



EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: AVANÇOS E DESAFIOS

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: ADVANCES AND CHALLENGES

Recebido em 09.03.2018. Aprovado em 22.12.2018
Avaliado pelo sistema *double blind review*

Gracyanne Freire de Araujo

Universidade Federal de Sergipe – São Cristóvão - SE

gracyanne@gmail.com

Eduardo Paes Barreto Davel

Universidade Federal da Bahia – Salvador - BA

davel.eduardo@gmail.com

47

Resumo

A educação empreendedora (EE) é um tema de destaque para pensar os currículos das Escolas de Administração e o desenvolvimento da sociedade como um todo. No entanto, ainda não dispomos de uma visão atual e consolidada sobre a EE: os conhecimentos ainda são fragmentados e dispersos. O objetivo deste artigo é sistematizar um entendimento atualizado e integrado dos conhecimentos produzidos sobre EE. A análise de material publicado (artigos, livros, teses, dissertações) e de documentos institucionais (de centros de pesquisa e ensino do empreendedorismo) permitiu a categorização de institucionalidades, focos e de pedagogias de EE. Os resultados da pesquisa demonstram que as instituições de EE possuem uma predominância do plano de negócios como pedagogia. Os conteúdos ministrados nas disciplinas de empreendedorismo têm um perfil preocupado com a formação de habilidades, competências empreendedoras e intenção empreendedora. Diante desta análise, propomos e discutimos três desafios e perspectivas para a EE: (a) o contexto da economia criativa e cultural; (b) o conceito do empreendedorismo como prática, processo e construção social, (c) a pedagogia da aprendizagem baseada na prática.

Palavras-chaves: Educação Empreendedora; Empreendedorismo; Pedagogia da Experiência; Empreendedorismo Cultural; Economia Criativa.

Abstract

Entrepreneurial education (EE) is a key topic for thinking about the curriculum of the Management Schools and the development of society. However, we do not have a current and consolidated view on EE: knowledge is still fragmented and dispersed. The goal of this article is to systematize an updated and integrated understanding of the knowledge produced on EE. The analysis of published material (articles, books, theses, dissertations) and institutional documents (from centers of research and teaching of entrepreneurship) allowed the categorization of institutions, focus and pedagogies of EE. The results of this research demonstrate that EE institutions have a predominance of the business plan as pedagogy. The contents taught in the subjects of entrepreneurship have a profile concerned with the formation of skills, entrepreneurial skills and entrepreneurial intention. Given this analysis, we propose and discuss three challenges and perspectives for EE: (a) the context of the creative and cultural economy; (B) the concept of the entrepreneurship as practice, process and social construction, (c) the pedagogy of learning based on practice.

Keywords: Entrepreneurship Education; Entrepreneurship; Pedagogy of the Experience; Cultural Entrepreneurship; Creative Economy.

Introdução

O empreendedorismo evoluiu ancorado em diferentes áreas do conhecimento, como a economia, ciências sociais e gestão, o que causou um intenso debate e aumento do interesse teórico dentro do tema (LANDSTRÖM; BENNER, 2010). Além do interesse do meio científico em estudar essa interdisciplinaridade, o empreendedorismo apresenta-se como responsável pelo aumento do consumo e acesso a bens, serviços, condições de trabalho e maior qualidade de vida para as pessoas (FILION, 1999). Desta forma, os estudos sobre o tema têm despertado o interesse dos governos para a geração de emprego e renda (BARROS; PEREIRA, 2008).

Como forma de criação de novos negócios ou de desenvolvimento de habilidades gerenciais é que as universidades têm incorporado o ensino do empreendedorismo nos projetos pedagógicos dos cursos (VIEIRA et al., 2013). Além de permitir uma reestruturação dos cursos de empreendedorismo para promover o crescimento econômico de uma certa localidade ou região (DEGEN, 2008). Com efeito, a educação empreendedora (EE) é um tema de destaque para pensar os currículos das Escolas de Administração e o desenvolvimento da sociedade como um todo. Entretanto, ainda carecemos de uma visão atual e consolidada sobre o EE: os conhecimentos ainda são fragmentados e dispersos. Fragmentados por apresentarem diversas divisões de fatores que despertam o interesse sobre o assunto e dispersos por permitirem uma difusão sobre a temática abordando várias áreas do conhecimento.

Nesse sentido, este estudo se justifica: (a) pela necessidade de se estudar sobre a educação empreendedora para legitimar o campo de pesquisa (KURATKO, 2005), pois demanda de uma discussão mais robusta (SCHAEFER; MINELLO, 2016); (b) pela educação empreendedora no Brasil ser recente (surgiu em meados da década de 1990), quando comparado ao seu desenvolvimento na Europa e nos Estados Unidos (VIEIRA et al., 2013); (c) pela necessidade de investigar aspectos da educação empreendedora que ainda continuam mal compreendidos (COPE, 2003); e (d) pela importância de propor e discutir desafios e perspectivas para o processo de EE para novas pesquisas acerca do tema. É sob esta perspectiva que o objetivo desta pesquisa se volta para sistematizar um entendimento atualizado e integrado dos conhecimentos produzidos sobre educação empreendedora.

Metodologicamente, este artigo foi construído em quatro etapas. Na primeira foi realizado um levantamento, no período entre 2000 e 2016, de artigos internacionais (60 artigos) utilizando a base *Web of Science* e em artigos nacionais (61 artigos), no período compreendido entre 2000 e 2017, na base SPELL. Tal levantamento permitiu compreender as discussões e os principais eixos analíticos tanto sobre educação empreendedora quanto de ensino-aprendizagem do empreendedorismo, pois percebemos que esses termos são considerados sinônimos na literatura investigada e que foram utilizados para buscar referências sobre o assunto. Na segunda etapa foi feito um levantamento de livros em bases de dados e a partir das citações dos artigos selecionados na primeira etapa. Já na terceira etapa, levantou-se documentos institucionais, tais como sites de centros universitários, de universidades e órgão governamental, a exemplo do SEBRAE. Na quarta etapa, foi realizado um cruzamento de referências citadas no material obtido para identificar novos artigos e livros, complementar, ampliar e atualizar a base de dados da pesquisa. A análise de conteúdo foi realizada em 3 etapas. Na primeira etapa foi feita uma leitura dos resumos, principais resultados e conclusões dos artigos levantados. Depois da leitura (etapa 2), foram identificadas e analisadas as categorias, focos e pedagogias sobre educação empreendedora. Na terceira etapa, buscamos desenvolver consistências centrais para a compreensão dos conhecimentos produzidos sobre EE.

Este artigo está estruturado em três seções, além desta introdução e da conclusão. Na primeira seção apresentamos um panorama atual da educação empreendedora, permitindo uma análise da atuação das instituições de ensino, dos focos e pedagogias sobre EE. Na segunda, apresentamos os desafios e perspectivas a respeito do tema, com ênfase na economia criativa e cultural e na pedagogia da experiência. Na terceira e última seção discutimos os desafios e perspectivas para a pesquisa sobre a educação empreendedora.

Educação empreendedora: panorama atual

Nesta seção, apresentamos um panorama atual da educação empreendedora, a partir de três categorias. A primeira é o que chamamos de institucionalidades da EE, a qual será analisada sob a perspectiva da atuação de alguns Centros de Empreendedorismo (Brasil e exterior) e de instituições sobre EE. A segunda categoria são os focos de EE, em que serão abordados os principais fatores de estudos sobre o processo de educação empreendedora no Brasil. A terceira categoria trata das principais pedagogias da EE discutidas nos estudos sobre o tema. Tais categorias foram escolhidas por se destacarem nas pesquisas sobre EE e por apresentarem um amplo campo de discussão para o avanço do tema. A análise dessas categorias permitiu fazer um panorama atual da educação empreendedora.

Institucionalidades da EE

Algumas instituições de ensino criaram Centros de Empreendedorismo para dar suporte institucional a EE. São centros que oferecem um conjunto de serviços à comunidade universitária, a fim de promover atitudes empreendedoras. Um resumo é apresentado no Quadro 1. Esses centros se enquadram como empresas sem fins lucrativos, como unidades “independentes” dentro do campus universitário e coordenados por um diretor designado pela universidade (del-PALACIO; SOLE; BATISTA-FOGUET, 2007; MENZIES, 2009). Eles possuem financiamentos específicos direcionados para sua administração, instalações apropriadas e profissionais qualificados (HASHIMOTO, 2013).

A missão dos centros é de melhorar o desenvolvimento do empreendedorismo em suas respectivas instituições por meio de atividades de ensino, pesquisa e prática, além de trabalharem como centros de negócios familiares, incubadoras e centro de transferência de tecnologia (MENZIES, 2009). Os cursos de empreendedorismo desses centros desempenham um papel decisivo no desenvolvimento das habilidades empreendedoras dos estudantes, que acabam atendendo grande parte dos requisitos das empresas de negócios (del-PALACIO; SOLE; BATISTA-FOGUET, 2007). Somado a esse papel, os centros promovem o ensino do empreendedorismo e criam receita através das atividades de consultoria e de pesquisa (HASHIMOTO, 2013).

CENTROS	FOCO	PERFIL	VANTAGEM
Babson College	Criação de modelos de negócios	Formação de competências empreendedoras	Programas especiais de liderança
TECH	Criação e gerenciamento de empresas	Concretização de <i>statups</i> e formação de competências empreendedoras	Projetos de identificação e criação de oportunidades de negócios
Terry College Business	Criação de modelos de negócios	Concretização de <i>statups</i>	Programas de criação de negócios inovadores
CSE	Incubação de Empresas	Concretização de <i>statups</i>	Cursos de formação empreendedora
USP	Criação de plano de negócios	Incubação de Empresas	Projetos de identificação e criação de oportunidades de negócios

UNICAMP	Criação de plano de negócios	Incubação de Empresas	Projetos de identificação e criação de oportunidades de negócios
FGV	Criação de modelos de negócios	Formação de competências empreendedoras	Projetos de identificação e criação de oportunidades de negócios

Quadro 1 - Exemplos de Centros de Empreendedorismo

Fonte: Elaboração própria (2017)

Com o interesse de entender melhor o processo de educação empreendedora desses centros, foi realizada uma pesquisa nos sites dos principais centros internacionais de empreendedorismo em instituições de ensino superior, tais como: a *Babson College, Technology and Entrepreneurship Center at Harvard (TECH), Terry College Business* e a *Copenhagen School of Entrepreneurship*. O resultado desta pesquisa demonstrou que estes centros enfatizam a criação de modelos de negócios e a formação de competências empreendedoras no processo de educação empreendedora entre os graduandos. O estímulo para a criação de novos negócios permite que estes centros desenvolvam projetos que ajudam os estudantes a canalizarem a criatividade para criarem oportunidades de negócios que gerem empresas de sucessos, além de oferecerem aporte financeiro para o desenvolvimento de ideias inovadoras, com objetivo de serem aplicadas em *startups*. No que tange a formação de competências empreendedoras, estes centros pesquisados também permitem a organização estudantil com foco para desenvolver a perspicácia dos seus alunos para os negócios, para os talentos criativos e habilidades empreendedoras (BABSON COLLEGE, 2017; TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER AT HARVARD, 2016; UNIVERSITY OF GEORGIA, 2016; COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2016).

O *Technology and Entrepreneurship Center at Harvard (TECH)* apresenta como missão a compreensão e prática da inovação e do empreendedorismo por meio da educação experiencial. Esta educação experiencial, de acordo com as informações extraídas do site da TECH, consiste em incentivar os estudantes para a criação e o gerenciamento de empresas, por meio de programas que promovem: (a) a ação empreendedora através de competições internas entre os estudantes para o desenvolvimento de ideias e a concretização de *startups*, com premiações em dinheiro; (b) palestras, reuniões e visita a outros centros permitindo que alunos, empresários bem-sucedidos e investidores troquem experiências para fomentar uma mentalidade empreendedora entre os estudantes; e (c) o financiamento e orientação a estudantes que possuem empreendimentos em estágio inicial (TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER AT HARVARD, 2016). Tais programas demonstram como os centros de empreendedorismo atuam como elemento central para estabelecer conexões produtivas entre universidade, comunidade e empresários para gerar benefícios para todos os envolvidos (HASHIMOTO, 2013).

O TECH é considerado um espaço real e virtual para alunos, professores, ex-alunos e líderes da indústria aprenderem, colaborarem e inovarem juntos para a identificação e criação de oportunidades de negócios. Ele proporciona aos estudantes projetos, grupos de estudo e cursos. O centro baseia-se na crença de que as fronteiras entre disciplinas, pessoas, organizações e conhecimento precisam ser cruzadas continuamente. Esta experiência permite que as ideias se transformem em inovações e gerem oportunidades de negócios (TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER AT HARVARD, 2016).

O programa de empreendedorismo do Terry College também possui um perfil de educação empreendedora por meio da criação de modelos de negócios. Este centro é baseado em uma gama de oportunidades que oferece aos estudantes, experiências práticas para a criação de negócios inovadores, conectando-os com *startups*, buscando trabalhos voltados à comunidade e impactando em negócios locais (UNIVERSITY OF

GEORGIA, 2016). Neste sentido, o centro de empreendedorismo precisa estar próximo com a comunidade local, prestando serviço de apoio ao empreendedorismo e interagindo com os acadêmicos quanto a discussão de casos da comunidade que possam servir de exemplo para a educação empreendedora (HASHIMOTO, 2013).

Seguindo essa mesma tendência, a *Copenhagen School of Entrepreneurship* (CSE), núcleo da *Copenhagen Business School* (CBS), tem desenvolvido um espaço promissor para que estudantes, pesquisadores e organizações trabalhem juntos na criação de empreendedorismo para a sociedade (COPENHAGEM BUSINESS SCHOOL, 2016). A CSE é dividida em três áreas: uma área trabalha com o processo de Incubação de Empresas, a outra é a Academia que é responsável por uma interdisciplinaridade de projetos em que professores universitários, via cursos e *workshops*, integram o empreendedorismo em seus currículos numa ação baseada na aprendizagem e na rede colaborativa de pensamento. A última área é a das Relações que é responsável por estabelecer relações duradouras com parceiros externos, universidades, organizações, onde *startups* tem acesso a advogados, contadores e investidores anjos (COPENHAGEM BUSINESS SCHOOL, 2016).

No Brasil, as principais universidades, como a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e a Fundação Getúlio Vargas, e o Movimento da Educação Empreendedora da Endeavor/Brasil comungam com o mesmo processo de educação empreendedora dos grandes centros internacionais. Estas instituições proporcionam aos estudantes um aprendizado por meio do desenvolvimento de um plano de negócios e pela experiência no processo de incubação de empresas. Vale ressaltar que os centros de empreendedorismo não são somente de escolas de negócios, embora representem a maioria, pois 72% dos centros pertencem a universidades, 20% a faculdades e as demais aos centros universitários (HASHIMOTO, 2013).

O Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV CENN) tem a missão de construir uma cultura empreendedora na FGV, além de contribuir para o processo de geração de riqueza no Brasil. O FGV CENN realiza uma série de eventos, *workshops*, competições de planos de negócios, concursos, congressos e pesquisas. A maioria deles oferecida gratuitamente a um público interno e externo à fundação (FGV EAESP, 2016).

Além das universidades e dos Centros de Empreendedorismo, o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) também é considerado um vetor de difusão da educação empreendedora no Brasil. Para Colbari (2008), o SEBRAE é o principal disseminador da prática do empreendedorismo no país, realizando uma educação continuada associada à cultura do empreendedorismo. A educação empreendedora do SEBRAE envolve um processo de desenvolvimento de habilidades gerenciais e oferece soluções educacionais planejadas para desenvolver pequenos negócios sustentáveis (COLBARI, 2007).

PREPARAÇÃO	CURSOS	OBJETIVO	FORMATO
Ensino superior	Empreendedorismo em Dois Tempos	Sensibilizar os estudantes para a temática do Empreendedorismo	Palestra expositivo-interativa
	Desafio Universitário Empreendedor	Promover competição nacional de caráter educacional, estimulando o estudante a desenvolver competências empreendedoras	Jogos online e simuladores de empresa
	Disciplina de Empreendedorismo	Trabalhar o comportamento empreendedor dos estudantes e a construção de plano de negócios	Integrar os currículos de cursos de graduação de IES
Educação profissional	Pronatec Empreendedor	Agregar ao programa a perspectiva do autoemprego e desenvolvimento de competências	Disciplinas ofertadas pelas instituições escolares que oferecem educação técnica e profissional

Quadro 2 - Educação Empreendedora do SEBRAE

Fonte: Elaboração própria (2017), com base no SEBRAE (2017).

Em síntese, esse cenário de institucionalidade da EE indica uma preocupação com a concepção e integração do empreendedorismo. A concepção e a integração têm como objetivo promover o crescimento econômico do país. Todo esse contexto se justifica pelo fato de que o processo de educação empreendedora segue uma tendência para a formação de empreendedores que identifiquem oportunidades de negócios, desenvolvam suas empresas, gerando empregos e renda (DEGEN, 2008; OLIVEIRA, 2005; ALMEIDA et al., 2008; CAVALCANTI, 2007; CUNHA, 2007; FONTENELE; BRASIL; SOUSA, 2015; LIMA et al., 2015; LUCENA; CENTURION; VALADÃO, 2014; RAMOS; FERREIRA; GIMENEZ, 2005; GREATTI et al., 2010).

Além disso, o currículo é baseado em pedagogias de ensino que buscam promover programas “padronizados” de educação empreendedora. Esta educação possui foco em desenvolvimento de habilidades empreendedoras e de planos de negócios, para a criação de empresas inovadoras. Os currículos de educação empreendedora estão voltados para despertar o interesse dos estudantes para a abertura de novos negócios, de geração de emprego, de riqueza e de mobilização econômica.

Entretanto, será que os estudantes estão preparados para estes currículos? Será que este modelo curricular os prepara para a vida profissional? Os currículos atuais podem ser, por outro lado, uma deficiência das instituições, quando não questionam aos estudantes sobre quais são seus objetivos de vida pessoal e profissional, e não proporciona a eles uma experiência vivencial, em que sejam provocados a agir e refletir sobre suas ações através da experiência empreendedora (HJORTH, 2011). É importante que as instituições de EE incorporem pedagogias de ensino que permitam a relação direta entre teoria e prática, introduzindo a reflexão como componente integral da educação para o empreendedorismo (NECK; GREENE; BRUSH, 2014).

Focos de EAE

As publicações científicas sobre educação empreendedora têm evoluído nas últimas décadas (KAKOURIS, 2015; KURATKO, 2005), principalmente no que tange a aprendizagem empreendedora (COPE, 2003), que se apresenta de forma eclética e diversificada (RIDEOUT; GRAY, 2013). Muito se discute sobre pedagogias de ensino no campo da educação empreendedora e questiona-se se elas podem realmente contribuir para o ensino do empreendedorismo. As reflexões que permeiam esses questionamentos precisam se aprofundar cada vez mais no conhecimento sobre as diversas possibilidades de pedagogias da educação empreendedora.

A pesquisa realizada nos periódicos científicos publicados na base *Web of Science*, no período de 2000 a 2016, apresenta pouca produção sobre o tema. Grande parte dos estudos sobre educação empreendedora – da pouca produção que existe – descreve o desenvolvimento de um modelo de negócio como uma perspectiva de aprendizagem dinâmica do empreendedorismo. Essa dinâmica explora como se aprende a empreender durante a criação e gestão de empreendimento de risco (MINNITI; BYGRAVE, 2001; COPE, 2003; GIELNIK et al., 2015; LEITCH; HAZLETT; PITTAWAY, 2012; VESPER; GARTNER, 1997; PITTAWAY; COPE, 2007).

Já na base brasileira SPELL, o panorama dos estudos sobre a temática não é muito diferente do panorama internacional. A razão disto pode ser encontrada na formação lógica da reprodução internacional de modelos de ensino, especialmente o americano (AKTOUF, 2005; ALCADIPANI; BERTERO, 2012; FISHER; WAIANDT; FONSECA, 2011). Todavia, o panorama dos estudos sobre o processo de educação empreendedora no Brasil apresenta uma preocupação com os seguintes fatores:

a) O desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras para formar indivíduos empreendedores com o objetivo de criar novos negócios (OLIVEIRA, 2005; CAVALCANTI, 2007; CUNHA, 2007; CUNHA; SOARES, FONTANILLAS, 2009; BASTOS; PEÑALOZA, 2006; LIMONGI et al., 2012; OLIVEIRA, 2016).

b) As práticas e metodologias de ensino para compreender como estão sendo conduzidas as disciplinas de empreendedorismo (SALUSSE; ANDREASSI, 2016; SOUZA; SARAIVA, 2010; VIEIRA; MELATTI; RIBEIRO, 2011; VIEIRA et al., 2013; BERNARDES; MARTINELLI, 2004; FERREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006; KRAKAUER et al., 2015; LIMA et al., 2014b; ORTEGA, 2016).

c) A intenção empreendedora, investigando a propensão dos estudantes em serem empreendedores no final da graduação, ou seja, se eles possuem perfil para empreender (ALMEIDA et al., 2008; FONTENELE; BRASIL; SOUSA, 2015; LIMA et al., 2015; ROCHA; FREITAS, 2014; BASTOS; PEÑALOZA, 2006; OLIVEIRA, 2016).

d) O desenvolvimento de plano de negócios, em que orienta os estudantes para a abertura e planejamento de uma empresa (DALFOVO et al., 2013; CRUZ JUNIOR et al., 2006; LIMA et al., 2014a; ARAUJO; TEIXEIRA; FREITAS, 2013; RODRIGUES; MELO; LOPES, 2013).

e) A prática da inovação permitindo que os estudantes sejam estimulados a identificarem oportunidades de negócios de alto impacto (DEGEN, 2013; OLIVEIRA; MELO; MUYLER, 2016; ALVES; SILVA JUNIOR, 2015; MUYLDER; DIAS; OLIVEIRA, 2013).

f) O uso de estudo de casos, jogos e simuladores de empresas como práticas pedagógicas que integram os estudantes ao ambiente virtual de ensino (DALFOVO et al., 2013; ROCHA et al., 2011; VIEIRA et al., 2013; GUIMARÃES, 2002).

Por outro lado, existem estudos que sinalizam algumas deficiências didático-pedagógicas nesta formação, quando o foco deveria ser na informação e não na formação (ROCHA et al., 2011); o descompasso entre teoria e prática (SOUSA; SARAIVA, 2010; LIMA et al., 2015; GUIMARÃES; LIMA, 2016); e a ausência de suporte institucional (SOUSA; SARAIVA, 2010; LIMA et al., 2014b; RODRIGUES; MELO; LOPES, 2013). De forma geral, a EE discute a temática do empreendedorismo, como vetor importante para a criação e

gerenciamento de novos negócios e na formação empreendedora.

Os estudos sobre as práticas e metodologias da EE analisam as formas de ensino nas universidades. Existem estudos que buscam compreender: (a) como as teorias e pedagogias estão sendo utilizadas para ensinar o empreendedorismo (SALUSSE; ANDREASSI, 2016; KRAKAUER et al., 2015; BAZANINI; SANTANA, 2015; LUCENA, CENTURION; VALADÃO; 2014); (b) as práticas de educação empreendedora em instituições públicas (SOUZA; SARAIVA, 2010; VIEIRA; MELATTI; RIBEIRO, 2011; VIEIRA et al., 2013; LIMA et al., 2014a; OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; SILVA; MANCEBO; MARIANO, 2017); comparando instituições brasileiras com estrangeiras (BERNARDES; MARTINELLI, 2004; FERREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006; GUIMARÃES, 2002; HENRIQUE; CUNHA, 2008); e (c) os desafios e oportunidades para melhorar a educação empreendedora (LIMA et al., 2014b; LIMA et al., 2015; SOUZA; SARAIVA, 2010).

Constatamos uma certa distorção acerca do entendimento sobre “prática pedagógica”, “ferramenta para o ensino” e “recurso didático” quando se refere a educação empreendedora. Alguns autores referem-se a estudo de caso e plano de negócio como práticas pedagógicas (VIEIRA et al., 2013; FREIREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006; RODRIGUES; MELO; LOPES, 2013), outros autores referem-se a plano de negócio como ferramenta de ensino (LIMA et al., 2014a; RAMOS, FERREIRA; GIMENEZ, 2005), e outros citam o plano de negócios como recurso didático (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; ROCHA et al., 2011; GUIMARÃES, 2002). Essas constatações se devem ao fato do tema empreendedorismo ser multidisciplinar e complexo (KRAKAUER; SANTOS, ALMEIDA; 2017; LIMA et al., 2015) e que os estudos sobre educação empreendedora, de forma geral, ainda são recentes (CAVALCANTI, 2007).

Os conteúdos que aparecem com frequência nos estudos sobre EE são: (a) a formação empreendedora, com ênfase nas habilidades e competências empreendedoras e (b) a intenção empreendedora. Esses são os assuntos mais discutidos nas disciplinas de empreendedorismo nas universidades (ROCHA et al., 2011). Na sua grande maioria, estes dois focos são tratados nas disciplinas por meio de aulas expositivas. Percebemos, com isso, uma preocupação das universidades com a formação empreendedora dos estudantes, o que contribui para prepara-los para às exigências do mercado de trabalho, além de tentar despertar neles o interesse em empreender. Porém, os estudos apontam para uma deficiência destes focos da EE, por não utilizarem pedagogias de ensino que atendam os estudantes que não estão interessados em empreender ou que não tenham o perfil empreendedor.

Formação de habilidades e competências empreendedoras

As aulas expositivas das disciplinas de empreendedorismo focam no conteúdo sobre formação empreendedora para despertar e formar indivíduos empreendedores para a geração de novas empresas e para a disseminação da cultura empreendedora (OLIVEIRA, 2005; CUNHA, 2007).

Constatamos na literatura pesquisada sobre EE uma preocupação das universidades quanto a preparação dos estudantes para ingressarem no mundo empresarial. As universidades têm encontrado no empreendedorismo um tema promissor para discutir sobre a inserção e formação profissional dos estudantes. Para reforçar a discussão sobre formação de habilidades e competências empreendedoras, os conteúdos são associados aos traços mais comuns do perfil empreendedor, tais como: motivação de realização, inovação, proatividade e autoeficácia (LOPES, 2013). Assim, a educação empreendedora pode capacitar os estudantes para montar um negócio próprio, estimulando o espírito empreendedor (BASTOS; PEÑALOZA, 2006).

Nesse sentido, é interessante chamar a atenção sobre o novo protótipo de empreendedor, que deixou sua “roupagem mítica” para se tornar uma alternativa de vida a que todos tenham acesso (COLBARI, 2007). Desta forma, as universidades e os centros de empreendedorismo operam oferecendo cursos que visam formar empreendedores, especialmente para o aprendizado das habilidades empreendedoras, o que facilita a inserção dos profissionais no universo cultural das organizações (BERNARDES; MARTINELLI, 2004; DEGEN, 2008; 2013; OLIVEIRA, 2005).

Intenção empreendedora

A educação empreendedora tem tido um impacto sobre a propensão dos estudantes quanto a intencionalidade para empreender. O desejo de empreender está diretamente relacionado com as condições sociais e culturais do indivíduo (ALMEIDA et al., 2008). A EE só despertará o interesse de empreender nos estudantes que estiverem inseridos em um ambiente social e cultural favorável a essa prática. Os fatores como antecedentes pessoais, culturais, educacionais e a independência financeira favorecem a formação de empreendedores (ALMEIDA et al., 2008; FONTENELE; BRASIL; SOUSA, 2015).

As pesquisas feitas com estudantes universitários apresentam diferentes resultados quanto a intenção empreendedora, o que traz uma discussão pertinente a respeito deste foco da EE. Existem estudantes que apresentaram características empreendedoras, apesar da sua maioria não demonstrarem interesse em desenvolver atividades relacionadas ao empreendedorismo. Este resultado está relacionado a uma questão muito mais motivada por fatores econômicos, atrelada a renda familiar, do que por motivações individuais de ser um empreendedor (BASTOS; PEÑALOZA, 2006).

Os resultados de pesquisas mostram um “impacto negativo” da educação empreendedora sobre a intenção empreendedora dos estudantes brasileiros. Isso demonstra que os estudantes que tiveram educação empreendedora nas universidades apresentaram “menor intenção de empreender e menor confiança de que poderiam empreender com sucesso” (LIMA et al., 2014a, p. 04). Existe aí uma necessidade de desenvolver uma educação empreendedora diversificada, em que crie práticas pedagógicas voltadas para os estudantes interessados em criar um negócio, ou seja, que realmente tenham uma intenção para empreender. Já os estudantes que não possuem esse interesse, faz-se necessário a mobilização para uma reflexão de ensino da cultura empreendedora (LIMA et al., 2014a).

Pedagogias da EE

As aulas expositivas, exercícios e trabalhos individuais ainda são considerados os recursos mais usados pelos docentes na educação empreendedora (ROCHA et al., 2011; VIEIRA et al., 2013). E o desenvolvimento do plano de negócios é a pedagogia de ensino dominante nos cursos de empreendedorismo nas universidades e nos centros de empreendedorismo (ROCHA et al., 2011; GUIMARÃES, 2002; LOPES, 2010; VIEIRA et al., 2013). Uma outra pedagogia de ensino trabalhada em sala de aula pelos docentes, apesar de pouca utilização, mas que é considerada importante pelos pesquisadores da área é a pedagogia de estudos de casos e o uso de jogos e simuladores de empresas (RIDEOUT; GRAY, 2013; ROCHA et al., 2011; GUIMARÃES, 2002).

Observa-se nos estudos pesquisados que as pedagogias da EE direcionam os estudantes para a necessidade de abertura e gerenciamento de novos empreendimentos, a partir da elaboração de um plano de negócios. Já a utilização de jogos e simuladores de empresas permitem um aprendizado mais proativo, trazendo para a sala de aula um pouco da realidade das empresas e do mercado, desafiando os estudantes para um aprendizado mais “prático”, aprendendo a tomar decisões e conhecer o mundo empresarial de forma virtual. Os estudos de caso possibilitam que o estudante tenha um contato mais direto com as experiências dos empreendedores, questionando e discutindo sobre os casos. Vale ressaltar que, tais pedagogias inserem os conteúdos sobre a formação de habilidades e competências empreendedoras e sobre a intenção empreendedora. Esses conteúdos são reforçados em sala de aula para manter uma lógica de “instrumentalizar” os estudantes para que estejam preparados para ingressarem no mercado e orientá-los para a abertura de novos empreendimentos.

Plano de negócios

A educação empreendedora nas Instituições de Ensino Superior (IES) ainda é restrita a disciplinas com ênfase no desenvolvimento do plano de negócios (LIMA et al., 2014a). Por ser considerado uma das fases cruciais do processo empreendedor, o plano de negócios orienta os estudantes a planejarem ações e estratégias para a criação de uma empresa. Nessa lógica, o estudante aprende a traçar um planejamento e

ter uma visão do futuro empreendimento, antes de qualquer decisão a ser tomada em relação a investimentos utilizados para a abertura do negócio (DORNELAS, 2008; DALFOVO et al., 2013).

Na íntegra, o plano de negócios é um documento utilizado pelos futuros empreendedores para descrever seus empreendimentos e o modelo de negócios que irá sustentar a empresa (DORNELAS, 2008). É uma forma segura de diminuir os riscos de criação do negócio, permitindo estudar a viabilidade de implementação do empreendimento (DALFOVO et al., 2013). A elaboração do plano de negócios possui um procedimento bem descritivo, prático e dinâmico. Existem vários modelos/propostas de plano de negócios disponibilizados na web, em livros e produzidos pelas instituições de EE. O fácil acesso a um modelo de plano de negócios permite que docentes apliquem em sala de aula como uma pedagogia de ensino do empreendedorismo, orientando os estudantes como criar um negócio.

O plano de negócios é dividido em seções e geralmente está estruturado em: Capa, Sumário Executivo, Descrição da Empresa, Produtos e Serviços, Mercado e Competidores, Plano de Marketing, Plano Financeiro e Anexos (DORNELAS, 2008). Os estudantes definem ou identificam uma oportunidade de negócio no mercado, desenvolvem um produto ou serviço (fictício) e montam o empreendimento com base nas seções do plano de negócios. A partir daí os professores conduzem as aulas de empreendedorismo ensinando o passo a passo para a construção dessas seções, com base no produto ou serviço escolhido pelo estudante para a criação do empreendimento. No final da disciplina, o estudante terá aprendido como criar um negócio, e quem sabe no futuro implementá-lo.

Diante da pesquisa feita nos periódicos nacionais e internacionais o desenvolvimento de um plano de negócios domina o programa de aulas das disciplinas de empreendedorismo. É uma pedagogia de ensino utilizada por grande parte dos professores que conduzem a disciplina. Poucos são os professores que utilizam outras formas de conteúdo ou pedagogias de educação empreendedora. Por ser uma pedagogia dominante, o plano de negócios acaba impossibilitando o desenvolvimento da EE em outras áreas do empreendedorismo, a exemplo da cultura. Além de que, a pedagogia de plano de negócios não desenvolve habilidades pessoais entre os estudantes e não desperta a criatividade e a inovação entre eles, por se utilizar de um modelo pronto de tradução de um negócio. Por fim, a utilização do plano de negócios para a educação empreendedora se limita a uma aprendizagem na construção de um modelo de negócio e não considera dimensões pessoais e interpessoais que são importantes para o desenvolvimento profissional do estudante, o que na maioria das vezes essas dimensões são identificadas e desenvolvidas em momentos de vivência experiencial.

É importante ressaltar que a pedagogia do plano de negócios perpassa os conteúdos ministrados em sala de aula sobre as habilidades e competências empreendedoras e a intenção empreendedora. Somado a isso, essa pedagogia se apresenta subjacente às pedagogias de estudos de casos, jogos e simuladores de empresas, pouco utilizadas no âmbito acadêmico. Desta forma, é preciso que as instituições de EE, docentes e pesquisadores reflitam sobre a dominância da pedagogia do plano de negócios nas disciplinas e cursos de empreendedorismo e em seus efeitos limitadores. O campo da EE é tão dinâmico que novos desafios devem ser lançados, para um aprimoramento do tema e até mesmo para acompanhar os estudos sobre as novas temáticas do empreendedorismo.

Estudos de casos, jogos e simulações

Os estudos de casos, jogos e simuladores de empresas são pedagogias de ensino pouco usadas pelos professores nas aulas sobre empreendedorismo, apesar dessas tecnologias serem consideradas inovadoras (ROCHA et al., 2011). A importância do estudo de caso como pedagogia de EE fundamenta-se no incentivo aos estudantes para a tomada de decisão nas situações apresentadas e discutidas em sala de aula, além de analisar e aprender com as possíveis consequências das decisões escolhidas (SALUSSE; ANDREASSI, 2013).

Os jogos e simuladores de empresas são considerados mecanismos facilitadores de apoio para o

desenvolvimento da disciplina de empreendedorismo (DALFOVO et al., 2013). Geralmente, os jogos e simuladores são softwares desenvolvidos para atender uma necessidade específica de conteúdo de uma disciplina, variando desde a tomada de decisões gerenciais até o gerenciamento de uma micro ou pequena empresa virtual (BUSARELLO; ULBRICHT; FADEL, 2014). Esses softwares permitem que o estudante (usuário) tenha a possibilidade de personalizar da forma que deseja a gestão de uma empresa em um ambiente virtual. Os jogos são dinâmicos e motivam os estudantes a projetarem uma experiência ou conduzirem um comportamento de forma desejada (BUSARELLO; ULBRICHT; FADEL, 2014). Por isso é que os jogos e simuladores são importantes para estimular o comportamento do indivíduo. No caso das disciplinas de empreendedorismo, estimula o comportamento empreendedor existente nos estudantes.

No que tange à institucionalidade da EE, percebemos um dinamismo das instituições no sentido de dar uma abordagem prática a educação empreendedora, possibilitando aos estudantes um aprendizado conectado a um mundo real. É o que acontece com os Centros de Empreendedorismo, ambientes de aprendizagem que criam uma interação entre estudantes e empreendedores com realidades de mercado. Quanto às disciplinas de empreendedorismo, estas seguem a mesma ideia dos conteúdos dos centros e entidades de EE, quando focam conteúdos com base na formação de habilidades e competências empreendedoras e a intenção empreendedora dos estudantes. Entretanto, as disciplinas não são conduzidas com o mesmo dinamismo de aprendizado dos centros e entidades de EE. Ou seja, as disciplinas são conduzidas por aulas expositivas, ministradas por professores que dão ênfase na formação de habilidades e competências empreendedoras e a intenção empreendedora. Para inserir esses conteúdos numa forma mais “prática e dinâmica”, a elaboração de um plano de negócios é a pedagogia utilizada com frequência na EE pelos professores. Os estudantes aprendem a criar e gerenciar uma empresa através do desenvolvimento de um plano de negócios. Estudos de casos, jogos e simuladores de empresas são pedagogias pouco utilizadas na EE, mas consideradas importantes por serem inovadoras e por permitirem uma análise e discussão da realidade virtual de gerenciamento de uma empresa e trabalharem com a motivação e com o comportamento empreendedor.

Diante desta conjuntura, percebemos uma EE padronizada, em que se utiliza de um modelo universal em que o estudante deve ser capacitado para ser empreendedor. Um empreendedor que é preparado para abrir e gerenciar um negócio próprio e não para aprender a empreender de forma a utilizar suas potencialidades para ser um profissional completo e levar estes ensinamentos para a vida e para o que ele quer ser profissionalmente. Um empreendedor que se aproxima mais da noção de empresário do que a de um inovador radical. Assim, somos levados a questionar, quais são os desafios e perspectivas da EE a longo prazo? Como as instituições devem se adequar às novas tendências da EE? Como vimos, as pesquisas sobre educação empreendedora precisam avançar, pois os estudos recentes apresentam um processo de ensino formatado para formação empreendedora com o desenvolvimento de plano de negócios e com uma concepção limitada do que é empreendedorismo.

Desafios e perspectivas para a EE

A integração da produção existente sobre a EE, nacionalmente e internacionalmente, nos permite elaborar e propor, no mínimo, três desafios que podem se tornar perspectivas para orientar o futuro da pesquisa sobre o assunto. São o desafio contextual, conceitual e pedagógico. O desafio contextual trata do empreendedorismo cultural como parte de um processo diversificado de profissionalização da cultura (ALVES, 2016) e da procura por novos negócios alinhados a economia criativa e cultural. O desafio conceitual traz uma abordagem sobre o empreendedorismo como prática, processo e construção social, em que a aprendizagem empreendedora através da prática contribui para a formação e desenvolvimento pessoal do indivíduo, levando-o a uma reflexão das suas ações e agindo em prol de um melhor bem-estar coletivo e social. O desafio pedagógico discute a pedagogia da experiência, em que o conhecimento é concebido da experiência vivencial por meio da reflexão das ações (KRAKAUER; SANTOS; ALMEIDA, 2017).

Esses desafios não foram indicados ou citados pelos pesquisadores de EE na literatura pesquisada, mas

são sugeridos pelos pesquisadores de empreendedorismo. Conclui-se que a EE não está acompanhando os estudos mais atuais sobre o empreendedorismo. Diante deste fato, vale um questionamento: como desafios tão importantes não foram ainda considerados pelos pesquisadores de EE? É sob esta perspectiva que apresentamos a importância de se inserir a discussão sobre a cultura, o empreendedorismo como prática e a pedagogia da experiência nos estudos sobre a educação empreendedora.

O foco na cultura: o desafio contextual da economia criativa e cultural

A apresentação contextual da economia criativa e cultural, que será apresentada nesta seção, traz um desafio de propor, de maneira sintética, uma discussão a respeito desses temas com o empreendedorismo cultural e EE. Esses temas estão assumindo uma importância crescente no campo de estudos e se destacam na esfera governamental por receberem apoio para a promoção de novas oportunidades de trabalho e renda (SERRA; FERNANDEZ, 2014). Além da economia criativa e cultural, as indústrias criativas também serão abordadas nessa seção a fim de ampliar o conhecimento sobre cultura e negócios.

O método tradicional do ensino dos cursos de Administração nas universidades brasileiras é adaptado para formar estudantes qualificados para atender às exigências do mundo globalizado. No que tange as disciplinas de empreendedorismo, a realidade não é diferente. Este movimento, contudo, não vem acompanhado por uma perspectiva do empreendedorismo cultural, da valorização e fomento da economia criativa como uma das principais estratégias de desenvolvimento econômico (DEHEINZELIN, 2006; GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2015).

A temática que começa a ser discutida na academia e que segue uma lógica também de geração de emprego e renda tal como o empreendedorismo, é a cultura. Para Spilling (1991) o interesse para aplicar a cultura como uma perspectiva também para o desenvolvimento econômico é bastante recente. A cultura influencia o desenvolvimento econômico e regional (MACHADO; BASAGLIA, 2013), pois é a base para a geração de empregos e para que empresas de vários setores, indústrias e atividades não comerciais de instituições culturais, identifiquem uma oportunidade para multiplicarem os negócios (SPILLING, 1991).

A cultura é formada por uma estrutura inconsciente de valores e costumes que orientam as atividades da vida de uma comunidade ou de uma sociedade. Os costumes acabam formando em uma sociedade os comportamentos que conduzem as ações dos indivíduos, assim como as ações dos empreendedores. Todavia, os empreendedores possuem diferentes comportamentos, que mudam com a experiência do trabalho em sua empresa, com o meio em que estão inseridos e com o mercado, mas também com seus costumes (JULIEN; MARCHESNAY; MACHADO, 2010).

Recentemente o campo do empreendedorismo tem ampliado seu foco de estudo, incluindo outra classe de variável, a cultura (BENDASSOLI; BORGES-ANDRADE, 2013). Assim, o desafio é alinhar os estudos sobre empreendedorismo e cultura diante de várias perspectivas, pois a possibilidade de convergência entre empreendedorismo e cultura pode ser discutida em duas dimensões, uma é a cultura como fonte de oportunidade e o empreendedorismo como fonte de cultura (MACHADO; BASAGLIA, 2013; DAVEL; CORA, 2016). Porém, os estudos que fazem relação entre empreendedorismo e cultura ou que discutem sobre empreendedorismo cultural ainda são limitados (DAVEL; CORA, 2016) e carentes de investigação quanto à sua dinâmica inovadora de produção na área da Administração (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2011).

A maioria dos estudos sobre empreendedorismo cultural discutem conceitos e teorias para integrar a cultura ao processo de empreendedorismo, isto é, estudar o empreendedorismo dentro do mercado da cultura e do campo da produção cultural (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2011). Neste caso, o conceito de empreendedorismo cultural está atrelado ao papel do empreendedor cultural que é aquele que está diretamente envolvido com atividades relacionadas com a produção de bens e serviços culturais (BANKS et al., 2000). Uma outra perspectiva introduz o conceito de empreendedorismo cultural como um tipo de ação para algum tipo de projeto cultural que contribua para que pessoas entendam que é possível a mudança, a partir da mudança da motivação das pessoas para o desenvolvimento econômico, através de algum tipo de

atividade empreendedora (SPILLING, 1991). Tais conceitos contribuem para a compreensão de que o empreendedorismo cultural não deve ser aplicado e entendido no conceito amplo do empreendedorismo, já que a importância da cultura para o empreendedorismo se dá pelas diferenças culturais entre sociedades ou regiões que contribuem para a identificação de formas peculiares de comportamentos empresariais e de mercados (MACHADO; BASAGLIA, 2013; JULIEN; MARCHESNAY; MACHADO, 2010).

Nessa perspectiva, estão surgindo novas formas de articulação e mobilização social no campo da produção cultural de modo a avançar na compreensão do empreendedorismo como um fenômeno não só atrelado à geração do negócio próprio, ou como os autores denominam de autoemprego, “dono do próprio negócio” (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2015). Nesse momento, é crucial o papel do empreendedor cultural que precisa combinar duas questões associadas a recursos. A primeira questão diz respeito ao recurso criativo, na concepção de ideias, de bens e serviços de valor estético. A segunda questão trata do recurso econômico, em que o empreendedor cultural deve envolver processos de geração de valor a essas ideias, bens e serviços (BENDASSOLI; BORGES-ANDRADE, 2013).

Entende-se como empreendedor cultural aquele indivíduo e/ou grupos formalizados ou não como pessoas jurídicas, que atuam como trabalhadores culturais. Estes trabalhadores almejam captar recursos financeiros, mobilizar valores simbólicos, sociais e políticos, para criar e gerenciar empreendimentos no campo da cultura (MICHETTI; BURGOS, 2016). A ação do empreendedor como produtor cultural, concebe ao empreendedorismo cultural uma atividade estratégica da política nacional (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2011), pois a produção de bens e serviços culturais promovidos pelo empreendedor cultural trazem novas oportunidades de trabalho no contexto econômico atual.

Desta forma, as ações dos empreendedores culturais podem ser entendidas como ações produtivas emergentes. Estas ações ocupam um lugar importante no cenário contemporâneo, destacando a potencialidade da indústria criativa como um campo promissor para o desenvolvimento local (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2011). As indústrias criativas mobilizam as empresas culturais que desempenham um papel importante neste desenvolvimento por serem inovadoras, dinâmicas, flexíveis, não hierárquicas e dependentes de clusters locais (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2015; BANKS et al., 2000).

As indústrias criativas possuem uma representação crucial para o auto-reconhecimento no mundo globalizado (CUNNINGHAM, 2004). Elas se caracterizam pela produção de bens simbólicos e artísticos, em que o consumo é de origem interpretativa, estética, experiencial (JUDICE; FURTADO, 2014). A criação das indústrias criativas serviu para designar setores da economia em que a criatividade é uma condição essencial para o negócio. Nesse contexto, os indivíduos criativos dão origem a concepção e ao desenvolvimento de produtos criativos (BENDASSOLI et al, 2009).

A economia criativa e cultural como atividade econômica com potencial de implementação no campo das políticas públicas as inserem nos planos governamentais nacionais e locais de forma permanente (SERRA; FERNANDEZ, 2014; BENDASSOLI; WOOD JR., 2010). À medida que as empresas culturais impactam de forma significativa o desenvolvimento local, melhor é a compreensão de que elas realmente funcionam como vetor estratégico para o desenvolvimento regional (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2015; SPILLING, 1991).

As indústrias culturais têm sido caracterizadas como um modelo de novas formas de organização e prática industrial, mas raramente essas práticas foram examinadas com o seu devido valor (BANKS et al., 2000). A formação desse setor está fundamentada na criação de valor econômico e simbólico no centro da cultura. Assim, o desafio contextual da economia criativa e cultural é importante para expandir uma perspectiva de EE como criação de possibilidades de trabalho e aprendizado que, na maioria das vezes, estão relacionados a histórias de vida de empreendedores e suas redes de contato (GUERRA; PAIVA JUNIOR, 2015). Isto justifica que o empreendedorismo acaba se tornando um esforço permanente ao longo da vida dos profissionais das indústrias criativas (DAVEL; CORA, 2016).

As vantagens de lançar-se nesse desafio contextual da economia criativa e cultural se configuram em duas perspectivas. A primeira perspectiva se estabelece na atuação dos pesquisadores da área que terão o

compromisso de ampliar o seu campo de conhecimento, realizando estudos acerca da importância da economia criativa e cultural como desenvolvimento econômico e cultural. Para isso é necessário que os pesquisadores enfrentem o trabalho de conscientizar institutos de pesquisa, universidades, governo e sociedade para a prospecção de pesquisas nesse setor. A segunda perspectiva traz uma reflexão sobre o papel do docente nas instituições de EE, o qual deve experimentar pedagogias de ensino que reflitam sobre a importância do empreendedorismo cultural e dê ao estudante uma oportunidade de aprender a empreender por meio da cultura.

Para acontecer essa mudança é preciso uma revisão curricular profunda nas disciplinas e nos cursos de empreendedorismo. Essa reorientação nas pesquisas e na EE podem beneficiar: (a) os empreendedores da área cultural quanto a promoção e valorização dos seus trabalhos, além de orientá-los no gerenciamento dos seus empreendimentos culturais; e (b) formuladores de políticas públicas que darão mais atenção a aplicação de políticas regionais de desenvolvimento econômico e social, com a expectativa de criação de empregos, crescimento de renda regional e local. Além disso, deve ampliar o acesso e participação dos cidadãos nos empreendimentos culturais (JUDICE; FURTADO, 2014).

O foco na experiência: o desafio conceitual do empreendedorismo como prática, processo e construção social

O cenário da EE apresenta pouca discussão sobre ações práticas de ensino que permitem extrapolar as atividades da sala de aula. Tais ações contribuem para melhorar os resultados no processo de ensino-aprendizagem (ROCHA et al., 2011). Se faz necessário, então, que as instituições de EE lancem, em seus currículos, propostas pedagógicas baseadas em ações práticas, e que essas ações sejam inseridas como um aprendizado transformador na vida dos estudantes.

Existe um amplo consenso de que os métodos pedagógicos tradicionais de aprendizagem por si só são insuficientes para desenvolver os empreendedores preparados para lidar com as complexidades da criação e execução de oportunidades de negócios inovadores (HIGGINS; SMITH; MIRZA, 2013). O empreendedorismo requer prática e a EE como prática ajuda os estudantes a entenderem e desenvolverem habilidades e técnicas necessárias para uma ação produtiva sobre o empreendedorismo (NECK; GREENE, 2011). Isso contribui para uma aprendizagem empreendedora com visão social, em que os empreendedores assumem o papel de praticantes, os quais operam na prática em comunidades sociais (PITTAWAY; COPE, 2007).

O desafio conceitual do empreendedorismo como prática, processo e construção social pode promover valores fundamentais para a vida pessoal e profissional do indivíduo. Os estudantes utilizam os conhecimentos adquiridos pela experiência nos processos de formação profissional, aprendendo, desta forma, a “movimentar o mundo” e a transformar a realidade de outros cidadãos (SILVA et al., 2009, p. 31). Entretanto, já existem estudos que comprovam que o ensino através da experiência e da prática do empreendedorismo capacitou os estudantes a realizar, transformar e inovar na sua vida pessoal e profissional (SILVA et al., 2009).

Para os docentes, o desafio é repensar o exercício da profissão e criar novas formas de ensino com foco na experiência. Para isso é importante pesquisar e desenvolver um projeto criativo e inovador para movimentar os estudantes para que eles alcancem a transformação de vida necessária para o campo pessoal e profissional. Para os pesquisados de empreendedorismo é orientado o avanço dos estudos sobre empreendedorismo quanto a questão da experiência como catalizadora do processo de construção social, permitindo uma análise dessa perspectiva sob as diversas nuances do empreendedorismo.

Uma nova reflexão surge a respeito da prática e mentalidade empreendedora nos estudos de Neck, Neck e Murray (2018). Para os autores, o empreendedorismo não é considerado um processo e sim método. Entender o empreendedorismo como um processo é complexo e complicado de acontecer utilizando-se das etapas do processo empreendedor fundamentadas na literatura. A nova discussão sobre mentalidade

empreendedora proposta pelos autores traz à tona alguns aspectos, considerados importantes, que são possíveis prever, pois o empreendedorismo como um método trata-se de um conjunto de práticas, de fases de aprendizagem, da iteratividade, da criatividade, do foco na ação, no investimento para aprender e atividade colaborativa. Isso justifica a crítica ao plano de negócio como foco de educação empreendedora, a determinados traços de personalidade determinados nos estudos sobre empreendedores, em que o indivíduo é orientado ou educado a realizar as fases de um processo empreendedor para poder empreender. Porém, o empreendedorismo como método reforça a ideia de obter uma certa mentalidade e atividades de um método. É coerente com o estilo de educação empreendedora baseada na prática. Este estudo tem por desafio apresentar uma aprendizagem voltada em atitudes empreendedoras que podem ser muito mais que atitudes, uma mentalidade empreendedora com foco em experiência do que é ser empreendedor, a qual será discutida no próximo item.

A pedagogia da experiência: o desafio pedagógico da aprendizagem baseada na prática

Nem sempre a educação empreendedora tradicional consegue proporcionar experiências de aprendizado que atendam às demandas dos estudantes e das realidades do mundo corporativo. A necessidade do aprender fazendo, forçando os estudantes a imaginar e a criar, demanda uma aprendizagem pela pedagogia da experiência, bem diferente das pedagogias de ensino convencionais (SALUSSE; ANDREASSI, 2016).

Partindo do conceito sobre experiência no entendimento de Dewey, ela é interpretada como nós, seres humanos, estamos comprometidos com "ações" nas situações em jogo, situações essas que são dadas, tanto quanto temos de suportar e sofrer (BRANDI; ELKJAER, 2016). O modelo da aprendizagem experiencial de Dewey estuda como o indivíduo transforma o seu conhecimento por meio de experiências vivenciadas (KRAKAUER; SANTOS; ALMEIDA, 2017) e observa que a aquisição de conhecimento ocorre principalmente através do processamento da experiência de um campo para auxiliar a criatividade em experiências futuras (DEGEN, 2013).

A reflexão faz parte do aprendizado experiencial para: (a) as experiências impactantes, (b) o trabalho sob condições de elevada incerteza e (c) a resolução de problemas. Ela é um componente integral da educação empreendedora e também uma maneira de praticar o empreendedorismo (NECK; GREENE, 2011). A reflexão como prática envolve um questionamento existencial sobre o aprendizado, ao invés do questionamento reflexivo de ideologias, textos ou teorias. A reflexividade prática desafia a ideia de que a aprendizagem é um processo cognitivo interno, substituindo-o pela noção de que a aprendizagem está em atividade representada, dialógica e existencial (CUNLIFFE; EASTERBY-SMITH, 2004). A aprendizagem experiencial e a reflexão possibilitam a construção do autoconhecimento, promovendo uma mudança nos modos de se expressar e de agir dos estudantes.

O desafio pedagógico da aprendizagem baseada na prática pode contribuir em impactos positivos na vida pessoal e profissional dos estudantes. Neste caso, os estudantes atuariam como participantes de uma experiência que pode transformar suas habilidades e competências por meio da resolução de problemas unidos a tomadas de decisão e construção de cenários analíticos propícios ao ambiente organizacional, vivenciados em sala de aula e em atividades de campo. 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. Para o professor, o desafio é refletir sobre o seu ofício, ou seja, sobre a sua prática profissional na relação com os estudantes, aperfeiçoando a pedagogia de ensino através da prática, ampliando as fronteiras convencionais da competência docente.

Como apresentamos, os estudos sobre educação empreendedora como prática necessitam progredir. E o empreendedorismo cultural é uma temática importante no campo de estudos do empreendedorismo, mas não é ainda considerada relevante por pesquisadores de EE. É preciso estudar a educação para o empreendedorismo cultural, atendendo as premissas da economia criativa e cultural, a fim de mobilizar novas ações e formas de organização nas indústrias criativas para o desenvolvimento econômico e social.

Considerações Finais

Os estudos sobre EE demonstram um padrão de ensino que se preocupa com a iniciativa empreendedora como um instrumento condutor para criar novos negócios. Tal padrão não acompanha os frutos de análise das novas tendências de estudo sobre o empreendedorismo. A EE precisa ter foco também no empreendedorismo cultural, por meio da economia criativa e cultural, como estratégia de desenvolvimento econômico e social. É importante refletir no empreendedorismo como prática, processo e construção social e na pedagogia da experiência como facilitadora de desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes.

As contribuições deste estudo serão úteis para: (a) ajudar as instituições a repensarem e aperfeiçoarem os currículos de empreendedorismo; (b) os professores refletirem sobre uma opção efetiva de EE, permitindo novas possibilidades de inserção de pedagogias baseadas na prática, a exemplo da pedagogia experiencial; (c) que pesquisadores e professores contemplem a respeito dos objetivos da EE, no que tange aos estudantes; (d) que os formadores de políticas públicas considerem a necessidade emergente de criar estratégias para o avanço dos empreendedores culturais, das indústrias criativas como perspectivas inovadoras e vitais para o desenvolvimento econômico, social e cultural.

Cabe aqui uma última reflexão sobre a EE: Será que os currículos dos cursos de empreendedorismo estão, realmente, oferecendo uma educação empreendedora que atendam às necessidades locais em que as instituições estão inseridas? Pensamos que a EE não deve se limitar ao ensino para a criação e gestão de negócios, mas que dê um devido destaque para o desenvolvimento de potencialidades individuais e de formação profissional aos estudantes. O empreendedorismo pode ser manifestar de várias formas além de empresas consolidadas: empreendedorismo por projetos, atividades empreendedoras dentro de organizações, etc.

O presente estudo, como vários, aponta para a necessidade de uma aprendizagem experiencial do empreendedorismo. É importante que o estudante vivencie uma experiência concreta, que ele seja provocado, que ele saia da “zona de conforto”. Dessa maneira, possibilita uma reflexão sobre suas ações, suas habilidades e que aprendam por meio de experiências vivenciais como se perceber como empreendedor, como identificar novas oportunidades de trabalho, de realização profissional, de desenvolvimento local, de exercício da criatividade e de geração de renda.

Referências

AKTOUF, O. Ensino de administração: por uma pedagogia para a mudança. **Revista Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 12, n. 35, p. 151-159, out./dez. 2005.

ALCADIPANI, R.; BERTERO, C. O. Guerra fria e ensino do management no Brasil: o caso da FGV-EAESP. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 52, n. 3, p. 284-299, maio/jun. 2012.

ALMEIDA, K. et al. A influência do ensino do empreendedorismo no potencial empreendedor do aluno. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 13, n. 2, p. 67-72, abril/jun. 2008.

ALVES, E. M. S. P.; SILVA JUNIOR, O. F. P. S. Aplicação da Criatividade para Gerar Projetos de Inovação: O Caso Prático de uma Estratégia Didática. **Future Studies Research Journal**, v. 7, n. 1, p. 108-131, jan./jul. 2015.

ALVES, E. P. M. As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil: o Sebrae como um agente estatal de mercado. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 9, n. 2, p. 626-650, jun./dez. 2016.

ARAUJO, M. C. B.; TEIXEIRA, A. A.; FREITAS, A. A. F. Um negócio na internet bom pra cachorro. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 3, p. 182-203. 2013.

BABSON COLLEGE. **Entrepreneurship**. Disponível em: <<http://www.babson.edu/Academics/divisions/entrepreneurship/Pages/home.aspx>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

- BANKS, M. et al. Risk and trust in the cultural industries. **Geoforum**, v. 31, n. 4, p. 453-464. 2000.
- BARROS, A.; PEREIRA, C. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, out./dez. 2008.
- BASTOS, A. T.; PEÑALOZA, V. Educação empreendedora e inserção profissional: o perfil dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior. **Revista Organizações em Contexto**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 143-164, dez. 2006.
- BAZANINI, R.; SANTANA, N. C. Gestão e conhecimento nas Ciências Sociais Aplicadas: uma experiência didática relacionada ao ensino-aprendizagem da disciplina filosofia da administração. **Revista Perspectivas em Gestão e Conhecimento**, João Pessoa, v. 5, n. 1, p. 64-84, jan./jun. 2015.
- BENDASSOLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Desempenho Empreendedor nas Indústrias Criativas: Propondo um Modelo Teórico. **Revista Temas em Psicologia**, v. 21, n. 1, p. 105-120. 2013. DOI: 10.9788/TP2013.1-08.
- BENDASSOLI, P. F. et al. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, jan./mar. 2009.
- BENDASSOLI, P. F.; WOOD JUNIOR, T. O Paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas. **Revista Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 17, n. 53, p. 259-277, abril/jun. 2010.
- BERNARDES, M. E. B.; MARTINELLI, D. P. Programa de empreendedorismo em instituições de ensino superior: reflexões a partir de algumas experiências canadenses e americanas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 117-126, abril/jun. 2004.
- BRANDI, U.; ELKJAER, B. Management education in a pragmatist perspective after Dewey's experimentalismo. In: STEYAERT, C.; BEYES, T.; PARKER, M. **The Routledge Companion to Reinventing Management Education**. New York: Routledge, 2016. p. 193- 205. 2005.
- BUSARELLO, R. I.; ULBRICHT, V. R.; FADEL, L. M. A gamificação e a sistemática de jogo: conceitos sobre a gamificação como recurso motivacional. In: FADEL, L. M.; ULBRICHT, V. R.; BATISTA, C. R.; VANZIN, T. **Gamificação na educação**. São Paulo: Pimenta Cultura, 2014. p.11-37.
- CAVALCANTI, M. O Ensino do Empreendedorismo no Brasil na Universidade Pública e o Apoio à Mulher Empreendedora: Algumas Reflexões Críticas. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 5, n. 1, p. 99-117, jan./abr. 2007.
- COLBARI, A. L. Os Desafios da Formação de Empreendedores na Sociedade Brasileira. In: SIMPÓSIO DA GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 25, 2008, Brasília-DF. **Anais eletrônicos...**Brasília, 2008.
- COLBARI, A. L. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. **SINAIS -Revista Eletrônica**, n. 1, v.1, p.75-111, abril. 2007.
- COPE, J. Entrepreneurial Learning and Critical Reflection Discontinuous Events as Triggers for 'Higher-level' Learning. **Management Learning**, v. 34, p. 429-450. 2003.
- COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL. **Copenhagen School of Entrepreneurship**. Disponível em:<<http://www.cbs.dk/en/knowledge-society/business-in-society/entrepreneurship/education/copenhagen-school-of-entrepreneurship>>. Acesso em: 12 out. 2016.
- CRUZ JUNIOR, J. B. et al. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciência da Administração**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p. 1-16, jan./jun. 2006.
- CUNNIGHAM, S. The creative industries after cultural policy: A genealogy and some possible preferred futures. **International Journal of Cultural Studies**, v. 7, n. 1, p. 105-115. 2004.
- CUNLIFFE, A. L.; EASTERBY-SMITH, M. From reflection to practical reflexivity: Experiential learning as lived experience. In: REYNOLDS, M.; VINCE, R. **Organizing reflection**. London: Ashgate, 2004. p. 30-46.

CUNHA, C. H. B. A inclusão da disciplina empreendedorismo no curso de administração como disseminadora da cultura empreendedora. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 1, n. 2, p. 3-16. 2007.

CUNHA, R. M.; SOARES, E. L.; FONTANILLAS, C. N. As vantagens de aprendizado do empreendedorismo: um estudo desde o ensino de base até o superior. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 62-73, set./dez. 2009.

DALFOVO, O. et al. Alteração de um Ambiente Empreendedor através aa Hiperfídia Adaptativa. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 13, n. 3, p. 77-100, set./dez. 2013.

DAVEL, E.; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 9, n. 1, p. 363-397, jan./jun. 2016.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 10, n. 21, p. 11-30, maio/ago. 2008.

DEGEN, R. J. Teaching entrepreneurship students the practice of Innovation: a brain-based guided experience approach. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 15, n. 37, p. 92-104, dez. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2013v15n37p92>.

DEHEINZELIN, L. Economia Criativa e Empreendedorismo Cultural. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. 2. 2006. Salvador-BA. **Anais eletrônicos...** Salvador, 2006.

del-PALACIO, I.; SOLE, F. BATISTA-FOGUET, J. M. University entrepreneurship centres as service businesses. **The Service Industries Journal**, v. 28, n. 7, p. 939-951. 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.; GIMENEZ, F. A. P. Estudo comparativo das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo das universidades brasileiras e norte-americanas. **Revista Alcance**, v. 13, n. 2, p. 207-225, maio/ago. 2006.

FGV EAESP. **O FGV CENN**. Disponível em: <<http://cenn.fgv.br/o-fgv-cenn>>. Acesso em: 12 out. 2016.

FISHER, T. WAIANDT, C.; FONSECA, R. L. A história do ensino em administração: contribuições teórico-metodológicas e uma proposta de agenda de pesquisa. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 4, p. 911-939, jul./ago. 2011.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, maio/ago. 1999.

FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M. V. O.; SOUSA, A. M. R. Influência da intenção empreendedora de discentes em um Instituto de ensino superior. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 3, p. 147-176. 2015. DOI: 1014211/Rege33191.

GIELNIK, M. M. et al. Action and Action-Regulation in Entrepreneurship: Evaluating a Student Training for Promoting Entrepreneurship. **Academy of Management Learning & Education**, v. 14, n. 1, p. 69-94. 2015.

GREATI, L. et al. Aprendizagem em Empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 34. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, 2010.

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JUNIOR, F. G. Produção Cultural e Empreendedorismo: uma abordagem crítica sob a perspectiva do circuito da cultura. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 39. Belo Horizonte-MG. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte, 2015.

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JUNIOR, F. G. Empreendedorismo Cultural na produção cinematográfica: a ação empreendedora de realizadores de filmes Pernambucanos. **Revista de Administração e Inovação**, v. 8, n. 3, p. 78-99, jul./set. 2011. DOI: 10.5773/rai.v8i3.792

GUIMARÃES, L. O. Empreendedorismo no currículo dos cursos de Administração: uma análise da organização didático-pedagógica. **Revista Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 2 e 3, n. 4 e 5, p. 78-95, dez. 2002.

GUIMARÃES, J. C.; LIMA, M. A. M. Empreendedorismo educacional: reflexões para um ensino docente diferenciado. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 34-49, abr./jun. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i2.715>.

HASHIMOTO, M. Um retrato dos centros de empreendedorismo nas IES brasileiras. In: SANTOS, C. A. **Pequenos Negócios: desafios e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2013.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas Didático-pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-graduação Nacionais e Internacionais **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, p. 112-136. 2008.

HIGGINS, D.; SMITH, K.; MOHAMMED, M. Entrepreneurial education: reflexive approaches to entrepreneurial learning in practice. **Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 2, p. 135-160. 2013.

HJORTH, D. On provocation, education and entrepreneurship. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 1-2, p. 49-63. 2011.

JUDICE, V. M. M.; FURTADO, S. C. Gestão de empreendimentos criativos e culturais: estudo de uma organização de ensino e difusão de ritmos afro-brasileiros em São João del-Rei (MG). **Revista Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 21, n. 69, p. 293-314, abr./jun. 2014.

JULIEN, P. A.; MARCHESNAY, M.; MACHADO, H. V. Interdisciplinaridade da pesquisa em empreendedorismo e em PME: por uma teoria empreendedora que contemple diferenças culturais. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 11, n. 2, p. 355-368, jul./dez. 2010.

KAKOURIS, A. Entrepreneurship pedagogies in lifelong learning: Emergence of criticality? **Learning, Culture and Social Interaction**, v. 6, p. 87-97. 2015.

KRAKAUER, P. V. C. et al. Ensino de Empreendedorismo: utilização do *Business Model Generation*. **Revista de Administração e Inovação**, v. 12, n. 1, p. 07-23, jan./mar. 2015.

KRAKAUER, P. V. C.; SANTOS, S. A.; ALMEIDA, M. I. R. Teoria da aprendizagem experiencial no ensino de empreendedorismo: um estudo exploratório. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 101-127, jan./abr. 2017. DOI:10.14211/regepe.v6i1.353.

KURATKO, D. F. The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. **Entrepreneurship, Theory and Practice**, p. 577-597. 2005.

LANDSTRÖM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE. **Historical Foundation of Entrepreneurship Research**. Cheltenham: Edward Elgar, 2010. p. 15-45.

LEITCH, C.; HAZLETT, S.; PITTAWAY, L. Entrepreneurship education and context. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 24, n. 9-10, p. 733-740. 2012.

LIMA, E. et al. (a) Caminhos para uma Melhor Educação Superior em Empreendedorismo no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 37. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, 2014.

LIMA, E. et al. (b) Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian

- Challenges. **Journal of Small Business Management**, p. 1-19. 2014. DOI: 10.1111/jsbm.12110
- LIMA, E. et al. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 19, n. 4, p. 419-439, jul./ago. 2015.
- LIMONGI, R. et al. Ensino do marketing empreendedor: descrição e análise comparativa de experiências realizadas em duas regiões brasileiras. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 6, n. 3, p. 58-73, set./dez. 2012.
- LOPES, R, M. A. **Educação Empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- LOPES, R, M. A. Qual é o perfil do empreendedor? **Revista da ESPM**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 64-71, mar./abr. 2013.
- LUCENA, R. L.; CENTURIÓN, W. C.; VALADÃO, J. A. D. Contribuições da pedagogia freireana na formação de administradores empreendedores. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 01-16, jan./mar. 2014.
- MACHADO, H. P. V.; BASAGLIA, M. M. Empreendedorismo e Cultura como campos de estudos complementares. In: MACHADO, H. P. V. **Empreendedorismo, Oportunidades e Cultura**: seleção de casos no contexto brasileiro. Maringá: Eduem, 2013.
- MENZIES, T. V. University-Based Entrepreneurship Centers: Framerworks for analysis. **USASBE Conference Proceedings**, p. 872-887. 2009.
- MICHETTI, M.; BURGOS, F. Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 9, n. 2, p. 582-604, jun./dez. 2016.
- MINNITI, M.; BYGRAVE, W. A dynamic model of entrepreneurial learning. **Entrepreneurship and Theory Practice**, 2001.
- MUYLDER, C. F.; DIAS, A. T.; OLIVEIRA, C. L. Is it possible to teach entrepreneurship? Comparative analysis with brazilian students. **Revista de Ciências de Administração**, Florianópolis, v. 15, n. 37, p. 82-91, dez. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2013v15n37p82>.
- NECK, H. M.; GREENE, P. G.; BRUSH, C. G. **Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.
- NECK, H. M.; GREENE, P. G. Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 55-70. 2011.
- NECK, H. M.; NECK, C. P.; MURRAY, E. L. **Entrepreneurship: the practice and mindset**. Los Angeles: SAGE, 2018.
- OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. O. L.; MUYLDER, C. F. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior **Revista Administração em Diálogo**, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan./abr. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/%2010.20946/rad.v18i1.12727>.
- OLIVEIRA, J. M. Reflexões teóricas sobre o ensino do Empreendedorismo: a tentativa de construção de um modelo baseado na integração das áreas do conhecimento. **Revista de Administração, Economia e Contabilidade da UNOESC**, Joaçaba, v. 4, n. 1, p. 7-20. 2005.
- OLIVEIRA, D. G. A evolução conceitual da educação para o empreendedorismo como um campo científico. **Revista Alcance**, v. 23, n. 4, p. 547-567, out./dez. 2016. DOI: [alcance.v23n4.p547-567](http://dx.doi.org/10.13059/racef.v7i1.189).
- ORTEGA, L. M. Programa empreendedorismo-escola: influenciando a universidade por meio do tripé ensino, pesquisa e extensão. **Revista de Administração, Economia e Contabilidade da FUNDACE**, v. 7, n. 1, p. 118-132, mar. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.13059/racef.v7i1.189>.

PITTAWAY, L.; COPE, J. Entrepreneurship Education: a systematic review of the evidence. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 5, p. 479-510. 2007.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. O estudo de caso como ferramenta para o ensino de empreendedorismo. **Revista de Ciências de Administração**, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 211-218, dez. 2005.

RIDEOUT, E. C.; GRAY, D. O. Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University-Based Entrepreneurship Education. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n. 3, p. 329-351. 2013.

ROCHA, E. L. C. et al. Ensino de empreendedorismo nos cursos presenciais de graduação em Administração em Fortaleza: um estudo dos conteúdos e instrumentos pedagógicos. **Revista Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 393-414, jul./set. 2011.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 18, n. 4, p. 465-486, jul./ago. 2014.

RODRIGUES, S. C. M.; MELO, M. C. O. L.; LOPES, A. L. M. Ensino do empreendedorismo sob a ótica de alunos e professores do curso de Administração de uma instituição de ensino superior (IES) privada em Minas Gerais. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO. 16. 2013. São Paulo. **Anais eletrônicos...**São Paulo, 2013.

SALUSSE, M. A. Y.; ANDREASSI, T. O Estado da Arte do Ensino do Empreendedorismo: Mapeamento e Evolução. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA. 6. 2013. Bento Gonçalves. **Anais eletrônicos...** Bento Gonçalves, 2013.

SALUSSE, M. A. Y.; ANDREASSI, T. O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria *Effectuation*. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 20, n. 3, p. 305-327, maio/jun. 2016.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i3.816>.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENA. **Educação Empreendedora para todos os níveis de ensino**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/educacao-empreendedora-para-todos-os-niveis-de-ensino,76681a9d36d95410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 06 jan. 2017.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de Políticas Públicas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355-372, out./dez. 2014.

SILVA, F. A. G. et al. Projeto Arquimedes: empreendedorismo nas instituições de ensino superior. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 10, n. 4, p. 31-48, out./dez. 2009.

SILVA, F. C.; MANCEBO, R. C.; MARIANO, S. R. H. Educação Empreendedora como método: o caso do MINOR em empreendedorismo e inovação da UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n.1, p. 196-216, jan./abr. 2017. DOI:10.14211/regepe.v6i1.411.

SOUSA, A. M.; SARAIVA, L. A. S. Práticas e desafios do ensino de empreendedorismo na graduação em uma instituição de ensino superior. **Revista Gestão & Regionalidade**, v. 16, n. 78, p. 64-77, set./dez. 2010.

SPILLING, O. R. Entrepreneurship in a cultural perspective. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 3, p. 33-48. 1991.

TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER - HAVARD. **About us, activities**. Disponível em: <<http://tech.seas.harvard.edu>>. Acesso em: 12 out. 2016.

UNIVERSITY OF GEORGIA. **Terry College of Business. Entrepreneurship Program.** Disponível em: <<https://www.terry.uga.edu/academics/entrepreneurship>>. Acesso em: 12 out. 2016.

VESPER, K. H.; GARTNER, W. B. Measuring Progress in Entrepreneurship Education. **Journal of Business Venture**, v. 12, p. 403-421. 1997.

VIEIRA, S. F. A. et al. Ensino de empreendedorismo em cursos de Administração: um levantamento da realidade Brasileira. **Revista Ensino e Pesquisa em Administração**, v. 12, n. 2, p. 93-114, abr./jun. 2013.

VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; RIBEIRO, P. R. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 4, n. 1, p. 288-301, maio/ago. 2011.