudes e comportamentos na busca por desenvolvimento de modelos pedagógicos a favor de um aprendizado motivador e crítico.

Muitos trabalhos apontam para a importância da experiência docente e dos professores empreendedores enquanto agentes de mudança e pesquisam o olhar do aluno para esses professores ao mesmo tempo em que sugerem formas modernas de melhorias às práticas pedagógicas como as TDICs (Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação), por exemplo. Dois trabalhos ligados à área da enfermagem apontam para a importância de uma prática social empreendedora e estudam o perfil empreendedor dos alunos, dada a sua relevância no sentido de contribuir para um trabalho mais humanizado. As competências empreendedoras dos gestores das médias e grandes empresas foram objeto de estudo de alguns trabalhos que se empenharam em construir um modelo de mensuração da intenção empreendedora. As vinte e quatro teses deste grupo se ocuparam de pesquisas voltadas para o estudo de empreendedores solidários, para a análise do empreendedorismo no contexto social e de mulheres em situação de vulnerabilidade, para a importância dos microempreendedores em suas produções artesanais, e também das universidades e sua grande missão de ensinar e de preparar o aluno para ser, saber e fazer. Para além da criação de empresas, a atitude empreendedora ativa o instinto de sobrevivência possibilitando enxergar através da situação presente e instiga o indivíduo a atentar para a construção de um projeto de vida, a estar preparado para enfrentar possíveis desafios e a prever o inesperado.

Não menos importantes são as críticas que revelam o lado perverso da burguesia que justifica as mazelas da pobreza através da postura empreendedora, e do docente que não vê perspectiva em seu trabalho, reduzido a uma prática de certa forma, sem definições.

As palavras “**Universidade**” e “**Educação**” tiveram uma participação expressiva nas teses apresentadas neste trabalho mostrando que, nesta perspectiva sobre a educação e atitudes empreendedoras, professores e alunos são agentes de inovação, capazes de propor uma sociedade de ideias democráticas, preocupadas com o bem comum, princípios que derivam para o aumento de oportunidades e diminuição da exclusão social, intelectual e moral e que podem evoluir ou para uma grande empresa que traga benefício ao país, ou para a realização de seus próprios objetivos e integração na sociedade.

Porém, lembrando Bourdieu (2008, p. 36) e sua fala sobre o modelo de ensino adotado na maioria dos países, que compreende o interesse sempre crescente de famílias privilegiadas: “as mais altas instituições escolares, aquelas que levam às mais altas posições sociais, sejam cada vez mais monopolizadas por crianças de categorias sociais privilegiadas...”, o autor arremata: “A criação da sociedade nacional acompanha a afirmação da possibilidade da educação universal: todos os indivíduos são iguais perante a lei, o Estado tem o dever de fazer deles cidadãos, dotados dos meios culturais de exercer ativamente seus direitos civis.” (BOURDIEU, 2008, p. 105-106)

Pensando nesta direção, alguns problemas podem assolar a educação no Brasil, atingindo os jovens direta ou indiretamente como:

(i) Falta de estímulo: é a educação engessada, que forma repetidores e não admite questionamento e os questionadores são tidos como rebeldes; a falta de incentivo e o descaso com a educação brasileira por parte dos governantes, que cria várias gerações que pensam pequeno (a geração tanto faz); a qualidade precária do ensino com professores desmotivados e salas de aula lotadas (MORAN, 2007, p. 45);

(ii) Falta de acesso: a maioria dos jovens interrompe os estudos para trabalhar,

(iii) Falta de referências: sem estímulo e sem acesso, os jovens não têm referências de inovação e empreendedorismo, não acompanham o avanço da tecnologia, não sabem e não se interessam por temas como: Inteligência Artificial, Big Data e Empreendedorismo.

Neste sentido, Moran (2007, p. 14) defende que há muitos exemplos de que a escola é burocrática, amarrada, apresenta lentidão de gestão, um corolário sem fim de normas, leis, portarias, decretos federais, estaduais e municipais, quebra de continuidade de projetos com entrada de novos governantes, e complementa que tudo está acontecendo ao mesmo tempo: atraso, burocracia e inovação. O autor, no entanto, ressalta que há que se ter visão realista, mas não desesperançada das dificuldades, levando-se em conta que a escola é uma das instituições mais resistentes à mudança, junto com as igrejas. É certo que, apesar dos percalços, está havendo uma revolução silenciosa em escolas inovadoras, há muitos grupos de profissionais competentes e de alunos realizando experiências fantásticas. A escola está mudando aos poucos, com novos projetos e uso criativo de tecnologias que possibilitam construir ambientes de aprendizagem interativos com metodologias mais participativas, ou seja, as mudanças estão acontecendo.

Em resumo, seja para fins de abertura de um negócio próprio, seja para fins sociais ou até mesmo pessoais, os trabalhos aqui estudados são unânimes em referenciar que a educação empreendedora proporciona não só uma nova dimensão de oportunidades para os indivíduos,

induzindo a ações que incorporam a investigação, o planejamento, a solução de problemas e a construção de conhecimento para promover a tomada de decisão, mas também são responsáveis por atitudes empreendedoras que geram um ambiente inovador e positivo para as questões sociais. Na definição do SEBRAE (2019): a Educação Empreendedora vai para além da abertura de um negócio, trata-se do desenvolvimento de uma cultura em que a pessoa se sinta sensibilizada, preparada e empoderada para o alcance de seus objetivos de vida.

A busca pela inovação, termo bastante citado em alguns trabalhos, tem sua origem no desenvolvimento do potencial empreendedor do indivíduo e nas características que mais contribuem para a realização desse potencial, tais como: inovação, criatividade, competência, visão, necessidade de realização, perseverança e identificação de oportunidades.

Como observado na maioria dos trabalhos, a nível organizacional, a mentalidade empreendedora pode conferir uma cultura de empreendedorismo e atitudes empreendedoras responsáveis pela expansão econômica da empresa, pela competitividade e pelas estratégias de inovação. A nível social, a mentalidade empreendedora pode apontar para caminhos de integração e liderança responsáveis por uma sociedade mais livre e compartilhada com o bem comum.

6 DISCUSSÃO E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Esta seção traz uma discussão sobre os temas empreendedorismo e atitudes empreendedoras, as controvérsias que os cercam e o entendem como capitalismo, bem como as opiniões dos autores em relação a um assunto tão polêmico. Aponta-se, inclusive, para as limitações deste estudo.

6.1 DISCUSSÃO

Embora permeado de controvérsias, o empreendedorismo tem sido uma estratégia de fomento à cultura dada sua difusão no âmbito das universidades, colégios técnicos e até mesmo no ensino fundamental. À parte opiniões contrárias, o empreendedorismo tende a impulsionar o desenvolvimento socioeconômico, identificar problemas da comunidade e do cotidiano, apresentar soluções e é fator intrínseco do desenvolvimento regional. Ademais, o empreendedorismo tem forte influência na competitividade da área em que atua e molda a atividade profissional da população absorvendo fatores específicos da região como recursos naturais e humanos. (DOMAŃSKA; ŻUKOWSKA; ZAJKOWSKI, 2018).

Observou-se, entretanto, um lado negativo da onda do empreendedorismo, na crença de que o empreendedorismo surge para dar resposta às demandas dos grupos empresariais e às falhas dos seus trabalhadores, culpabilizando o sistema de ensino pela falta de competências. Alguns autores consideram que a ideia de empreendedorismo adquire papel primordial na sociedade: assegurar que cada indivíduo assuma, como suas, as metas de reprodução do sistema capitalista. Esse procedimento se desvia da busca pela emancipação humana e promove formas opressivas de comportamentos individuais por meio de condutas que buscam alcançar apenas os objetivos do capital. Os autores ainda arrematam que, para atender a essa nova realidade, é esperado que o trabalhador adquira competências, domínio de métodos e técnicas em um contexto de produtividade, eficácia e eficiência dos processos e afirmam que esta é a lei do mercado capitalista para sobreviver à concorrência. (SABINO, 2010; COSTA, 2009; SOEIRO, 2016)

Desta forma, o empreendedorismo nada mais é do que um sonho travestido em discurso mais simples e técnico (SABINO, 2010) aparentemente democrático, mas que, em síntese, supervaloriza as escolhas e as liberdades individuais como o único caminho para a salvação do indivíduo. Entretanto, assim que os empreendedores tiverem desenvolvido habilidades e apreendido o conhecimento necessário para olharem o mundo como extensão do

capital, (COSTA, 2009) o sucesso ou fracasso dependerão única e exclusivamente de seu desempenho e esforço pessoal, isto é, cabe a eles o ônus da vitória ou do fracasso.

A partir deste raciocínio, Mészáros (2004, p. 16-17) afirma: “Apenas a mais vasta concepção de educação nos pode ajudar a insistir no objetivo de uma mudança verdadeiramente radical proporcionando alavancas que rompam a lógica mistificadora do capital”. O autor reitera que as pressões exteriores remetem às perspectivas globais da sociedade de consumo e que, sem uma ação coletiva no sentido de dirimir esta grave situação paralisante, não há sustentação para um aprendizado crítico e transformador.

De outro ângulo, De Vries (1985) aponta para a tensão que alguns empreendedores enfrentam. Intimamente relacionados com a necessidade de controle, não confiam nem assumem toda a responsabilidade, pois querem estar preparados para um desastre e assim, vivem no limite. Paradoxalmente, se sentem melhor quando sua sorte está pior. Quando estão no topo do sucesso temem a competição e a inveja por parte dos colegas. Nessa perspectiva, Callon (1995, p. 37) compara o empreendedor a um cientista cuja sabedoria obedece a uma economia de troca: é avaliado positivamente por seus colegas e recebe reconhecimento, e por sua vez, reforça confiança neles através de sua avaliação.

Não obstante, convém lembrar McClelland (1961, p. 291) que afirmava que o empreendedor tem vários caminhos. Se ele tiver foco apenas em suas próprias realizações pessoais, agindo como individualista em uma realização egoísta, competitiva e manipuladora baseada em questões financeiras, é provável que ele arrisque, quebre as regras do negócio e crie uma ineficiência considerável na empresa. Se ele idealisticamente não expressa nenhum interesse em lucro, ele perde a principal medida para verificar se a organização está operando de forma eficiente ou não. Esse é o ponto frequentemente mal entendido tanto por amigos quanto por inimigos do sistema de empresas privadas. Ambas implicam que o lucro é importante como um fim, ou como um incentivo, quando na verdade sua maior importância é como um critério de medida ou valor em termos do qual a eficiência das operações do negócio pode ser julgada.

Dessa forma, é correto afirmar que o empreendedorismo apresenta uma forte visão capitalista, voltada para os negócios e para o lucro, ideia associada à capacidade de criar e gerir empresas, ter sucesso, gerar emprego, renda e riqueza. No entanto, seu verdadeiro significado vai muito além, preservando acima de tudo, a realização do indivíduo como dono do seu próprio destino, despertando-lhe atitudes de inquietação e ousadia em sua relação com o mundo (ZAMBON, 2015, p. 8).

Mackey e Sisodia (2018) explicam que essa desconfiança em relação ao empreendedorismo e ao capitalismo se deve à ideia de que a riqueza é um patrimônio estanque resultado do mercantilismo, quando na realidade, é resultado da combinação de recursos, trabalho e inovação e que a prosperidade de um não implica no empobrecimento do outro. Em relação à visão capitalista em torno do empreendedorismo, os autores reconhecem que as grandes corporações são amplamente vistas como gananciosas, egoístas, exploradoras e indignas de confiança.

Estas suposições que classificam empresas como meras multiplicadoras de lucros levaram os estudiosos a criar modelos que tentam elucidar alguns dos mecanismos de funcionamento da economia por meio da observação e da descrição do comportamento de empresários e seus negócios. Dessa forma, salvo raras exceções, empreendedores de sucesso não começam seus negócios pensando em maximizar lucros. Claro que ganhar dinheiro é importante, porém, o que realmente impulsiona o empreendedor é a paixão, o envolvimento e o comprometimento com o que ele faz. Embora os entendimentos aconteçam em diferentes níveis de envolvimento, os mais atentos visualizam seu propósito de realização e então se realizam e ficam em paz com o sentido da sua vida. O objetivo de um negócio não é cativar pessoas que precisam do que você produz, mas pessoas que acreditem no que você acredita. Líderes conscientes integram coração e mente por meio do desenvolvimento da autoconsciência e da inteligência emocional, ao mesmo tempo em que capacitam outras pessoas a fazer o mesmo.

Na visão de Mackey e Sisodia (2018), a livre-iniciativa não configura aventura individual ou solitária, tendendo a ser vetor de convergências de interesses. Segundo eles, o foco em acionistas, executivos, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade e meio ambiente, juntos, em um mesmo propósito, em um acordo no presente com perspectiva de futuro é processo viável e natural.

Na verdade o capitalismo, como explica Weber (2004a), não se define como impulso desenfreado pelo ganho na persecução do lucro e da maior quantidade possível de dinheiro e a ganância ilimitada de ganho não se identifica, nem de longe com o capitalismo e menos ainda com seu espírito empreendedor e inovador. O capitalismo é a busca do lucro de forma racional até porque, uma empresa que não tire vantagem das oportunidades de obter lucros está condenada à extinção. A ação econômica capitalista é fundamentada na expectativa de lucros pela utilização das oportunidades de troca, isto é, nas possibilidades pacíficas de lucro. Para Weber (2004a) o capitalismo, na sua forma típica, seria uma organização econômica e

racional fundamentada no trabalho livre e orientada para um mercado real, não para mera especulação ou exploração.

O surgimento de especuladores de oportunidades de ganho monetário de todos os tipos sempre existiu em toda parte e em todas as épocas, conforme afirma Weber (2004a). Com atividades de caráter predominantemente especulativo, ou direcionado para a aquisição pela força e na exploração fiscal contínua das pessoas a eles sujeitas, acentuou-se a desigualdade social entre trabalhadores representada pela busca constante de acumulação de lucros e riquezas e consequências desastrosas para o meio ambiente, decorrentes do consumo desproporcional. Esse tipo de capitalismo desvirtuou o tipo ideal de empreendedor capitalista, como Weber (2004a) chamava o empreendedor que evitava a ostentação e gastos desnecessários, assim como o regozijo consciente do próprio poder, e ficava embaraçado diante das manifestações externas de reconhecimento social. E assim, instalou-se a ideia de que todo empreendedor é capitalista no sentido de almejar apenas ser dono de uma empresa para exaurir ao máximo o lucro através da especulação e da exploração.

Ressalta-se que o indivíduo verdadeiramente empreendedor prioriza os valores éticos e é focado na realização, na busca da sua própria felicidade e do seu entorno, na formação de pessoas realizadas e futuros profissionais mais preparados para o mercado de trabalho, mostrando que existe tanto o empreendedor dono como o empreendedor funcionário, ou seja, aquele que tem traçado o seu objetivo profissional dentro de uma corporação. Neste sentido, Mackey e Sisodia (2018) destacam que empresas conscientes tem um propósito que vai muito além do lucro: elevar os níveis de motivação, desempenho e compromisso ético dos envolvidos, autonomia e colaboração de todos e manter a sintonia com os interesses da sociedade. Nessa direção o livre empreendedorismo capitalista pode evoluir para propósitos enriquecedores e positivos, qual seja o capitalismo consciente e seus quatro princípios: integração, liderança, cultura, gestão.

Mateus e Gonçalves (2015) apontam que, independentemente das opiniões contrárias ou favoráveis, tem-se como certo que empreendedores sempre existiram, visando maior ou menor lucro, empreendendo pra si mesmo ou a nível social, de forma mais ou menos sustentável. A mensagem final traduz-se na forma de como a sociedade atual encara o empreendedorismo e os empreendedores, desmontando ideias preconcebidas e visualizando-as nas expectativas de cada indivíduo ou da comunidade. Empreendedores são necessários e sonhar, projetar e analisar a viabilidade de negócios nas diferentes áreas sociais é necessário. Importa que cada um possa desenvolver o seu negócio, tendo seus sonhos como referência, suas necessidades ou as necessidades do mercado, ou caso contrário, seja empreendedor no

emprego e na vida. Empreender é visualizar oportunidades onde outros veem problemas. É tempo de ter novas ideias, soluções sustentáveis, replicar modelos de sucesso de empreendedorismo, ter atitudes empreendedoras que possam contribuir para o seu crescimento profissional e pessoal, dinamizando os recursos endógenos da sua região. Os autores arrematam afirmando que todos podem ser empreendedores, desde que haja preocupação em adquirir competências e características fundamentais como determinação, proatividade, habilidade, flexibilidade, criatividade, responsabilidade, capacidade de liderança, otimismo, versatilidade, autoconfiança, capacidade de calcular os riscos inerentes a uma tomada de decisão, capacidade de iniciativa, capacidade para tomar decisões, capacidade de interação, disposição para aprender e para aceitar sugestões ou críticas e ainda espírito positivo em relação às mudanças.

Certamente, na medida em que as pesquisas em empreendedorismo se tornaram mais orientadas para a teoria, estudiosos tomaram emprestados os conceitos de muitos campos de pesquisa diferentes no sentido de compreender as raízes da atividade empreendedora. Contudo, o contexto histórico e institucional do comportamento empreendedor, segundo Rocha *et al* (2016) ainda não possibilitou a sua compreensão e a função econômica do empreendedorismo permanece tão obscura e multifacetada hoje quanto há algumas décadas.

Landström e Lohrke (2012) mencionam que a natureza instável e heterogênea do empreendedorismo constitui um impedimento para pesquisas sobre o assunto, porém instigam o interesse na temática como objeto de pesquisa. Alguns autores enxergam o empreendedorismo em um contexto histórico, no qual a função do empresário é estabelecer uma empresa; outros adotam um conceito histórico mais abrangente com ênfase na cultura, nas ideias e na aprendizagem cognitiva; outros ainda defendem uma perspectiva interdisciplinar, como um desafio do trabalho conjunto na esfera das diversidades de pontos de vista e interpretações da realidade. No entanto, algumas questões sobre o assunto permanecem em aberto: As oportunidades empreendedoras constituem uma variável endógena ou exógena? A melhor recompensa está em uma abordagem centrada na disciplina ou interdisciplinar? O empreendedorismo pode atingir o status de um campo unificado de pesquisa? Os autores arrematam afirmando que ainda há muito trabalho a ser feito com relação ao assunto.

Observa-se que o empreendedorismo abrange diversos ramos de atividade, não se restringindo apenas à concepção de um negócio propriamente dito, mas, envolvendo um conjunto de atividades onde a exigência básica é a satisfação. Neste sentido, pode-se empreender como funcionário em uma empresa, o que se denomina intraempreendedorismo

ou mesmo executar atividades de ação benemérita, sem fins lucrativos, como um empreendedor social. Para a sociedade do conhecimento, o espírito empreendedor é condição essencial, as instituições de ensino assumem papel relevante na difusão da lógica empreendedora e contribuem para indicar os caminhos a seguir, que conduzem ao processo inerente às informações necessárias. Um sistema educacional sensível aos valores interpessoais é passível de alcançar êxito dentro desse complexo social que avança a passos largos. O que conta é o estímulo à vontade de aprender e apreender continuamente. O que a sociedade almeja não é de multiplicadores ou pessoas programadas para replicar os mesmo projetos, mas sujeitos predispostos e especiais que utilizem sua energia em criar e recriar, a ter atitudes que tragam melhorias à sociedade como um todo, evidente que em consonância com os valores éticos e de respeito ao meio-ambiente.

6.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A análise de material qualitativo se apoia na interpretação dos achados e conta com a leitura das similitudes e diferenciações dos conjuntos. Embora o desenvolvimento do método qualitativo tenha passado invariavelmente pela criatividade e pela capacidade desta pesquisadora em lidar com situações hipotéticas e com possível viés de percepção, os dados estatísticos e emprego de técnicas avançadas de apoio (Dendrograma: usado para visualizar o processo de clusterização passo a passo, assim como analisar os níveis de distância dos clusters formados) conferiram maior rigor aos resultados.

Lembrando que um foco de análise frequentemente se torna mais claro e as ideias analíticas mudam, à medida que o investigador observa e compara o sujeito, e percebe que aparentes irrelevâncias forneceram um contexto essencial para a interpretação. (MINAYO, 2012; MILES; HUBERMAN, 1994, p. 249).

7 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Esta seção apresenta a conclusão deste estudo e indica recomendações para futuras pesquisas.

7.1 CONCLUSÃO

Esta pesquisa se propôs a estudar a percepção dos pesquisadores sobre a atitude empreendedora apresentada em 72 teses publicadas no período de 2007 a 2019 no Brasil e que fazem referência às atitudes empreendedoras.

Para alcançar este objetivo, foi realizada uma pesquisa de natureza aplicada com abordagem mista, que compreende a integração de dados qualitativos, apresentados na forma de textos e imagens, com dados quantitativos apresentados como informação numérica a fim de avançar o conhecimento sobre o estado da arte referente ao tema pesquisado seguido de uma revisão sistemática das teses depositadas no período 2007-2019 no Brasil. Percebeu-se que, até o momento, não houve uma pesquisa que coincidissem com o tema aqui abordado, ou seja, as atitudes empreendedoras ainda constituem um campo inconclusivo e que, ainda que seja possível encontrar fundamentação teórica sobre o tema empreendedorismo, pode-se observar que pouco se entende por atitudes empreendedoras, ou quais as predisposições que despertam no indivíduo uma atitude empreendedora. Embora as teses estudadas, de forma geral, corroboram a ideia de que empreendedorismo seja atitude empreendedora no sentido empresarial, este estudo trouxe à tona as delicadas nuances que associam o empreendedor a uma estrutura psicológica diferenciada, que o leva a empreender na vida, a buscar a realização e o objetivo da existência, ou seja, empreender ações que tornem o mundo melhor onde a retribuição financeira seja uma consequência.

Abordagens a nível psicológico, filosófico e sociológico das dimensões das atitudes empreendedoras associam o empreendedorismo à realização, independente do posicionamento do indivíduo, revelando um propósito que ultrapassa a necessidade do lucro financeiro, mas com a preocupação de elevar os níveis de motivação que derivam para a autonomia e a empatia com os interesses próprios e da sociedade.

Quanto à educação empreendedora verificou-se que é um aprendizado constante e que as atitudes empreendedoras podem ser desenvolvidas para além dos parâmetros financeiros, ou seja, são sinônimos de autonomia intelectual. Nesse âmbito, a formação empreendedora

aliada à dinâmica das organizações impacta a economia como um todo: traz realização pessoal e prospecta novas ideias para avanço do capital intelectual das organizações.

Diante da falta de incentivos, políticas públicas deficientes e a inexistência de propostas curriculares que proporcionem uma educação empreendedora de forma ampla com abrangência em todos os níveis de ensino: fundamental, médio e superior, propõe-se:

(i) Elaborar consultas públicas e fóruns de discussão no sentido de levar para a sociedade a importância da continuidade dos concursos para contratação de professores,

A consulta pública³⁸ é um mecanismo importante de participação social e aberto à comunidade, incentivando a participação da sociedade nos assuntos relativos à definição de políticas públicas. Os órgãos públicos podem, mediante despacho, abrir períodos de consulta pública para manifestação dos cidadãos e encaminhamento das suas contribuições (comentários e/ou sugestões) para subsidiar o processo. Por conta da pandemia da Covid-19, professores se viram diante de uma realidade sem precedentes. Construir um ambiente de aprendizagem de qualidade é um dos grandes desafios enfrentados pelo docente hoje no Brasil. Um fórum de discussão é uma ferramenta destinada a promover debates por meio de mensagens publicadas abordando uma mesma questão. A ideia de se realizar um fórum de discussão é ganhar uma abrangência maior na discussão com a sociedade sobre a educação empreendedora.

(ii) Inserção da comunidade em palestras locais, no sentido de dar visibilidade às dificuldades da educação remota;

Mesmo em tempos de *lockdown* é possível estabelecer contatos com a comunidade por meio das redes sociais. O pouco envolvimento familiar é uma das preocupações recorrentes e que vem sendo alvo de muitos debates. Para uma educação empreendedora completa e bem-sucedida, é preciso que a família seja parte dela, participando da gestão democrática da escola, acompanhando de perto os processos de aprendizagem dos filhos, seja para incentivá-los, seja para apoiá-los a vencer as dificuldades encontradas.

É importante que as pessoas estejam cientes das atitudes dos dirigentes das escolas públicas em relação às aulas remotas e possam acompanhar as mudanças.

(iii) Rever constantemente os planos de ensino no sentido de avaliar as demandas existentes e definir as ações corretivas, se for o caso;

³⁸ Participa + Brasil - <https://www.gov.br/participamaisbrasil/consultas-publicas>

Avaliar os planos de ensino das disciplinas anualmente é fundamental para entender se o projeto pedagógico está bem direcionado. O planejamento define os rumos do aprendizado, o plano de ensino auxilia na missão de educar. Especialmente, as aulas de empreendedorismo precisam corresponder às expectativas do aluno.

(iv) Praticar a empatia e a paciência

A pandemia da Covid-19, identificada em dezembro de 2019, além de trazer impactos econômicos, sociais e de saúde, também acentuou a diferença entre aqueles que tinham mais dificuldades de aprender. Desta forma, foi necessário um novo educador, que precisou se reinventar, que teve que se adaptar às novas tecnologias e às novas metodologias. Um primeiro passo no ensino de disciplinas empreendedorismo são as discussões online que podem ser promovidas com mais frequência no sentido de entender as necessidades e as dúvidas dos alunos. Neste momento, a parceria entre estudantes e professores e até mesmo pais de alunos é mais importante do que em qualquer outra situação. Diante da crise atual, o momento é de repensar questões inerentes à educação remota no Brasil. Neste sentido, adequar o aprendizado significa desenvolver as habilidades socioemocionais, reorganizar conteúdos de acordo com a nova realidade educacional, rever e adaptar objetivos. É preciso criar novas estratégias de recuperação da aprendizagem, disponibilizando meios tecnológicos e outros recursos de complementação mantendo um olhar atento para as dificuldades do aluno.

Ao mesmo tempo, é importante a prática da tolerância em relação aos conteúdos a serem cumpridos, rever as expectativas e objetivos para o semestre letivo. Observar o aluno, sua frequência às aulas e sua necessidade de maior apoio pedagógico, bem como pensar atividades e estratégias é atitude empreendedora. A nova rotina incorporou aulas e reuniões virtuais, *lives* e postagens em redes sociais e uma intensa comunicação via *whatsApp*. Professores e alunos que não estavam familiarizados com as tecnologias digitais precisaram se reciclar.

(v) Proposta de um ensino multidisciplinar aliado às novas tecnologias

Observou-se que existem lacunas entre o profissional exigido pelo mercado e o egresso dos cursos, devido à insuficiência de pesquisas na área, tanto pelo número muito reduzido de disciplinas de empreendedorismo quanto pelo foco do ensino que prioriza a tendência à abertura de empresas, como se percebe nas teses estudadas. As novas tecnologias de suporte ao estudante (smartphone e canais digitais de informação) estão cada vez mais

estão fazendo parte das relações que os seres humanos estabelecem uns com os outros e com o ambiente. Com o impulso dessas ferramentas, o cotidiano se transformou, deixando de ser linear, para ser um trânsito multicultural, com inovações surgindo e desaparecendo em fluxo contínuo. O ensino, agora remoto por conta da pandemia, vem sendo objeto de estudo de muitos pesquisadores. Neste sentido, sugere-se que as disciplinas sejam repensadas incluindo envolver docentes de outras áreas, inclusive para o aprendizado empreendedor, que podem trazer contribuições interessantes e multidisciplinares muito além do enfoque puramente técnico.

7.2 RECOMENDAÇÕES

Sem a pretensão de esgotar o tema pesquisado, intenta-se provocar reflexões no sentido de que as atitudes empreendedoras possam instigar novos estudos e que se ampliem os horizontes no sentido de compreendê-las mais profundamente à luz da psicologia, da sociologia, da educação e da filosofia. Esse campo de estudo ainda carece de ampliação do conhecimento, da origem das atitudes empreendedoras, uma visão mais ampla dessa identidade, considerando-se que ela pressupõe o enfrentamento de desafios e limites inerentes à questão primeira da realização do indivíduo, seja como empregador, seja como empregado.

Nesse contexto, propõem-se algumas sugestões para trabalhos futuros, descritos a seguir:

- Pesquisa abrangente sobre Atitudes Empreendedoras que incluam entrevista com docentes do ensino fundamental, médio e superior, que investigue o que pensam esses profissionais sobre o assunto e quais sugestões de atividades poderiam contemplar o assunto “atitudes empreendedoras”;

- Propostas de disciplinas para o currículo escolar que incluam, além da educação empreendedora, temas pertinentes às atitudes empreendedoras e como elas podem ser despertadas.

REFERÊNCIAS

- AGGARWAL, C.C; ZHAI, C. A Survey of Text Clustering Algorithms. In: **Mining Text Data**, AGGARWAL, C.C; ZHAI, C. (Orgs.) New York: Springer, 521 p., 2012.
- AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), **Action-control: From cognition to behavior** (p. 11- 39). Heidelberg, Germany: Springer, 1985.
- AJZEN, I. **Nature and operation of attitudes**. Annu. Rev. Psychol. P. 27–58 Copyright by Annual Reviews, 2001. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/12181656_Nature_and_Operation_of_Attitudes. Acesso em: 30 jun 2019.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. The Influence of Attitudes on Behavior. In: **The handbook of attitudes**. (orgs.): D. Albarracín, B. T. Johnson, M. P. Zanna, Publisher: Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. p. 173-221, 2004.
- AJZEN, I.; COTE, N.G. Attitudes and the prediction of behavior. W.D. Crano & R. Prislin (Eds.) **Attitudes and attitude change**, p. 289-311. New York: Psychology Press. 2008.
- ALFANO, B. **Zygmunt Bauman: "Há uma crise de atenção"**. Fronteiras do Pensamento. Via O Globo. 2015. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/noticias/zygmunt-bauman-ha-uma-crise-de-atencao>. Acesso em: 13 mar 2018.
- ALLPORT, G. W. Attitudes. in: **Handbook of Social Psychology**. C. Murchison, p. 798–844. 1935.
- ALMEIDA, F.J.R. de. **Responsabilidade social das empresas e valores humanos: um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros**. Tese (Doutorado em Administração), Fundação Getúlio Vargas-RJ, Rio de Janeiro. 2007.
- ALVES, O.F.; PESSÔA, E.C. **A visão Schumpeteriana do empreendedorismo em ênfase nos riscos e incertezas: uma abordagem dialética do conhecimento**. Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis, Volume 4–Número 1– 2019. Disponível em: <http://revista.isaebrasil.com.br/index.php/EGS/article/view/2>. Acesso em 18 Ago 2020.
- ANDRADE, P. F. de. **Formação de educadores para o uso da informática na escola**. In: VALENTE, José Armando (Org.) P. 57-83. Campinas/SP: Unicamp. 2002.
- ARAUJO, R.C ; SANTOS, G.M.O.; BARBOSA, JESUS, A.C.B.; C.C.S.; BRITO, D.M.S.; MENEZES, M.P.A.F.; SILVEIRA, W.S.; RIBEIRO, T.N. **As leis de newton e do trânsito em uma sequência de ensino investigativa com enfoque CTS**. Revista Ciências & Ideias. P. 227- 236, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319707795_as_leis_de_newton_e_do_transito_em_uma_sequencia_de_ensino_investigativa_com_enfoque_cts. Acesso em: 13 nov 2020.
- ARMOND, A.C.; NASSIF, V. M.J. **A liderança como elemento do comportamento empreendedor: um estudo exploratório**. RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online), São Paulo

, v. 10, n. 5, p. 77-106, Oct. 2009 . Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712009000500005&lng=en&nrm=iso. Acesso em 27 Out. 2020.

ARNER, D.W., BARBERIS, J., BUCKLEY, R.P. **The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?** University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper no. 2015/047, UNSW Law Research Paper No. 2016-62, 2015. Disponível em:
<https://ssrn.com/abstract=2676553>. Acesso em 11 jan 2021.

ARROW, K. J. **Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention.** Economic Growth of the Social Science Research Council. p. 609- 626. In: The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors. Princeton University Press. 1962. Disponível em: <http://www.nber.org/chapters/c2144>. Acesso em: 06 abr 2019.

ASSEMBLEIA MUNDIAL DA SAÚDE. **Discussão técnica sobre o desenvolvimento da "Liderança" em Saúde para Todos:** breve nota sobre método e conteúdo e principais pontos das discussões técnicas. Organização Mundial de Saúde. 1988. Disponível em:
<https://apps.who.int/iris/handle/10665/195696>. Acesso em 27 out 2020.

AUSTIN, J; STENVENSON, H; WEI-SKILLERN, J. **Social and commercial entrepreneurship: same different, or both?.** Entrepreneurship: Theory and Practice Journal, da Baylor University, R.Adm., São Paulo, v.47, n.3, p.370-384, 2012. Disponível em:
<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v47n3/03.pdf>. Acesso em: 04 fev 2019.

AZEVEDO, L.; SOUSA-PINTO, B. **Avaliação Crítica de uma Revisão Sistemática e Meta-Análise: Da Definição da Questão de Investigação à Pesquisa de Estudos Primários.** Revista da Sociedade Portuguesa de Anestesiologia. VOL. 28 - Nº 1 – 2019, p. 53-56. Disponível em:
<https://revistas.rcaap.pt/anestesiologia/article/view/17320>. Acesso em: 05 jul 2019.

BACKES, D.S. **Vislumbrando O Cuidado De Enfermagem Como Prática Social Empreendedora.** Tese (Doutorado em Enfermagem), Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições.** Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): p. 25-38. 2014. Disponível em:
<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em 10 dez 2018.

BAGOZZI, R.P. **Attitude, intentions, and behavior: a test of some key hypotheses.** Journal of Personality and Social Psychology, 1981, p. 607-627.

BARBOSA, I.; FERREIRA, F.I. **A "máquina do empreendedorismo": Teatro do Oprimido e educação crítica em tempo de crise.** Investigar em Educação - II^a Série, Número 3, 2015 disponível em:
<http://pages.ie.uminho.pt/inved/index.php/ie/article/view/88/87>. Acesso em 25 jan 2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** (4a ed.), 2009, Lisboa: Edições 70.

BARINI FILHO, U. **Transmissão da competência empreendedora: um estudo de casos múltiplos.** Tese (Doutorado em Administração), Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2008.

BARLACH, L. **A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador.** 2009. Tese (Doutorado em Psicologia), Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, 2009.

BARROS, I.C.F., MADRUGA, L.R. R.G., ÁVILA, L.V., BEURON, T.A. **Atitude empreendedora na percepção de empreendedores individuais e sociais.** Revista de Contabilidade e Organizações, 2014, p. 36-45. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235239186004>. Acesso em 19 out 2020.

BAUER, M.W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. p. 189-217, In: BAUER, M.W.; GASKEL, G. (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – Um manual prático.** Tradução: Pedrinho A. Guareschi, Rio de Janeiro: Vozes, 7^a edição, 508 p. 2008.

BAUMAN, Z. **Educação e sociedade líquida.** Rio de Janeiro: YOUTUBE, 2017. (47 min.). Disponível em: <https://youtu.be/0iH-BGpCfuQ>. Acesso em: 13 mar. 2018.

BAZZO, W. A.; LINSINGEN, I. V.; PEREIRA, L. T. do V. **Introdução aos Estudos CTS.** Madrid: Organização dos Estados Iberoamericanos (OEI), 172 p. 2003.

BEHLING, Gustavo. **Modelos Mentais e Oportunidades Empreendedoras: A Influência dos Modelos Mentais no Desenvolvimento de Oportunidades.** Tese (Doutorado em Administração), Curso de Doutorado Acadêmico em Administração da Universidade do Vale do Itajaí/SC, 2019.

BEMBEM, A.H.C; SANTOS, P.L.V.A.C. **Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy.** Perspectivas em Ciência da Informação, v.18, n.4, p.139-151, out./dez. 2013. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/pci/v18n4/10.pdf>. Acesso em 01 dez 2017.

BERGAMO, F.; TEIXEIRA, F.L.C.; SILVA, M.A.M. **Cibercultura e Inovação: Reflexões sobre o Ambiente Inovativo das Organizações na Era da Informação e seus Cenários Futuros.** Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation v.4, n.2, p. 64-84, Janeiro/Abril – 2017. Disponível em:
<http://ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/4143/2813>. Acesso em 26 jul 2019.

BIOLCHINI, J.; MIAN, P.G.; NATALI, A.C.C.; TRAVASSOS, G.H. **Systematic Review in Software Engineering.** Technical Report RT-ES 679/05. PESC-Programa de Engenharia de Sistemas e Computação – COPPE / UFRJ, 2005.

BLANK, D.; DORF, B. **Startups: Manual do Empreendedor.** RJ: Altabooks, 572 p. 2014.

BLONDEL, V.D.; GUILLAUME, J.L.; LAMBIOTTE, R.; LEFEBVRE, E. **Fast unfolding of communities in large networks**. Journal of statistical mechanics: theory and experiment, v. 2008, n. 10, p. P10008, 2008. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/1913681_Fast_Unfolding_of_Communities_in_Large_Networks. Acesso em 16 dez 2020.

BOAVA, D.L.T.; MACEDO, F.M.F. **Estudo sobre a essência do empreendedorismo**. 30º Encontro AnANPAD – Salvador, 2006. Disponível em:

<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-esoc-2015.pdf>. Acesso em 20 mai 2019.

BORGES, A.F. **Empreendedorismo como prática: um estudo em organizações produtoras de cachaça artesanal**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração Organizações, Gestão e Sociedade, Universidade Federal de Lavras-MG. 2017.

BOTTOU, L.; BENGIO, Y. **Convergence properties of the kmeans algorithm**. In Advances in Neural Information Processing Systems. 1995.

BOURDIEU, P. “O campo científico.” In Renato Ortiz (org.) Pierre Bourdieu. In: Florestan Fernandes (coord.) **Grandes cientistas sociais**. São Paulo, Ática, 1983.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

BOURDIEU, P. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação**. Tradução: Mariza Correa – 9ª. Edição, Campinas/SP: Papyrus. 2008.

BRASIL. **Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica**. 2013. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=13448-diretrizes-curriculares-nacionais-2013-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 20 jul 2019

BRASIL. **Sociedade da informação no Brasil-livro verde**. MIT. 2000. Disponível em: <https://www.governoeletronico.gov.br/documentos-e-arquivos/livroverde.pdf>. Acesso em 13 mar 2018.

BRASIL. M.V.O. **Empreendedorismo sustentável em projetos sociais de uma fundação educacional**. Tese (Doutorado em administração de Empresas), Programa de Pós Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), 2014.

BRASIL JÚNIOR. **Universidades empreendedoras. 2019**. Disponível em: <https://universidadesempreendedoras.org/wp-content/uploads/2019/10/ranking-2019.pdf>. Acesso em 02 Dez 2020.

CABRAL, A.; NICK, E. **Dicionário Técnico de Psicologia**. 14 Edição. São Paulo: Cultrix, 2006.

CALLON, M. Four models for the dynamics of science. In: JASANOFF, Sheila *et al* (Org.). **Handbook of science and technology studies**. Londres: Sage Publications, Ltd, 1995. Cap. 2. p. 29-63.

CAMPOS, C.J.G. **Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde**. p. 611-614. Revista Brasileira de Enfermagem, Brasília (DF) 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>. Acesso em 20 nov 2020.

CAMPOS, E.B.D. **Competências Empreendedoras: uma avaliação no contexto de empresas juniores brasileiras**. Tese (Doutorado em Psicologia), Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília, 2015.

CANTILLON, R. **An essay on economic theory**. Tradução do original (1755) para o Inglês: Chantal Saucier. Editado por Mark Thornton - Ludwig von Mises Institute. 254 p. 2010. Disponível em: https://mises-media.s3.amazonaws.com/An%20Essay%20on%20Economic%20Theory_2.pdf. Acesso em 04 jun 2019.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en general** (do original -1755). Francês atualizado por Stéphane Couvreur. Institut Coppet. 2011.

CARMONA, L.J.de M. **Influência da capacidade de aprendizagem organizacional, da capacidade de inovação organizacional e da orientação empreendedora no desempenho inovador e organizacional**. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis), Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau – FURB/SC, 2018.

CARMONA, V.C. **A Orientação empreendedora de negócios sociais, seus antecedentes e resultados: um estudo sobre startups brasileiras**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho – UNINOVE, 2018.

CARRILO, A.F. Marco legal das startups: tudo o que você precisa saber. In: **AbStartups** (ed.), São Paulo, 2020. Disponível em: <https://abStartups.com.br/marco-legal-das-Startups-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 09 jan. 2021.

CARVALHO, R.S. **Empreendedorismo, autocrítica e flexibilidade: problematizando traços da cultura gestonária de vida nos discursos de pedagogos em formação**. Currículo sem Fronteiras, v. 12, n. 2, p. 470-498, maio/ago. 2012. Disponível em: <http://www.curriculosemfronteiras.org/vol12iss2articles/carvalho.pdf>. Acesso em 23 nov 2020.

CASTANHO, M.E.L.M. **O processo de ensino e aprendizagem**. Revista de Educação Vol. 1, n° 2,37 – 46, 1997. Disponível em: <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/reeducacao/article/download/455/435>. Acesso em 13 mar 2019.

CASTELLS, M. **The informational city: information technology, economic restructuring and the urban-regional process**. Oxford and Cambridge: Blackwell Publishers. 1989. – discussion - Disponível em: <https://brettany.wordpress.com/2012/06/24/castells-m-1989-the-informational-city-information-technology-economic-restructuring-and-the-urban-regional-process-oxford-and-cambridge-blackwell-publishers/>. Acesso em 29 nov 2017.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999, p. 411-439.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Volume I. São Paulo: Paz e Terra, 2000. Tradução: Roneide Venâncio Majer. 8ª edição.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Tradução: Maria Luiza X.de A.Borges. 2003.

CASTELO BRANCO, A.K.A. **Propósitos empreendedores de professores-pesquisadores de ciências na era da sabedoria**. Tese (Doutorado em Ciências e Matemática), Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática da Universidade do Federal do Mato Grosso – UFMT, 2018.

CAVALCANTI, M.; GOMES, E. **A Sociedade do conhecimento e a política industrial brasileira**. Publisher: profcarlospereira.com. 2002. Disponível em: https://www.academia.edu/559579/A_sociedade_do_conhecimento_ea_pol%C3%ADtica_industrial_brasileira. Acesso em: 20 jul 2019.

CHAVES, R.R.; PARENTE, C. **O empreendedorismo na escola e o paradigma das competências: o caso da Junior Achievement - Portugal**. Sociologia, Problemas e Práticas, Oeiras, n. 67, p. 65-84, 2011. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292011000300004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 26 jun. 2019.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. Ed. Ática, São Paulo, 2000.

CHIAVENATO. I. **Introdução à teoria geral da administração**. 7a. Ed. São Paulo: Elsevier, 650 p., 2004.

CLAUSET, A.; NEWMAN, M.E.J.; MOORE, C. **Finding community structure in very large networks**. Physical review E, v. 70, n. 6, p. 066111, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/8036129_Finding_community_structure_in_very_large_networks. Acesso em 16 dez 2020.

COLLINS, O. F.; MOORE, D. G. **The enterprising man**, Volume 1. Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University, 1964, 254 p.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Business Research: A practical guide for undergraduate and postgraduate students**. 3ª. ed., 376 p. London: Palgrave Macmillan, 2009.

CONSED NOTÍCIAS: Secretaria de Estado da Educação do ES. Espírito Santo, 05 ago. 2019. Disponível em: <http://www.consed.org.br/central-de-conteudos/startup-desperta-empendedorismo-em-jovens-de-escola-em-vila-velha>. Acesso em: 12 jan. 2021.

CORREA, V.S. Pastores como empreendedores: análise sob perspectivas comportamental e relacional. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2016.

CORSATTO, C.A. Proposta de modelo de negócio com estratégias de inovação para empresas de micro e pequeno porte: Baseada em estudo realizado em empresas do segmento de moda dos municípios de Goiânia, Pontalina e Taquaral de Goiás-GO. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Sociedade), Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade da Universidade Federal de São Carlos, 2016.

COSTA, A.B. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. Cadernos IHU ideias. Ano 4 - nº 47 – 2006. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ideias/047cadernosihuideias.pdf>. Acesso em: 01 mar 2021.

COSTA, A.M. da; BARROS, D.F.; CARVALHO, J.L.F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. RAC, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n2/v15n2a02.pdf>. Acesso em 26 Jan 2019.

COSTA, L.S.F.; MOURA, M.R.A.; SILVA, M.D.P.; ALMEIDA, J.F.; MARTINELLI, M.A. Mapeamento de programas de pós-graduação, relacionados com os interesses do campo de Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS), localizados na região sudeste do Brasil. Revista Científica Interdisciplinar Interlogos- Instituto Federal do Paraná - IFPR Paranaguá, v1, n. 1. 2017. Disponível em: <http://infoprojetos.com.br:8035/revistas/index.php/Interlogos/article/view/44>. Acesso em 18 jun 2019.

COSTA, S. de S.G. Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo. Revista Educação e Realidade, Porto Alegre/RS, v. 34, n. 2, p. 171-186, 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/8299>. Acesso em 23 nov 2020.

CRESWELL, J.W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Trad. Luciana de Oliveira da Rocha. 2ª. ed. - Porto Alegre: Artmed, 248 p., 2007.

CUNHA, R.M. Criação e desenvolvimento de spin-offs no contexto da perspectiva emergente do empreendedorismo acadêmico. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

DAGNINO, R. “Ciência e tecnologia para a cidadania” ou adequação sociotécnica com o povo? In: Tecnologia Social: Contribuições Conceituais e Metodológicas. Campina Grande: EDUEPB, Florianópolis, SC: Insular, 2014. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/2529/1643>. Acesso em 06 mar 2019.

DE ARAUJO, G.F. **Educação empreendedora pela experiência: criatividade e emoção no contexto do empreendedorismo cultural**. Tese (Doutorado em Administração), Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, 2019.

DE NEGRI, F.; RAUEN, A.T.; SQUEFF, F.H.S. Ciência, inovação e produtividade: por uma nova geração de políticas públicas. p. In: **Desafios da nação: artigos de apoio**, volume 1 / orgs: João Alberto De Negri, Bruno César Araújo, Ricardo Bacelette. – Brasília: IPEA, volume 1, p. 533-560, 2018.

DE VRIES, M. K. **The dark side of entrepreneurship**. Harvard Business Review 160- 167. Nov./Dez. 1985. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228314732_The_Dark_Side_Entrepreneurship. Acesso em 20 dez 2020.

DEES, G. **The Meaning of “Social Entrepreneurship”**. 2001. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). Disponível em: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/>. Acesso em 07 mar 2021.

DELORS, J. **Educação um tesouro a descobrir**. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. Trad. José Carlos Eufrázio. 1998.

DESTRO, N.D. **O desenvolvimento das competências empreendedoras no ambiente de incubadoras na América Latina: a percepção de gestores e empreendedores**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas), Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2015.

DIAS, D.T.A. **Os efeitos da gestão dos recursos, da orientação empreendedora e das capacidades no desempenho organizacional: um estudo no setor metalomecânico da Serra Gaúcha**. Tese (Doutorado em Administração), Curso de Doutorado em Administração da Universidade de Caxias do Sul, 2019.

DIAS, T.R.F.V. **Aprendizagem empreendedora em contexto de insucesso empresarial: estudo com empreendedores de micro e pequenas empresas**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, 2015.

DINIZ NETO, A.; FIGUEIREDO, A.F.; FERRAZ, F.T. **A importância da educação empreendedora para a formação do profissional reflexivo**. 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Ferraz2/publication/301489277. Acesso em 26 set 2020.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 127-130, 2004. Disponível em: <http://gorila.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/293/280>. Acesso em 27 mar 2019.

DOLABELA, F. **Entrevista: Fernando Dolabela fala sobre empreendedorismo**. Revista Ibero Americana de Estratégia, vol. 4, núm. 1, Universidade Nove de Julho. São Paulo, Brasil, 2005, p. 13-23. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3312/331227106002.pdf>. Acesso em 17 fev 2019.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2006, 356 p.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. **Fazendo revolução no Brasil : a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.3, n.2, p. 134-181. 2013. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/137/84>. Acesso em 16 jun 2019.

DOMAŃSKA, A.; ŻUKOWSKA, B.; ZAJKOWSKI, R. **Importance of individual characteristics of entrepreneurs and perception of factors determining the start-up of a business in the lubelskie voivodship**. Journal: Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy. 2018, p. 101-108. Disponível em: http://br.wszia.edu.pl/zeszyty/pdfs/br53_11domanska.pdf. Acesso em 14 fev 2019.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2008, Rio de Janeiro: Elsevier/Campus. 3ª. Edição, 243 p.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 2012, 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DOUGLAS, E. J.; SHEPHERD, D.A. **Entrepreneurship as a utility maximizing response**. Journal of Business Venturing. Volume 15, Issue 3, May 2000, p. 231-251. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/4967851_Entrepreneurship_as_a_Utility_Maximizing_Response. Acesso em 12 dez 2018.

DRUCKER, P. F. **Innovation and entrepreneurship. – practice and principles**. New York: HarperCollins, 1985, 285 p.

DRUCKER, P. F. **O melhor de Peter Drucker – A Sociedade**. Tradução Edite Sciulli. São Paulo: Nobel, 2001, 188 p.

DRUCKER, P. F. **Innovation and entrepreneurship. – practice and principles**. Reino Unido: Elsevier, 2007, 253 p.

DUDZIAK, E.A. **Os faróis da sociedade de informação: uma análise crítica sobre a situação da competência em informação no Brasil**. Inf. & Soc. Est., João Pessoa, v.18, n.2,

p. 41-53, maio/ago. 2008. Disponível em:
<http://www.academia.edu/download/40716777/1704-3667-1-PB.pdf>. Acesso em: 20 jul 2019.

DZIEKANIAK, G., ROVER, A. **Sociedade do conhecimento: características, demandas e requisitos**. UFPB. Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia. Revista de Informação - v.12 n.5 out/2011. Disponível em:
<http://periodicos.ufpb.br/index.php/abcib/article/view/14246>. Acesso em 13 mar 2018.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital intelectual: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos**. Trad. Roberto Galman, São Paulo: Makron Books, 120 p., 1998.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 201 p., 1994.

EMMENDOERFER. M.L. **Inovação e empreendedorismo no setor público**. 80 p. Brasília: Enap, 2019.

EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA EM REDE. ITS-Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio. 2016. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/10/Report-empreendedorismo-na-economia-em-rede.pdf>. Acesso em: 15 set 2020.

FEINSTEIN, A.R. **Meta-analysis: statistical alchemy for the 21st century**. Journal of Clinical Epidemiology. Vol. 48, No. I, pp. 71-79, 1995. Disponível em:
[https://www.jclinepi.com/article/0895-4356\(94\)00110-C/pdf](https://www.jclinepi.com/article/0895-4356(94)00110-C/pdf). Acesso em 06 set 2019.

FELIZARDO, K.R.; ANDERY, G.F.; PAULOVICH, F.V.; MINGHIM, R.; MALADONADO, J.C. **A visual analysis approach to validate the selection review of primary studies in systematic reviews**. Information and Software Technology Volume 54, Issue 10, October 2012, Pages 1079-1091. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950584912000742>. Acesso em: 01 mar 2021.

FERNANDES, N.P.; D'AVILA, L.C.; CRUZ, A.P.C.; PEREIRA JUNIOR, E.F.Z. **Quem é o Empreendedor? A Busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira**. Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation v.7, n.3, 2020. Disponível em:
<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/7195>. Acesso em 12 dez 2020.

FERRARI, Roberto. **Empreendedorismo para computação: criando negócios em tecnologia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FERRAZ, J. de M. **Para além da inovação e do empreendedorismo no capitalismo brasileiro**. Tese (doutorado em Administração), Curso de Doutorado em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, 2019.

FERRAZ GOMES, A.; LIMA, J.B.; CAPPELLE, M.C.A. **Do Empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas**. Revista Alcance, vol. 20, n. 2, 2013, pp. 203-220. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477748344005>. Acesso em: 19 jun 2019.

FERREIRA, A.S.M. **Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários: revisão de literatura e estudos empíricos**. Tese (Doutorado em Administração), Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia, 2017.

FERREIRA, J.V. **A internacionalização da universidade empreendedora: a proposta de um modelo**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2017.

FILION, L.J. **The strategy of successful entrepreneurs in small business: vision, relationships and anticipatory learning**. Tese (Doutorado), University of Lancaster, Reino Unido, July 1988. Disponível em: <https://ethos.bl.uk/Home.do>. Acesso em 19 jun 2019.

FILION, L.J. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. RAE - Revista Administração de Empresas, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, Trad. de Gledson Luiz Coutinho, 1991. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v31n3/v31n3a06.pdf>. Acesso em: 15 Jun 2019.

FILION, L.J. **Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor**. Revista de Administração de Empresas São Paulo, 33(6):50-61. Tradução de Sérgio Rodrigues Costa. 1993. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v33n6/a06v33n6.pdf>. Acesso em 03 fev 2019.

FILION, L.J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Tradução: Maria Letícia Galizzi, Paulo Luz Moreira e Fernando Dolabela. Revista de Administração, São Paulo, V. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

FILION, L.J. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. Tecnologias de Gestão. RAE Light • v. 7 • n. 3 • p. 2-7 • Jul./Set. 2000. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/viewFile/37736/36485>. Acesso em 29 out 2020.

FILION, L.J.; LIMA, E. **As representações empreendedoras: um tema essencial, mas ainda negligenciado**. Revista de Negócios, ISSN 1980-4431, Blumenau, v. 14, n. 2, p. 89 – 107, 2009. Disponível em: <http://gorila.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1175/1130>. Acesso em 26 jun 2019.

FILION, L.J.; LIMA, E. **As Representações empreendedoras: importantes temas para avançar em seu estudo**. Revista de Negócios, ISSN 1980-4431, Blumenau, v15, n.2, p.32 - 52, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277555690_As_Representacoes_Empreendedoras_Importantes_Temas_para_Avançar_em_seu_Estudo. Acesso em 08 mar 2019.

FISHER, A.; SCRIVEN, M. **Critical thinking, its definition and assessment**. Edgepress: CA, USA/Centre For Research In Critical Thinking: Norwich, UK.1997.

FONSECA, M. **Startups bilionárias: veja quais serão os próximos 17 unicórnios brasileiros**. Infomoney. São Paulo, 21 dez. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/Startups-bilionarias-veja-quais-serao-os-proximos-17-unicornios-brasileiros/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

FOSTERING ENTREPRENEUSHIP. 1998. **The OECD jobs strategy**. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. Disponível em: https://read.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/fostering-entrepreneurship_9789264163713-en. Acesso em 10 mai 2019

FRANCO, M.L.P.B. **Análise de conteúdo**. 3ª. ed. Brasília: Líber Livro, 2008.

GALLERT, A.Z.; LOUREIRO, D.G.; SILVA, M.R.B.; SOUZA, R.C. **Subjetividade na pesquisa qualitativa: uma aproximação da produção teórica de González Rey**. 2011. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=18055@1>. Acesso em 21 dez 2020.

GALVÃO, M. C. B.; PLUYE, P.; RICARTE, I. L. M. Métodos de pesquisa mistos e revisões de literatura mistas: conceitos, construção e critérios de avaliação. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 4-24, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/121879>. Acesso em: 24 fev. 2021.

GARDNER, H. **Inteligências múltiplas: a teoria na prática**. Trad. Maria Adriana Veríssimo Veronese. Porto Alegre: Artmed, 1995.

GATTAL, S. **As competências dos empreendedores solidários – estudo com catadores em cooperativas de coleta e tratamento de resíduos sólidos em São Bernardo do Campo**. Tese (Doutorado em Administração), Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2014.

GAULEJAC, V. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. Trad. Ivo Storniolo. São Paulo: Ideias e Letras, 331 p. 2007.

GERBER, M.E. **Empreender fazendo a diferença**. São Paulo: Fundamento Educacional, 176 p., 2004.

GUERRA, R.M.de A. **Capacidades dinâmicas e ambidestria organizacional como variáveis mediadoras da relação entre orientação empreendedora e performance organizacional**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós graduação em Administração da Associação UCS/PUCRS, 2017.

GIBBONS, M. *et al.* **The new production of knowledge - The dynamics of science and research in contemporary societies**. London: Sage, 1994.

GODÓI-DE-SOUSA, BUENO, J.M.; SOUSA, M.G.; SANTOS, L.T. **O perfil do empreendedor social e suas dimensões de atuação: seis casos no Município de Uberlândia**. RIGS-Revista Interdisciplinar de Gestão Social. V.3 n. 1, p. 33-56. 2014. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/download/8978/11594>. Acesso em: 14 Jun 2019.

GOLAFSHANI, N. **Understanding reliability and validity in qualitative research**. The Qualitative Report, v. 8, n. 4, p. 597-607, dec. 2003. Disponível em: <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol8/iss4/6>. Acesso em 05 dez 2020.

GORMAN, G.; HANLON, D.; KING, W. **Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review**. *International Small Business Journal*, 15(3), 56-77, 1997. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0266242697153004>. Acesso em: 02 jan 2021.

GUERRERO, M.; URBANO, D.; FAYOLLE, A. **Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities**. *The Journal of Technology Transfer*, Volume 41, Issue 1, pp. 105–131, 2016. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2821882. Acesso em 02 Dez 2020.

GUILFORD, J. P. **Psychometric methods**. 2ª. ed. New York: McGraw Hill Book Company, 1954.

HECHAVARRIA, D.M.; INGRAM, A. **A review of the entrepreneurial ecosystem and the entrepreneurial society in the united states: an exploration with the global entrepreneurship monitor dataset**. p. 1-35. In: *JBE-Journal Of Business & Entrepreneurship*. Special Issue on Entrepreneurship Education. Vol. 26, nº 1, 2014. 224 p.

HILSDORF, C. **Atitudes empreendedoras: Como transformar sonhos em realidade e fazer seu projeto de vida acontecer**. 1ª - ed. — São Paulo: Penguin Classics - Companhia das Letras, 2015.

HINCKEL, N.C. **Educação, inovação e empreendedorismo: implicações pedagógicas da orientação empreendedora educacional**. Tese submetida ao Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, 2016. Disponível em: <http://150.162.242.35/bitstream/handle/123456789/176646/345970.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 28 nov 2017.

HISRICH, R.D. “Entrepreneurship and intrapreneurship: methods for creating new companies that have an impact on the economic renaissance of an area”. In **Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital**. ed. Robert D. Hisrich Lexington, MA: LexingtonBooks, p. 96, 1986.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPERD, D.A. **Empreendedorismo**. Trad. Francisco Araujo da Costa. McGraw Hill Education: New York. 9ª. Edição, 455 p., 2014.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPERD, D.A. **Entrepreneurship**. McGraw Hill Education: New York. 10ª. Edição, 603 p. 2017.

HYDE, K. F. **Recognizing deductive processes in qualitative research. Qualitative Market Research**, Bingley, England, v. 3, v. 2, p. 82, 2000.

INFOMONEY-AGÊNCIA ESTADO. São Paulo, 15 dez. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/deputados-avaliam-que-marco-legal-das-Startups-da-seguranca-a-investidores/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

ITELVINO, L.S. **Empreendedor social: entre a educação formal, informal e não formal**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2015.

JARDIM, F.R. **Inovação S/A: estudo sobre o perfil dos empreendedores universitários em incubadoras de empresas e empresas juniores**. Tese (Doutorado em Sociologia), Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Departamento de Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2015.

JOHNSON, A.G. **Dicionário de Sociologia**, Tradução: Ruy Jungmann. Consultoria: Renato Lessa, UFF. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

KIRZNER, I.M. **Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach**. *Journal of Economic Literature*. Vol. XXXV, March 1997. P. 60-85. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2729693>. Acesso em 06 abr 2019.

KITCHENHAM, B. **Procedures for performing systematic reviews**. Software Engineering Group, Department of Computer Science, Keele University, Keele, Staffs, UK, 2004. Disponível em: <http://www.inf.ufsc.br/~aldo.vw/kitchenham.pdf>. Acesso em 25 jun 2019.

KITCHENHAM, B.; BRERETON, O.P; BUDGEN, D; TURNER, M.; BAILEY, J.; LINKMAN, S. **Systematic literature reviews in software engineering – A systematic literature review**. *Information and Software Technology*. Volume 51, Issue 1, January 2009, Pages 7-15. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950584908001390>. Acesso em 10 set 2019.

KNORR-CETINA, K. **The ethnografica study of scientific work: towards a constructivist interpretation of science**. In: KNORR-CETINA, K. D.; MULKAY, M. *Science observed: perspectives on the social study of science*. Londres e Beverly Hills: Sage, 1983. p. 115-40.

KNORR-CETINA, K. **A comunicação na ciência**. In: GIL, F. (Coord.). **A ciência tal qual se faz**. Lisboa: João Sá da Costa, 1999. p. 375-393.

KOLB, D.A. **Experiential learning: Experience as the source of learning and development**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1984.

KONRAD, K. *et al.* **performing and governing the future in science and technology**. In: FELT, Ulrike *et al* (Org.). *Handbook of Science and Technology Studies: Handbook of Science and Technology Studies*. 4. ed. Massachusetts: Massachusetts Institute Of Technology, Cap. 16. p. 465-493, 2017.

KRAKAUER, P.V.C. **Ensino de empreendedorismo: estudo exploratório sobre a aplicação da teoria experiencial**. Tese (Doutorado em Ciências), Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2014.

KUHN, T.S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva. 5a. edição, 1998. 259 p. Tradução: Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira; Revisão: Alice Kyoto Miyashiro; Produção: Ricardo W. Neves e Adriana Garcia, a partir do original, 1962.

LANCICHINETTI, A., FORTUNATO, S. **Consensus clustering in complex networks**. *Scientific reports* 2 (2012): 336 p. 2012. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/srep00336>. Acesso em 18 dez 2020.

LANDSTRÖM, H. **Pioneers in entrepreneurship research**. 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/226480328_Pioneers_in_Entrepreneurship_Research. Acesso em 24 jun 2019.

LANDSTRÖM, H. **A history of entrepreneurship research**. p. 23-62. In Handbook of Research on Entrepreneurship – What we know and What we need to know. Edited by Allain Fayolle. Edward Elgar Publishing: 2014. Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA. 448 p.

LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. **Historical Foundations of Entrepreneurship Research**. Edward Elgar Publishing: 2010. USA. 464 p.

LANDSTRÖM, H.; JOHANISSON, B. **Theoretical foundation of Swedish entrepreneurship and small-business research**. Scandinavian Journal of Management, vol. 17, 2001, p. 225-248.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing. p. 15-45, 2010.

LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2012.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação: como seguir dentistas e engenheiros sociedade afora**. Tradução de Ivone C. Benedetti, revisão de tradução: Jesus de Paula Assis. – São Paulo: Editora UNESP, 2000.

LEITE, E. **O fenômeno do Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 392 p., 2012.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999, 264 p.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** 110 p. Tradução de: Paulo Neves. 8. ed. São Paulo: Editora 34, 2003. Disponível em: https://issuu.com/midia8/docs/o_que__o_virtual_-_pierre_lvy. Acesso em: 10 jan. 2018.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço**. Loyola: São Paulo, 2007, 5ª edição, 173 p. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/24348472/levy-pierre---a-inteligencia-coletiva---por-uma-antropologia-do-cyberespaco>. Acesso em: 15 mai 2019.

LIBERATI, A. “**Meta-analysis: Statistical alchemy for the 21st century**”: **Discussion. A plea for a more balanced view of meta-analysis and systematic overviews of the effect of health care interventions**. Journal of Clinical Epidemiology. Vol. 48, No. I, pp. 81-86, 1995. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0895435694001157>. Acesso em 06 set 2019

LIBERATO, A.C.T. **O saber empreendedor docente: a experiência do projeto despertar-parceria SEBRAE-RN / SEEC-RN**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-graduação em Educação - PPGEd da Universidade Federal do Rio Grande do Norte -UFRN, 2016.

LIMA, A.O. **Determinantes da relação empreendedorismo e crescimento econômico no Brasil e suas regiões geográficas**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas), Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), 2014.

LIMA, L.G. **Comportamento empreendedor à luz do constructo do capital psicológico e da teoria social cognitiva, na perspectiva da agência humana**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho –UNINOVE, São Paulo, 2016.

LIMA, V.M.L.M.; D'AMORIM, M.A.M. **A relação atitude-comportamento à luz da Teoria da Ação Racional**. Arq. bras. Psic., Rio de Janeiro, 38(1):133-142, jan./mar. 1986. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/abp/article/view/19238/17972>. Acesso em: 12 set 2018.

LINDE K.; WILLICH, S.N. **How objective are systematic reviews? Differences between reviews on complementary medicine**. JRSM-Journal of the Royal Society of Medicine. 2003. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/321250227_How_Objective_are_Systematic_Reviews_Differences_between_Reviews_on_Complementary_Medicine. Acesso em: 30 ago 2019.

LINHARES, M. **A loucura do empreendedor**. ENDEAVOR, 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/uncategorized/a-loucura-do-empendedor/>. Acesso em 27 dez 2020.

LINSINGEN, I.V. **Perspectiva educacional CTS: aspectos de um campo em consolidação na América Latina**. Ciência & Ensino, vol. 1, número especial, novembro de 2007. Disponível em: http://www.cienciamao.usp.br/tudo/exibir.php?midia=rcen&cod=_perspectivaeducacionalct. Acesso em: 24 jun 2019.

LOPEZ JÚNIOR, G.S.; SOUZA, E.C.L. **Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida**. READ - Revista Eletrônica de Administração, v. 11, n. 6, p. 1-21, 2005, Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/40616>. Acesso em 24 jun 2019.

LOPEZ JR, G.S; SOUZA, E.C.L. de. **Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE: Construção e Validação de uma Escala**. 30º Encontro da EnANPAD. 2006. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-esoc-1910.pdf>. Acesso em 15 Jun 2019.

LÓPEZ-RUIZ, Oswaldo. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.

MACIEL, H.W.P. **O empreendedorismo social no contexto rural: um estudo em organizações do interior da Paraíba**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal da Paraíba, 2017.

MACKEY, J.; SISODIA, R. **Capitalismo consciente: O espírito heróico dos negócios**. Alta Books: Rio de Janeiro. 2018. Tradução: Rosemarie Ziegelmaier.

MADRIGAL TORRES, B.E. **Capital humano e intelectual: su evaluación**. Observatorio Laboral Revista Venezolana, vol. 2, núm. 3, 2009, p. 65-81 Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219016838004>. Acesso em 14 dez 2020.

MAGALHÃES, R.; VENDRAMINI, A. **Os impactos da quarta revolução industrial**. GVExecutivo, 2018, p. 40-43.

MAINDONALD, J.; BRAUN, W. J. **Data analysis and graphics using R: an example based approach**, 2a ed., Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

MANNING, C.D.; SCHÜTZE, H.; RAGHAVAN, P. **Introduction to information retrieval**. Cambridge university press, 2008.

MARKMAN, G.D. Entrepreneurs' Competencies (pp. 67-92). In: **The psychology of Entrepreneurship**. J. Robert Baum, Michael Frese, Robert Baron (orgs). The Organization Frontiers Series. New York: Psychology Press, 2012.

MARCUSE. H. **Towards a critical theory of society**. Inglaterra: Routledge. 2001. 256 p. (Original publicado em 1969).

MARTENS, C.D.P. **Proposição de um conjunto consolidado de elementos para guiar ações visando a orientação empreendedora em organizações de software**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

MARTES, A.C.B. **Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor**. Rev. Econ. Polit., São Paulo, v. 30, n. 2, p. 254-270, 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572010000200005&lng=en&nrm=iso. Acesso em 20 Dec. 2020.

MARTINS. S.N. **Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores**. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010.

MASETTO, M.T. **Competência pedagógica do professor universitário**. 2ª Edição. São Paulo: Summus, 2012.

MATEUS, M.N.E; GONÇALVES, V.B. **Empreendedorismo na (des)mistificação do imaginário social**. Universidade de Vigo – PT. imagonautas. Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios Sociales, p. 53-61, 2015. Disponível em: <http://imagonautas.webs.uvigo.gal/index.php/imagonautas/article/view/9/14>. Acesso em 02 nov 2020.

MATIAS, M.A. **Relação entre características empreendedoras e múltiplas inteligências: um estudo com contadores de Minas Gerais**. Tese (Doutorado em Doutor em Controladoria

e Contabilidade), Departamento de Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2010.

MAURO, Ricardo Arruda. **Educação a distância: contribuições da modalidade para o desenvolvimento territorial por meio da capacidade empreendedora**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente), Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente da Universidade de Araraquara – UNIARA, 2018.

MCCLELLAND, D.C. **The achieving society**. EUA: N.J., Van Nostrand Company, Inc, University of Michigan Libraries, 1961. 512 p.

MCMULLAN, W.E.; VESPER, K. H. **Becoming an entrepreneur: A participant's perspective**. SAGE JOURNALS. First Published February 1, 2000. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/146575030000100105>. Acesso em 31 jan 2019.

MELRO, A.; OLIVEIRA, L. **Comunidades de inovação social e cibercultura: contributos para o desenvolvimento de territórios inteligentes**. p. 195-205. CECS-Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho/Braga-Portugal, 2018. Disponível em: http://revistacomsoc.pt/index.php/cecs_ebooks/article/view/2819/2726. Acesso em: 26 jul 2019.

MÉSZÁROS, István. **A educação para além do capital**. Ensaio apresentado no Fórum Mundial de Educação (Porto Alegre/RS), 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/praxis/483/A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20para%20al%C3%A9m%20do%20capital.pdf?sequence=1>. Acesso em 29 nov 2020.

MEZIROW, J. **Learning to think like an adult core concepts of transformation theory**. In: Mezirow, Jack et. al. (Hg.). 2000: Learning as Transformation. Critical Perspectives on a Theory in Progress. San Francisco: Jossey-Bass, 3-33.

MICHELIN, Claudia de Freitas. **modelo de mensuração da competitividade em empresas de base tecnológica na perspectiva do comportamento empreendedor do gestor diante do ciclo organizacional do negócio**. Tese (Doutorado em Administração), Pós-graduação em Administração, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), 2018.

MILES, M.B., HUBERMAN, A.M. **Qualitative data analysis: An expanded sourcebook** (2ª ed.). 1994, Sage Publications, Inc.

MINAYO, M. C. S. **Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade**. Ciência & Saúde Coletiva, 17(3): 621-626, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a07.pdf>. Acesso em: 12 jul 2019.

MINELLO, I.F.; KRÜGER, C.; JOHANN, D.A.; BÜRGER, R.E. **Characteristics and attitude entrepreneurs: development of entrepreneurship education in graduation students in a brazilian university**. Springer International Publishing AG, part of Springer Nature, J. Machado *et al.* (Eds.): HELIX 2018, LNEE 505, p. 1138–1145, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/325541363_Characteristics_and_Attitude_Entrepreneurs_Development_of_Entrepreneurship_Education_in_Graduation_Students_in_a_Brazilian_University. Acesso em: 12 jan 2019.

MIRANDA, I.M. de. **Brasil: em busca de um novo padrão de desenvolvimento**. Tese (Doutorado em Sociologia), Departamento de Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2011.

MIRANDA, R.G. Da interdisciplinaridade. In: FAZENDA, Ivani (Org). **O que é interdisciplinaridade?** São Paulo: Cortez, 2008.

MIRANDA, S. **Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais**. Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 3, p. 99-114, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652006000300010&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 29 out 2020.

MOORE, D.S.A. **Estatística básica e sua prática**. [The basic practice of statistics]. Cristiana Filizola Carneiro Pessoa (Trad.). 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. 658 p.

MORAIS, E.F.C.de. **Competências empreendedoras: integração das novas tecnologias da informação, comunicação e expressão à práxis pedagógica do professor**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília, 2013.

MORAN, J.M. A educação está mudando radicalmente. In: **A educação que desejamos: novos desafios e como chegar lá**. Campinas/SP: Papirus. 2ª Ed. 2007.

MORETTIN, P. A.; BUSSAB, W. O. **Estatística básica**. 7ª edição. São Paulo: Saraiva, 2011.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. 2ª. ed. – São Paulo: Cortez ; Brasília, DF: UNESCO, 2000.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Tradução: Maria D. Alexandre e Maria A.S. Dória. 8ª. Edição. Bertrand Brasil: Rio de Janeiro. 350 p. 2005. Disponível em: <https://pt.calameo.com/read/004065996f3a619fa6381>. Acesso em: 20 mai 2019.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução: Eliane Lisboa. 5ª. Edição. Porto Alegre: Sulina, 2015, 120 p.

MUNIZ, C.N.S. **Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília, 2008. Disponível em: http://inei.org.br/inovateca/dissertacoes/Atitude_Empreendedora_e_Suas_Dimensoes_.pdf/view. Acesso em: 24 jun 2019.

NASCIMENTO FILHO, M. **Análise de fatores que influenciam o aprendizado empreendedor de mulheres em situação de vulnerabilidade social**. Tese (Doutorado em Engenharia), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017.

NECK, H. M., GREENE, P. G. **Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers**. Journal of Small Business Management. 2011, p. 55–70.

NEGÓCIOS & GESTÃO: EMPREENDEDOR. Florianópolis, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/startups-buscam-empresas-juniores-como-consolidadores-para-seu-negocio/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

NEWMAN, M.E.J. **Finding community structure using the eigenvectors of matrices**, Physical Review E 74 036104, 2006. Disponível em: <http://brainmaps.org/pdf/newman2006.pdf>. Acesso em 16 dez 2020.

NEWMAN, M; GIRVAN, M. **Finding and evaluating community structure in networks**. Physical Review. 2004. Disponível em: http://www.cse.cuhk.edu.hk/~cslui/CMSC5734/newman_community_struct_networks_phys_rev.pdf. Acesso em 16 dez 2020.

NEWTON, J.; SHREEVE, D.G. **An investigation into the relationship between the characteristics and life experiences of entrepreneurs**. Revista de Pesquisa em Marketing e Empreendedorismo, p.16-36, Volume Quatro, Número 1, 2002. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/b99e/80da7576a3cfc4559f4b94c44d28c6343c7e.pdf>. Acesso em 28 jun 2019.

NICOLESCU, B. **A Evolução Transdisciplinar a Universidade Condição para o Desenvolvimento Sustentável**. Ciret - Centre International de Recherches Et Études Transdisciplinaires, Bangkok, p.1-3, nov. 1997. Disponível em: <http://ciret-transdisciplinarity.org/bulletin/b12c8por.php>. Acesso em: 10 jan. 2018.

NÓBREGA, G.C. **Dispositivos pedagógicos do empreendedorismo: a construção de uma experiência de si empreendedora em escolas do ensino médio em Pernambuco**. Tese (Doutorado em Sociologia), Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, 2019.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Como as empresas japonesas geram a dinâmica da Inovação**. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues, Priscilla Martins Celeste. 20ª. edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

NONAKA, I., TOYAMA, R., KONNO, N.. **SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation** Elsevier, Long Range Planning., Volume 33, 2000, Pages 5-34. Disponível em: <https://www.sciencedirect.ez31.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em 26 out 2020.

NOVAES, M.B.C.; GIL, A.C. **A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas**. RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online), São Paulo, v. 10, n. 1, p. 134-160, Feb. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712009000100007&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 10 nov 2020.

NUNES, W.C. **Empreendedorismo por Oportunidade: Objeto de Aprendizagem com Proposta Metodológica, desenvolvida à Luz da Neurociência, para Melhorar a Performance na Capacidade de Identificar Oportunidades de Negócios**. Tese (Doutorado em Informática na Educação), Programa de Pós-Graduação Informática na Educação do Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação da Universidade Federal do Rio grande do Sul, 2016.

OLIVEIRA, E.M. **Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios** – notas introdutórias. Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, 2004. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416/299>. Acesso em 08 mar 2021.

OLIVEIRA, M.R. **modelo para o estímulo à criação de spin-offs acadêmicas baseado em ecossistemas empreendedores**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, 2015.

OLIVEIRA, V.D. **Políticas Públicas e Trabalho Precário: A Retórica da “Autonomia Empreendedora” e a Permanência do Desemprego**. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe, 2017.

PALACIOS, E.M.G.; LINSINGEN, I.V., GALBARTE, J.C.G.; CEREZO, J.A.L.; LUJÁN, J.L.; PEREIRA, L.T.V.; GORDILLO, M.M.; OSORIO, C.; VALDÉS, C.; BAZZO, W.A. **Introdução aos estudos CTS - (Ciência, tecnologia e sociedade)**. Cadernos de Ibero-América. Organização de estados Ibero-Americanos para a educação, A ciência e a cultura (OEI). 168 p., 2003.

PANIZZON, M. **A Influência da capacidade de aprendizado, da criatividade organizacional, da orientação empreendedora internacional, da capacidade tecnológica e da capacidade de reconfiguração na habilidade de desenvolvimento de novos produtos**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração em Associação UCS/PUCRS, Pontifícia Universidade Católica Do Rio Grande Do Sul, 2016.

PAULINO, A.D.; ROSSI, S.M.M. **Um estudo de caso sobre perfil empreendedor – características e traços de personalidade empreendedora**. EGEPE – Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 2003, Brasília. Anais do III EGEPE – Brasília/DF: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220. Disponível em: [http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasil/\[15\].pdf](http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasil/[15].pdf). Acesso em: 11 mar 2019.

PAVANI, C. **Spin offs universitárias de sucesso: um estudo multicasos de empresas originárias da escola politécnica da USP e da COPPE da UFRJ**. Tese (Doutorado em Ciências), Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2015.

PEDROZO, E.A.; PEREIRA, B.A.D. **Empreendedorismo coletivo é possível? Uma análise do processo de constituição de relacionamentos cooperativos em rede**. REAd - Revista Eletrônica de Administração-UFRS, vol. 12, núm. 4, 2006, p. 203-228. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4011/401137453010.pdf>. Acesso em 28 dez 2020.

PEREIRA, I.N. **Efeitucação situada: redes e empreendedorismo na rocinha**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

PEREIRA, R.C.; ARAUJO, F.O. **Complica ou descomplica? Reflexões sobre decisões de fazer ou comprar na maior startup brasileira de educação**. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 259-287, 2017. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112017000300259&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 15 Jan 2021.

PETTY, R.E.; WEGENER, D.T. Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. In: D. T. Gilbert, S. T. Fiske, G. Lindzey (Eds.), **The handbook of social psychology** (p. 323–390), McGraw-Hill, 1998.

PIMENTEL, C.E.; TORRES, C.V.; GÜNTHER, H. Estratégias de mensuração de atitudes em psicologia social. Cap. 9, p. 204-2018. In: **Psicologia Social: Principais temas e vertentes**: Cláudio Vaz, Torres, Elaine Rabelo Neiva (Orgs.), Porto Alegre: Artmed, 2011.

PINCHOT, Gifford. **The Pinchot perspective-in search of a future worth living**. 2017. Disponível em: <https://www.pinchot.com/perspective/intrapreneuring/>. Acesso em 01 fev 2019.

PINHEIRO, R.G. **Empresas de serviços contábeis no estado de São Paulo: características empreendedoras e fatores determinantes para o sucesso dos negócios**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Paulo, 2016.

PINHO, M.A.B. **Construção de significados na trajetória de vida de empreendedores sob a perspectiva da psicologia cultural semiótica**. Tese (Doutorado em Psicologia), Programa de Pós-graduação em Psicologia Cognitiva da Universidade Federal de Pernambuco, 2017.

PEARSON, K. **Report on certain enteric fever inoculation statistics**. British Medical Journal, p. 1243-1246, 1904. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2355479/pdf/brmedj08194-0039.pdf>. Acesso em: 15 set 2019.

PITZ, T.G. A model for experiential entrepreneurship education. p. 179-192. In: **JBE- Journal of Business & Entrepreneurship**, Volume 26, nº. 1, Fall 2014, Special Edition: Entrepreneurial Education, 2014 Special Issue. 234 p.

POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning – A conceptual framework. Cap. 3, P. 44-70. In: **Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications**. (Orgs.). Richard T.Harrison and Claire M.Leitch. Routledge Studies in Entrepreneurship, 2005a. 346 p.

POLLI, G.M.; KUHNEN, A. **Possibilidades de uso da teoria das representações sociais para os estudos pessoa-ambiente**. Estud. psicol. Natal, v. 16, n. 1, p. 57-64, Apr. 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2011000100008&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 11 Nov 2020.

PONS, P.; LATAPY, M. **Computing communities in large networks using random walks**. In: **International symposium on computer and information sciences**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2005. p. 284-293. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/1913681_Fast_Unfolding_of_Communities_in_Large_Networks. Acesso em 16 dez 2020.

RAIMANN, E.G. **Concepções de trabalho e profissionalização docente: sua redução à ação empreendedora.** Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação - Doutorado, da Universidade Federal de Uberlândia, 2015.

REIS, W.C. **Criação de valor simbólico no artesanato quilombola de moju no Pará: um estudo no campo das ações empreendedoras culturais sob a ótica da teoria da recepção de Stuart Hall.** Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, 2016.

REZENDE, S. O. **Mineração de Dados.** XXV Congresso da Sociedade Brasileira de Computação, 2005. Disponível em:
https://www.addlabs.uff.br/enia_site/dw/mineracaodedados.pdf. Acesso em 28 dez 2020.

REZENDE, Y. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual.** *Ci. Inf.*, Brasília, v. 31, n. 1, p. 75-83, Jan. 2002. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652002000100008&lng=en&nrm=iso. Acesso em 20 Dez 2020.

RIBEIRO, A.T.V.B.; FERRAGI, C.A.; TRIVINHO-STRIXINO, F.; CARDOSO, A.C.F. **Entrepreneurship education going remote: a response to covid-19.** restrictions. *Journal of Entrepreneurship Education*, Volume 23, Special Issue 2, 2020. Disponível em:
<https://www.abacademies.org/articles/Entrepreneurship-Education-Going-Remote-1528-2651-23-S2-682.pdf>. Acesso em: 13 jan 2021.

ROBINSON, P.B.; STIMPSON, D.V.; HUEFNER, J.; HUNT, H.K. **An attitude approach to the prediction of entrepreneurship.** Copyright 1991 by Baylor University. *Entrepreneurship theory and practice*. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/270820261_An_Attitude_Approach_to_the_Prediction_of_Entrepreneurship. Acesso em 02 jul 2019.

ROCHA, A.C.; MACHADO, R.; MORO, S.; HALICKI, Z. **Comportamento, atitudes e práticas empreendedoras: um resgate teórico dos pressupostos que abordam a temática.** *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 1, n. 1, p. 44-60, 2016. Disponível em:
<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/download/5/3>. Acesso em: 15 Jun 2019.

ROCHE, J. A Dialética Qualificação-Competência: Estado da Questão. IN: Antônio Tomasi (org): **Da qualificação à competência – Pensando o século XXI.** Campinas: Papirus, 2004.

RODRIGUES, N. **Educação: da formação humana à construção do sujeito ético.** *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 22, n. 76, p. 232-257, 2001. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302001000300013&lng=en&nrm=iso. Acesso em 12 jan 2021.

ROKACH, L.; MAIMON, O. Clustering methods. In: **Data mining and knowledge discovery handbook.** Springer, Boston, MA, 2005. p. 321-352.

ROLIM, C. O.; SANTOS, M. S. **Projeto novos empreendedores do amanhã – desenvolvimento da cultura do empreendedorismo com professores e alunos dos anos iniciais e finais do ensino fundamental de Santo Ângelo.** *Vivências*, 17(32), 351-359, 2020.

Disponível em: <http://revistas.uri.br/index.php/vivencias/article/view/394>. Acesso em 10 dez 2020.

ROLIM, C.O.; ROLAND, L.A.; ANDRADE, L.; ALLES, B.; SANTOS, T.F.M. **Projetos empreendedores do amanhã - disseminação da cultura empreendedora aos estudantes do ensino fundamental e médio de Santo Ângelo e região**. Revista Vivências, v. 15 n. 28, p. 310-325, 2019. Disponível em: <http://revistas.uri.br/index.php/vivencias/issue/view/3>. Acesso em: 26 set 2020.

ROSAS, A.R. **Criação de um simulador educacional para empreendedores: simulando novos negócios b2b de base Tecnológica**. Tese (Doutorado em Administração), Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2009.

ROSVALL, M; BERGSTROM, C.T. **Maps of random walks on complex networks reveal community structure**. Proceedings of the National Academy of Sciences, v. 105, n. 4, p. 1118-1123, 2008. Disponível em: <https://www.pnas.org/content/pnas/105/4/1118.full.pdf>. Acesso em 16 dez 2020.

SÁ, E.V. **Desenvolvimento da educação em empreendedorismo no Brasil: Um estudo de múltiplos casos**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da Universidade Nove de Julho – UNINOVE, 2019.

SABINO, G.T. **EMPREENDEDORISMO: reflexões críticas sobre o conceito no Brasil**. Anais do VII Seminário do Trabalho - Trabalho, Educação e Sociabilidade. UNESP/Marília. 2010. Disponível em: http://www.estudosdotrabalho.org/anais-vii-7-seminario-trabalho-ret-2010/Geruza_Tome_Sabino_Empreendedorismo_reflexes_crticas_sobre_o_conceito_no_Brasil.pdf. Acesso em 20 out 2020.

SAES, A.M.; MARCOVITCH, J. **Educação empreendedora: trajetória recente e desafios**. Rev. Empreendedorismo Gest. Pequenas Empres. São Paulo, v.9, n.1, p. 01-09, 2020. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/1776>. Acesso em 12 dez 2020.

SALGADO, J. **Entre solitários e solidários: o empreendedor nos discursos da Folha de S. Paulo (1972-2011)**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

SALIM, C.; SILVA, N. **Introdução ao empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora**. Coleção: Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2010, 272 p.

SALTON, G. **Automatic Text Processing: The transformation, analysis, and retrieval of information by computer**. Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc., Boston, MA, USA, 1989.

SAMPAIO, R.; MANCINI, M.C. **Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica**. Revista Brasileira de Fisioterapia, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbfis/v11n1/12.pdf>. Acesso em: 22 abr 2019.

SANTOS, A.N.F. **Atitude de estudar como prática social no ambiente universitário: realidade empírica e concreta de graduandos**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia, 2018.

SANTOS, M.F. De S.; ALMEIDA, L.M. De. **Diálogos Com a Teoria Das Representações Sociais**. Recife: UFPE, 200 p. 2005.

SANTOS, W. L.P.; MORTIMER, E.F. **Uma análise de pressupostos teóricos da abordagem C-T-S (Ciência - Tecnologia - Sociedade) no contexto da educação brasileira**. Ens. Pesquisa. Educ. Ciênc. (Belo Horizonte), Belo Horizonte, v. 2, n. 2, Dez.2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-21172000000200110&lng=en&nrm=iso. Acesso em 19 Maio 2019.

SANTOS, P.L.V.A.C., CARVALHO, A.M.G. **Sociedade da Informação: avanços e retrocessos no acesso e no uso da Informação**. Inf. & Soc.: Est., João Pessoa, v.19, n.1, p. 45-55, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/viewFile/1782/2687>. Acesso em: 13 mar 2018.

SANTOS, G.F., SILVA, O.G.T. **Conceito de “modernidade líquida”: revisão teórica e implicações para a prática de vida**. Cadernos Zygmunt Bauman. vol. 3, num. 5, 2012. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/1490/2555>. Acesso em 13 mar 2018

SARASVATHY, S. **The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research**. Journal of Business Venturing. V.19, p.707-717, 2004. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/> Acesso em: 28 dez 2020.

SARASVATHY, S. **What makes entrepreneurs entrepreneurial?** University of Virginia. 2005. Disponível em: https://www.effectuation.org/sites/default/files/research_papers/what-makes-entrepreneurs-entrepreneurial-sarasvathy_0.pdf. Acesso em: 06 fev 2019.

SAY, J.B. **Traité d'Économie Politique**. Ce document est extrait de la base de données textuelles Frantext réalisée par l'Institut National de la Langue Française (InaLF), . (obra original publicada em 1803), [Document électronique] / par J.-B. Say. 491 p., 1832.

SAY, J.B. **Tratado de Economia Política**. Prefácio de Georges Tapinos; tradução: Balthazar Barbosa Filho e Rita Valente Correia Guedes. 423 p. (obra original publicada em 1803), São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCHAEFER, R. **Empreender como uma forma de ser, saber e fazer: O desenvolvimento da mentalidade e do comportamento empreendedores por meio da educação empreendedora**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria-RS, 2018.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I.F. **Mentalidade Empreendedora: O modo de pensar do indivíduo empreendedor**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas | v.6 | n.3 | p. 495-524 | Set/Dez. 2017.

SCHMITZ, A. **A Inovação e o Empreendedorismo na Universidade: Um Framework Conceitual Sistêmico para Promover Desenvolvimento Socioeconômico Regional e Sustentabilidade Institucional**. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento), Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.

SCHMITZ, A.L.F. **Competências Empreendedoras: Os Desafios Dos Gestores De Instituições De Ensino Superior Como Agentes De Mudança**. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento), Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

SCHMITZ, A.; DANDOLINI, G.A.; SOUZA, J.A.; GUERRERO, M. A systemic approach for universities in the knowledge-based society: a qualitative study. In book: **Entrepreneurial Universities: Collaboration, Education and Policies**. Publisher: Edward Elgar, 2018. Acesso em: <https://www.researchgate.net/publication/327582950>. Acesso em: 17 fev 2019.

SCHULTZ. T. **O capital humano – Investimentos em educação e pesquisa**. Trad. Marco Aurélio de Moura Matos – 1ª. edição. Rio de Janeiro: Zahar. 1973.

SCHUMPETER, J.A. **Economic Development and Entrepreneurship**. Capítulo II -The Theory of Economic Development. 1934. Disponível em: <https://www.panarchy.org/schumpeter/development.html>. Acesso em 28 jan 2019.

SCHUMPETER, J.A . **Teoria Do Desenvolvimento Econômico** - Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Trad. Maria Sílvia Possas, do original de 1964. 229 p. Nova Cultural: São Paulo, 1997.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. Trad. para o inglês: German by Redvers Opie. Routledge: New York, 2017.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Trad. Moreira Daniel Miranda. SP: EDIPRO, 1ª. edição, 195 p., 2019.

SCHWARTZMAN, S. Educação: A Nova Geração De Reformas. In: GIAMBIAGI, F.; REIS, J.G.A. URANI, A. (Orgs.). **Reformas no Brasil: balanço e agenda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 543 p. 2004.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, M. P. **Advances in experimental social psychology**, v. 24 San Diego: Academic, 1992. p. 1-65.

SEBRAE. **O que é uma Startup?** 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-Startups,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 03 dez 2020.

SEBRAE. **Qual a diferença entre empreendedor e empresário?** 2017. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-e-empresario/>. Acesso em: 12 jun 2019.

SEBRAE. **O que é Educação Empreendedora?** 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-educacao-empreendedorora,61d97e573644d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 09 jan 2021.

SENTANIN, V.; BARBOZA, R.J. **Conceitos de Empreendedorismo**. Revista Científica Eletônica de Administração. Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais de Garça, FAEG/FAEF. Ano V. N. 9, 2005.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. Academy of Management Review. 2000. Vol.25, No. 1,217-226.

Disponível em:

<https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>. Acesso em 20 fev 2019

SHAPERO, A. **Some Social Dimensions of Entrepreneurship**. 1980. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=ED236351>. Acesso em 30 jan 2019.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. **The Social Dimensions of Entrepreneurship**. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership. 1982. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759. Acesso em 30 jan 2019.

SHAPERO, A. **The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur**. Psychology Today, Vol. 9, Issue 6, 1975, p. 83-88. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1506368>. Acesso em 20 nov 2020.

SHAPERO, A. **Why entrepreneurship? A worldwide perspective**. Journal of Small Business Management (pre-1986); Milwaukee Vol. 23, Ed. 000004, 1985. Disponível em <https://search.proquest.com/docview/210717530?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>. Acesso em 05 mar 2021.

SILVA, A.P.; SCHIMIGUEL, J.; ARAÚJO, M.S.T. **Reflexões acerca da Utilização da abordagem Ciência, tecnologia e Sociedade no contexto da Educação empreendedora**. In: Boletim Tec. Senac, Rio de Janeiro, v. 41 n. 3, 2015. Disponível em: <https://bts.senac.br/bts/issue/view/12/12>. Acesso em 20 Out 2020.

SILVA, A.P.; SCHIMIGUEL, J.; SARTORI, V.; CATAPAN, A.H. **Educação empreendedora como fator de sucesso para inovação sob o olhar da abordagem CTS – Ciência, Tecnologia e Sociedade**. IV Simpósio Nacional de Ensino de Ciências e Tecnologia. Ponta Grossa-PR, 2014. Disponível em: <http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCurtos/ID%2075.pdf>. Acesso em 05 abr 2019.

SILVA, A.K.A.; CORREIA, A.E.G.C.; LIMA, I.F.de. **O conhecimento e as tecnologias na sociedade da informação**. Revista Interamericana de Bibliotecología. Ene.-Jun. 2010, vol. 33, no. 1, p. 213-239. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v33n1/v33n1a09.pdf>. Acesso em 01 Jun 2019.

SILVA, D.M.C. **Empreendedores brasileiros na educação física e no esporte: atitudes inovadoras de pioneiros.** Tese (Doutorado em Ciências do Exercício e do Esporte), Programa de Pós-Graduação em Ciências do Exercício e do Esporte da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2015.

SILVA, J.V.V.M. **Potencialidades e desafios do M-Learning para o desenvolvimento de competências empreendedoras de microempreendedores individuais.** Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos-UNISINOS, São Leopoldo/RS, 2017.

SIMÕES, I.A.G. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação.** Revista Eletrônica TEMÁTICA, Maio/2009. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade_ciberespa%C3%A7o_Isabella.pdf. Acesso em 30 nov 2017.

SIQUEIRA, E.S., DINIZ, E.H., ALBINO, R. **Fintech Social: Definição, Categorização e Ilustrações Empíricas.** Twenty-fourth Americas Conference on Information Systems, New Orleans, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/339936399>. Acesso em: 10 jan 2021.

SMITH, A. **A riqueza das nações - Investigação sobre sua natureza e suas causas.** Os Economistas, 471 p. Vol. I. Trad. de Luiz João Baraúna, São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SNOW, C.P. **As duas culturas e uma segunda leitura.** Trad. Geraldo Gerson de Souza e Renato de Azevedo Rezende Neto, São Paulo: EdUSP, 129 p. 1995.

SOARES, M.C. **O filósofo e o Político segundo Éric Weil.** Coleção Filosofia. Editora Loyola. São Paulo. 1998.

SOARES, M.C. **Orientação para o Empreendedorismo: uma revisão meta-analítica de sua relação com a performance e avaliação de potenciais mediadores e moderadores.** Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2016.

SOARES, O.S. **Currículo e interdisciplinaridade profissional: base para uma nova gestão empreendedora.** Tese (Doutorado em Educação: Currículo), Programa de Pós-Graduação em Educação: Currículo da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2016.

SOEIRO, J.; CAMPOS, A. **A falácia do empreendedorismo.** Bertrand: 2016. Lisboa-Portugal. 160 p.

SOKAL, R.R.; MICHENER, C.D. **A statistical method for evaluating systematic relationships.** University of Kansas Science Bulletin. 1958, 38: 1409–1438.

SOTO, F.D. **O Estabelecimento da Orientação Empreendedora no ambiente acadêmico: transformações institucionais em universidades no Brasil e na Suécia.** Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS-São Leopoldo/RS, 2018.

SOUSA, A.M.R. **Construção De Um Modelo Explicativo De Intenção Empreendedora Para Estudantes Universitários**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas), Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), 2014.

SOUZA, E.C.L. **Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade**. In: Egepe – Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 2005, Curitiba, Anais, 2005, p. 134-146. Disponível em: [http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/curitiba/\[13\].pdf](http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/curitiba/[13].pdf). Acesso em 20 jan 2019.

SOUZA, E.C.L.de; DEPIERI, C.C.L.de S. **Cultura E Atitude Empreendedora: Um Estudo Em Empresas No Distrito Federal**. FACES R. Adm. • Belo Horizonte • v. 6 • n. 3 • p. 90-100 • 2007. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/105>. Acesso em: 14 jun 2019.

SOUZA, E.C.L., LOPEZ JÚNIOR, G.S.; BORNIA, A.C., ALVES, L.R.R. **Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item**. Revista de Administração Mackenzie, 14(5), 230-251, 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-69712013000500009&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 10 dez 2020.

SOUZA, Helcimara Affonso de. **Educação Empreendedora: contribuições para a formação do perfil empreendedor de alunos da enfermagem**. Tese (Doutorado em Ciências), Programa de Pós-Graduação em Enfermagem Psiquiátrica – Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, 2019.

SOUZA, R.S. **Intenção Empreendedora: Validação De Modelo Em Universidades Federais De Mato Grosso Do Sul, Brasil**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração-PPGA da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, 2015.

SOUZA, V.A.B. de. **Competências empreendedoras no processo de formação do extensionista rural**. Tese (Doutorado em engenharia e Gestão do Conhecimento), Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.

STADLER, A.A **Educação Empreendedora No Contexto Da Educação Profissional: Um Estudo No Brasil E Na Escócia**. Tese (Doutorado em Administração e Turismo), Curso de Doutorado Acadêmico em Administração e Turismo da Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu-SC, 2017.

STEFENON, R.; THOM, S.R.V. **Ecosistemas empreendedores e políticas públicas: uma primeira aproximação**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 5, E. Especial, p.25-50, 2020. Disponível em:

<http://relise.eco.br/index.php/relise/article/view/454/446>. Acesso em 14 mar 2020.

STEVENSON, H. **Why entrepreneurship has won!** Harvard University. 2000.

Disponível em: http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_won.pdf. Acesso em 04 fev 2019.

STREHL, A.; GHOSH, J. **Cluster ensembles — a knowledge reuse framework for combining multiple partitions**. J. Mach. Learn. Res. 3, 583–617, 2002. Disponível em: <http://www.strehl.com/download/strehl-jmlr02.pdf>. Acesso em 16 dez 2020.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do Conhecimento**. Tradução Ana Thorell. Artmed: Porto Alegre. 2008.

TAN, P-M.; STEINBACH, M.; KUMAR, V. **Introduction to Data Mining**. Addison-Wesley. 2005.

TEDESCO, J.C. **O novo Pacto Educativo – Educação, Competitividade e Cidadania na Sociedade Moderna**. Trad. Otacílio Nunes. Série Educação em Ação, São Paulo: Ática, 1ª edição, 2001.

TENÓRIO, A.F. **Emancipação humana, pela via da escola, na sociedade de produção flexível: educação socialista e educação empreendedora**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá, 2017.

THORNTON, M. **Cantillon on the cause of the business cycle**. The Quarterly Journal Of Austrian Economics VOL. 9, NO. 3, 2006: 45–60. Disponível em: https://mises-media.s3.amazonaws.com/qjae9_3_3.pdf?file=1&type=document. Acesso em 28 jan 2019

TOMASI, A. Qualificação ou Competência? IN: TOMASI, A. (org): **Da qualificação à competência – Pensando o século XXI**. Campinas: Papirus, 2004.

THEIS, I.M. **A Sociedade do Conhecimento realmente existente na perspectiva do desenvolvimento desigual**. URBE. Revista Brasileira de Gestão Urbana (Brazilian Journal of Urban Management), v. 5, n. 1, p. 133-148, jan./jun. 2013 Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/urbe/v5n1/a10v5n1.pdf>. Acesso em: 13 mar 2018.

VALADARES, J.L. **Significados do Empreendedorismo no setor público no contexto municipal brasileiro**. Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras-MG, 2016.

VALE, G.M.V. **Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração**. Revista de Administração Contemporânea, vol. 18, n. 6, p. 874-891, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552014000600874&script=sci_arttext_plus&tlng=pt. Acesso em 27 dez 2020.

VALENTE, J.A. **Formação de educadores para o uso da informática na escola**. Campinas: UNICAMP/NIED, 2003, 203 p.

VALENTE, K.M. **Narrativas de vida de empreendedoras, comunicação e consumo: Análise de palestras inspiracionais do evento Day 1 Endeavor.** Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo), Programa De Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - Escola Superior De Propaganda E Marketing – Espm/São Paulo, 2018.

VELHO, L. **Conceitos de Ciência e a Política Científica, Tecnológica e de Inovação.** Sociologias, Porto Alegre v. 13, n. 26, p. 128-153, 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222011000100006&lng=pt&tlng=pt. Acesso em 20 ago 2020.

VENTURA, V.A. **O papel mediador da aprendizagem no processo do empreendedorismo estratégico em pequenas e médias empresas de alto crescimento orgânico.** Tese (Doutorado em Administração), Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, 2016.

VÉRIN, H. **Entrepreneurs, enterprises, histoire d'une idée.** Paris, Presses Universitaires de France, 1982.

VESPER, K.H. **Entrepreneurial Academics-How Can We Tell When the Field is Getting Somewhere?** Journal of Business Venturing, Vol. 3, Issue 1, p. 1-10, 1988. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1505259>. Acesso em 18 dez 2020.

VIANA, G.; LIMA, J.F. **Capital humano e crescimento econômico.** Interações, Campo Grande, v. 11, n. 2 p. 137-148, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/inter/v11n2/a03v11n2.pdf>. Acesso em 20 dez 2020.

VICK, T.E.; NAGANO, M.S.; SEMENSATO, B.I **A essência do processo empreendedor e a complexidade do indivíduo: percepções sob a ótica das tipologias de conhecimento.** Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 1, n. 2, p. 77-90, 2011. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/6796/a-essencia-do-processo-empreendedor-e-a-complex--->. Acesso em 29 jun 2019.

VILAS BOAS, E.P. **O comportamento do empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa.** Tese (Doutorado em Ciências), Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2015.

WARD JR., J.H. **Hierarchical grouping to optimize an objective function.** Journal of the American statistical association, v. 58, n. 301, p. 236-244, 1963. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01621459.1963.10500845>. Acesso em 16 dez 2020.

WEBER, M. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo.** Trad. José Marcos Mariani de Macedo. Antônio Flávio Pierucci (Ed.). São Paulo: Companhia das Letras, 336 p., 2004a.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva.** Trad. Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa, rev. Gabriel Cohn. Brasília: Editora UNB, 586 p. 2004b.

WOLF, S.M. **Influência da competência empreendedora dos coordenadores nos indicadores de desempenho dos polos EaD.** Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento), Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Trad. Daniel Grassi, 2ª edição, Porto Alegre: Bookman, 200, 200 p.

ZAMBON, S.A. **A educação empreendedora no ensino fundamental, médio e superior – Análise dos temas abordados.** Novas Edições Acadêmicas: São Paulo, 2015.

ZAMPIER, M.A.; TAKAHASHI, A.R.W. **Competências e aprendizagem empreendedora em Mpe's educacionais.** Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. Rio de Janeiro, v. 8, n. 3. 2014. Disponível em <http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11178/7974>. Acesso em 11 mar 2019.

APÊNDICE A - Relação de teses selecionadas para esta pesquisa

- 1 2007 Responsabilidade Social das Empresas e Valores Humanos: Um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros
- 2 2008 Vislumbrando o cuidado de enfermagem como prática social empreendedora
- 3 2008 Transmissão da competência empreendedora: um estudo de casos múltiplos
- 4 2009 Criação de um simulador educacional para empreendedores: simulando novos negócios B2B de base tecnológica
- 5 2009 Proposição de um Conjunto Consolidado de Elementos Para guiar Ações Visando a Orientação Empreendedora em Organizações de software
- 6 2009 A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador
- 7 2010 Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores
- 8 2010 Relação entre características empreendedoras e múltiplas inteligências: um estudo com contadores de Minas Gerais
- 9 2011 Brasil: em busca de um novo padrão de desenvolvimento
- 10 2012 Competências empreendedoras: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudança.
- 11 2013 Competências empreendedoras no processo de formação do extensionista rural
- 12 2013 Competências Empreendedoras: integração das novas tecnologias da informação, comunicação e expressão à práxis pedagógica do Professor.
- 13 2014 Influência da Competência Empreendedora dos Coordenadores nos Indicadores de Desempenho dos Polos EaD
- 14 2014 Empreendedorismo Sustentável Em Projetos Sociais De Uma Fundação Educacional
- 15 2014 As competências dos empreendedores solidários: estudo com catadores em cooperativas de coleta e tratamento de resíduos sólidos em São Bernardo do Campo
- 16 2014 Construção De Um Modelo Explicativo De Intenção Empreendedora Para Estudantes Universitários
- 17 2014 Ensino de empreendedorismo: estudo exploratório sobre a aplicação da teoria experiencial
- 18 2014 Determinantes da relação empreendedorismo e crescimento econômico no Brasil e suas regiões geográficas
- 19 2014 Efeitução Situada: Redes E Empreendedorismo Na Rocinha

- 20 2015 Modelo Para O Estímulo À Criação De Spin-Offs Acadêmicas Baseado Em Ecossistemas Empreendedores
- 21 2015 O comportamento do empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa
- 22 2015 Intenção Empreendedora: Validação De Modelo Em Universidades Federais De Mato Grosso Do Sul, Brasil
- 23 2015 Empreendedor Social: Entre a Educação Formal, Informal e Não Formal.
- 24 2015 Concepções de trabalho e profissionalização docente: sua redução à ação empreendedora
- 25 2015 Inovação S/A: estudo sobre o perfil dos empreendedores universitários em incubadoras de empresas e empresas juniores
- 26 2015 Competências Empreendedoras: uma avaliação no Contexto de Empresas Juniores Brasileiras.
- 27 2015 Aprendizagem empreendedora em contexto de insucesso empresarial: Estudo com empreendedores de micro e pequenas empresas
- 28 2015 Spin Offs universitárias de sucesso: um estudo multicase de empresas originárias da escola politécnica da USP e da coppe da UFRJ.
- 29 2015 Empreendedores brasileiros na educação física e no esporte: atitudes inovadoras de pioneiros
- 30 2015 O desenvolvimento das competências empreendedoras no ambiente de incubadoras na América Latina: a percepção de gestores e empreendedores.
- 31 2016 O Papel Mediador Da Aprendizagem No Processo Do Empreendedorismo Estratégico Em Pequenas E Médias Empresas De Alto Crescimento Orgânico.
- 32 2016 Comportamento Empreendedor À Luz Do Constructo Do Capital Psicológico E Da Teoria Social Cognitiva, Na Perspectiva Da Agência Humana.
- 33 2016 Significados do empreendedorismo no setor público no contexto municipal brasileiro
- 34 2016 Orientação para o empreendedorismo: uma revisão meta-analítica de sua relação com a performance e avaliação de potenciais mediadores e moderadores.
- 35 2016 Empreendedorismo por Oportunidade: Objeto de Aprendizagem com Proposta Metodológica, desenvolvida à Luz da Neurociência, para Melhorar a Performance na Capacidade de Identificar Oportunidades de Negócios.
- 36 2016 Pastores Como Empreendedores: Análise Sob Perspectivas Comportamental E Relacional.
- 37 2016 Proposta de modelo de negócio com estratégias de inovação para

- empresas de micro e pequeno porte: Baseada em estudo realizado em empresas do segmento de moda dos Municípios de Goiânia, Pontalina e Taquaral de Goiás-GO
- 38 2016 Empresas de serviços contábeis no estado de São Paulo: características empreendedoras e fatores determinantes para o sucesso dos negócios.
 - 39 2016 Currículo e interdisciplinaridade profissional: base para uma nova gestão empreendedora
 - 40 2016 Entre solitários e solidários: o empreendedor nos discursos da Folha de S. Paulo (1972-2011)
 - 41 2016 O saber empreendedor docente: a experiência do projeto despertar-parceria SEBRAE-RN / SEEC-RN
 - 42 2016 Criação de Valor Simbólico no Artesanato Quilombola de Moju no Pará: Um Estudo no Campo das Ações Empreendedoras Culturais sob a Ótica da Teoria da Recepção de Stuart Hall
 - 43 2016 A Influência da capacidade de Aprendizado, da Criatividade organizacional, da Orientação Empreendedora Internacional, da Capacidade Tecnológica e da Capacidade de Reconfiguração na Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos.
 - 44 2017 Potencialidades e desafios do M-learning para o desenvolvimento de competências empreendedoras de microempreendedores individuais
 - 45 2017 O empreendedorismo social no contexto rural: um estudo em organizações do interior da Paraíba
 - 46 2017 A Inovação e o Empreendedorismo na Universidade: Um Framework Conceitual Sistêmico para Promover Desenvolvimento Socioeconômico Regional e Sustentabilidade Institucional.
 - 47 2017 Empreendedorismo como prática: um estudo em organizações produtoras de cachaça artesanal.
 - 48 2017 Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários: revisão de literatura e estudos empíricos.
 - 49 2017 Construção de significados na trajetória de vida de empreendedores sob a perspectiva da Psicologia Cultural Semiótica
 - 50 2017 Emancipação humana, pela via da escola, na sociedade de produção flexível: educação socialista e educação empreendedora.
 - 51 2017 A Educação Empreendedora No Contexto Da Educação Profissional: Um Estudo No Brasil E Na Escócia.
 - 52 2017 A internacionalização da universidade empreendedora: a proposta de um modelo.
 - 53 2017 Capacidades dinâmicas e ambidestria organizacional como variáveis mediadoras da relação entre orientação empreendedora e performance organizacional

- 54 2017 Políticas públicas e trabalho precário: a retórica da autonomia empreendedora e a permanência do desemprego
- 55 2017 Análise de fatores que influenciam o aprendizado empreendedor de mulheres em situação de vulnerabilidade social
- 56 2018 Educação a Distância: Contribuições da Modalidade para o Desenvolvimento Territorial por Meio da Capacidade Empreendedora
- 57 2018 A orientação empreendedora de negócios sociais, seus antecedentes e resultados: um estudo sobre startups brasileiras.
- 58 2018 Propósitos empreendedores de professores-pesquisadores de ciências na era da sabedoria
- 59 2018 Modelo de mensuração da competitividade em empresas de base tecnológica na perspectiva do comportamento empreendedor do gestor diante do ciclo organizacional do negócio
- 60 2018 Influência da capacidade de aprendizagem organizacional, da capacidade de inovação organizacional e da orientação empreendedora no desempenho inovador e organizacional.
- 61 2018 Empreender Como Uma Forma De Ser, Saber E Fazer: O Desenvolvimento Da Mentalidade E Do Comportamento Empreendedores Por Meio Da Educação Empreendedora.
- 62 2018 O Estabelecimento Da Orientação Empreendedora No Ambiente Acadêmico: Transformações institucionais em universidades no Brasil e na Suécia.
- 63 2018 Atitude de estudar como prática social no ambiente universitário: realidade empírica e concreta de graduandos
- 64 2018 Narrativas De Vida De Empreendedoras, Comunicação E Consumo: Análise De Palestras Inspiracionais Do Evento Day 1 Endeavor.
- 65 2018 Criação e desenvolvimento de spin-offs no contexto da Perspectiva emergente do empreendedorismo acadêmico
- 66 2019 Educação empreendedora pela experiência: criatividade e emoção no contexto do empreendedorismo cultural.
- 67 2019 Modelos mentais e oportunidades empreendedoras: a influência dos modelos mentais no desenvolvimento de oportunidades.
- 68 2019 Os efeitos da gestão dos recursos, da orientação empreendedora e das capacidades no desempenho organizacional: um estudo no setor metalomecânico da serra gaúcha
- 69 2019 Para além da inovação e do empreendedorismo no capitalismo Brasileiro
- 70 2019 Dispositivos pedagógicos do empreendedorismo: a construção de uma experiência de si empreendedora em escolas do ensino médio em Pernambuco
- 71 2019 Educação empreendedora: contribuições para a formação do perfil

empreendedor de alunos da enfermagem

- 72 2019 Desenvolvimento da educação em empreendedorismo no Brasil: um estudo de múltiplos casos.