



University of
Texas Libraries



e-revist@s

Sumários.org



Centro Unversitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 17, n. 10, art. 13, p. 246-265, out. 2020

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2020.17.10.13>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



Zeitschriftendatenbank



MIAR



Diadorim

Educação Empreendedora como Instrumento de Estímulo à Transformação Socioeconômica

Entrepreneurial Education as an Instrument to Stimulate Socioeconomic Transformation

Jairo de Carvalho Guimarães

Doutor em Educação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Professor da Universidade Federal do Piauí

E-mail: jairoguimaraes@ufpi.edu.br

Alessandro Prudêncio Lukosevicius

Doutor em Engenharia pela Universidade Federal Fluminense

Professor da UNIGRANRIO

E-mail: alessanpl@gmail.com

Endereço: Jairo de Carvalho Guimarães

Rua do UFPI – Campus Amílcar Ferreira Sobral (CAFS)
– BR 343, KM 3,5, bairro Meladão, Floriano, PI – CEP
64808-605. Brasil.

Endereço: Alessandro Prudêncio Lukosevicius

UNIGRANRIO – Avenida Vicente de Carvalho, 909, 2º
pisso - Vila da Penha - Rio de Janeiro – RJ. Brasil.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 27/05/2020. Última versão
recebida em 14/06/2020. Aprovado em 15/06/2020.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review
pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review
(avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação

RESUMO

O objetivo deste ensaio é descrever a importância da Educação Empreendedora (EE) como mecanismo de apoio e de estímulo às transformações socioeconômicas. O estudo tem abordagem qualitativa, de natureza interpretativa e descritiva-explicativa, fundamentado em referências bibliográficas, assim como na experiência viva dos autores, também professores de empreendedorismo. Sua originalidade se assenta na ideia de que estudos têm sido feitos sobre a temática, porém poucos se propuseram a discutir a relação entre educação empreendedora no nível de graduação e a consequente transformação socioeconômica. O escopo teórico foi capaz de convergir em vários aspectos, confirmando que a adoção de métodos assertivos por parte do professor e tomando a prática como medida fundamental para permitir a apreensão do estudante no percurso formativo, é possível promover perspectivas promissoras no que concerne ao despertar do estudante para sua inserção no universo empreendedor. Concluiu-se que adotando a concepção de que com a implementação de estratégias didático-pedagógicas diferenciadas e a utilização de metodologias ativas, a atmosfera no ambiente acadêmico dos Cursos de Graduação naturalmente tendem a fomentar o espírito empreendedor dos estudantes, contribuindo para a tomada de decisão e a segurança para atuar no segmento, mesmo em cenários de crise socioeconômica, como a atualmente vivenciada em razão da COVID-19.

Palavras-chave: Educação Empreendedora. Graduação. Agir Docente. Metodologias Ativas.

ABSTRACT

The purpose of this essay is to describe the importance of Entrepreneurial Education (EE) as a mechanism to support and encourage socioeconomic changes. The study has a qualitative approach, of an interpretative and descriptive-explanatory nature, based on bibliographical references, as well as on the living experience of the authors, also entrepreneurship teachers. Its originality is based on the idea that studies have been carried out on the subject, but few have set out to discuss the relationship between entrepreneurial education at the undergraduate level and the consequent socioeconomic transformation. The theoretical scope was able to converge on several aspects, confirming that the adoption of assertive methods by the teacher, and taking the practice as a fundamental measure to allow the student's apprehension in the formative path, it is possible to promote promising perspectives regarding the awakening of the student for his insertion in the entrepreneurial universe. It was concluded that adopting the conception that with the implementation of different didactic-pedagogical strategies and the use of active methodologies, the atmosphere in the academic environment of the Undergraduate Courses naturally tends to foster the entrepreneurial spirit of students, contributing to decision making and the security to operate in the segment, even in scenarios of socioeconomic crisis, such as the one currently experienced due to COVID-19.

Keywords: Entrepreneurial Education. University Graduate. Acting Teacher. Active Methodologies.

1 INTRODUÇÃO

Não são recentes as discussões que trazem, para o cerne do polo epistemológico, as questões que envolvem a Educação Empreendedora (EE) – tanto na arena acadêmica como no campo empresarial – como elo de transformação e intervenção no ambiente socioeconômico. O atual cenário da economia brasileira sugere que novos olhares e novas perspectivas sejam definidos no campo do trabalho, com o propósito de desvelar os possíveis encaminhamentos que as pessoas podem e precisam estabelecer a fim de encaminhar soluções, meios e instrumentos visando ao equacionamento da escassez de postos de trabalho. Sob esta condição, e diante de uma realidade que a todos incomoda, restam aos atores envolvidos buscar alternativas de elucidação do problema em foco – a carência de empregos.

Em momentos de fluxo econômico reticente ou sem a força motriz que o mundo e o mercado do trabalho exigem para o seu sistemático funcionamento, as opções de inserção das pessoas economicamente ativas se tornam restritas, induzindo-as a pensar em alternativas outras que não a que define o emprego fixo como a saída vital para a solução dos problemas que naturalmente as orientam. Assim, nações em estágio de desenvolvimento diante de períodos de crise econômica – interna ou global com repercussão local – sofrem com a perda de postos de trabalhos, impondo a busca de soluções efetivas e pontuais. Uma economia forte implica na criação de empresas e na oferta de empregos formais (ASENJO; BARBERÁ, 2013), embora não seja esta uma condição única para que a engrenagem socioeconômica flua em suas mais variadas dimensões.

Com efeito, reconhece-se que determinadas profissões exigem competências específicas, sólidos conhecimentos, habilidades diferenciadas e atitudes que não permitem reticências, as quais impulsionarão as pessoas a um patamar mais digno que a realidade competitiva impõe ao tecido societário, assim como as preparando para os novos mercados de trabalho (ARAYA-PIZARRO; AVILÉS-PIZARRO, 2020). Em momentos de recessão econômica – em que resta evidenciada a escassez de oportunidades formais – a qual inibe, frustra e desconserta muitos profissionais que, embora qualificados, ainda não obtiveram êxito na sua inserção no mercado de trabalho formal, torna-se pertinente uma reflexão voltada para a busca de outras possibilidades.

O desemprego é, *lato sensu*, uma situação que produz inconstáveis e desfavoráveis consequências à sociedade em geral, face aos seus inevitáveis desdobramentos. Buscar novos modelos de encaixe no mercado de trabalho se torna, então, mais do que uma necessidade, mas uma posição inteligente, tendo em vista que em momentos de crise as oportunidades são

ampliadas, não o inverso. Recorrer à iniciativa empreendedora aponta, portanto, um caminho factível no espectro de possibilidades que as crises normalmente sugerem, a partir do olhar atento daqueles que veem, contrariando o senso comum, um leque de oportunidades, desde que albergados por uma estrutura capaz de impulsionar o desejo de se tornar dono do próprio negócio.

Empreender, portanto, emerge como um movimento eficaz de recolocação das pessoas no mercado, assim como do incentivo para que jovens apreendam logo cedo que uma das possibilidades de êxito profissional pode ser viabilizado pela incursão no universo empreendedor. É mister pontuar que a imersão no segmento implica algumas condições, as quais serão consideradas neste estudo. A compreensão sobre a relevância do empreendedorismo como iniciativa visando ao desenvolvimento e ao fortalecimento econômico, social e político, parece não fomentar dúvidas na arena política, confirmado nos estudos de Araya-Pizarro e Avilés-Pizarro (2020), nos quais se confere que medidas governamentais são tomadas com o propósito de estimular o ingresso de estudantes no campo do empreendedorismo, fortalecendo a cultura empreendedora no Chile.

A cultura empreendedora é, por assim dizer, um marco significativo no processo de formação do tecido laboral no país, tendo o seu ápice, como sempre, nos momentos em que o desgaste político impõe mecanismos responsivos imediatos ao conjunto da população, visto que as repercussões de mal logradas estratégias empresariais recaem sobre os trabalhadores. Estudo de Moriano et al. (2012) demonstrou que a cultura de um país influencia na intenção empreendedora do sujeito, apontando que o cenário – político, econômico, social, empresarial – tem relação direta na formação do espírito empreendedor, tendo em vista que as pessoas buscam suporte em iniciativas que dependam, *a priori*, de seus próprios recursos – financeiros, cognitivos, motivacionais, psicológicos, etc. – face à escassez de apoio governamental para suprir o problema da engrenagem econômica.

Ou seja, quando a economia hesita, o empreendedorismo, não raro, aponta caminhos alternativos, muitos dos quais assentados na capacidade individual de pessoas que, via de regra, apoiam-se em ideias inovadoras, em ações diferenciadas, em medidas de impacto e, não menos importante, em condutas voltadas para o âmbito social (empreendedorismo social). Requer-se, portanto, o fortalecimento das ações empreendedoras por meio de instrumentos efetivos que promovam a propensão e o espírito empreendedor, tendo em vista que são medidas necessárias com foco no progresso da sociedade, no crescimento econômico e no desenvolvimento de bases sociais e cidadãs, todas cooperando para a consolidação do ciclo evolutivo de uma nação.

Um dos métodos que podem, de maneira efetiva e direta, dispor de mecanismos aspirando a amenizar os números que insistem em estagnar em patamares elevados em um ambiente de crise econômica e de contingente de postos de trabalho limitado é a Educação Empreendedora (EE), embora Araújo e Davel (2018) avaliem que os conhecimentos nesta seara não estão devidamente consolidados, expressando dispersão e fragmentação em sua composição, o que representaria um palitativo em circunstâncias de economia fraca.

Ao direcionar os esforços com o fito de compreender a dinâmica laboral brasileira e desenvolver ações com o propósito de facilitar o entendimento sobre a relevância do empreendedorismo no atual contexto, o professor assume o protagonismo deste processo de transformação, o qual não está restrito apenas ao espaço educacional, mas intervém diretamente nos reflexos que advêm no processo ensino-aprendizagem na medida em que instiga estímulos ao corpo discente para que haja a incorporação de convicções e motivações capazes de conduzir as pessoas a um novo posicionamento mercadológico, influenciando diretamente na economia local, regional e até mesmo em dimensão nacional, especialmente nos casos das *start-ups*. Nesta linha pensam Araya-Pizarro e Avilés-Pizarro (2020, p. 5), quando afirmam que

[...] a docência universitária deve ser capaz de garantir o desenvolvimento cognitivo, atitudinal e de valor dos estudantes, com base na implantação de enfoques, estratégias pedagógicas e estilos de ensino que potencializem a participação ativa dos estudantes na construção e desenvolvimento de sua própria aprendizagem.

O presente ensaio pretende discutir o papel da Educação Empreendedora como instrumento de reversão do cenário de estagnação da economia, promovendo as condições necessárias para a reflexão sobre as reais possibilidades das pessoas em buscarem, por meio da compreensão e apreensão da relação ensino-aprendizagem-prática, formas alternativas de proporcionar renda, oportunidades e meios para prover o seu sustento, fortalecendo a economia de determinado espaço, mesmo diante de cenários de profunda crise econômica e social, como a que atualmente o país está enfrentando, com o problema da Pandemia do COVID-19.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Em ambientes de robusta competitividade, as exigências para a inserção de novos agentes no mercado se tornam mais qualificadas, determinando condições específicas às

peessoas, as quais demandarão um conjunto de habilidades, conhecimentos, atitudes e sensibilidade com o fito de se tornar habilitadas a participar do processo de seleção natural. Deter uma estrutura cognitiva abrangente e sólida se torna, portanto, um fator de diferenciação num estado de elevada competição. Estar preparado é, por assim dizer, um elemento indispensável no trajeto de absorção do profissional no campo laboral. A Educação Empreendedora (EE) surge como uma ferramenta útil e necessária para contribuir no processo de reversão de cenários de crise e estagnação dos artefatos econômico e social. Como assevera Lavieri (2010, p. 7), “começa a formar-se um consenso de que empreender é a resposta para escapar do subdesenvolvimento [...]”. Tomando como suporte conceitual e prático que o empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico, vê-se que o tema tem ganhado músculos por se caracterizar como artefato eficaz para o crescimento e para o desenvolvimento econômico local, regional e nacional, tendo como principal agente promotor o empreendedor (ROCHA; FREITAS, 2014). Para Silva (2008, p. 68), “[...] as mudanças impostas pela reorganização do capital não deixaram incólume a formação humana, principalmente aquela destinada à formação para atender aos ditames do mercado”, representando a necessidade de que medidas contemporâneas e atualizadas em termos de formação acadêmica sejam aplicadas com o objetivo de salvaguardar a isonomia dos envolvidos sob o marco competitivo que atualmente vigora em diversos segmentos da economia nacional.

Um dos papéis do empreendedor é pôr em prática suas ideias, porém de forma inovadora e sempre agindo de forma responsável (WERLANG; FAVRETTO; FLACH, 2017). Segundo Werlang, Favretto e Flach (2017), quando do surgimento do fenômeno empreendedor, os empreendedores foram comparados aos economistas, visto que essas pessoas não tinham interesse apenas em fazer a economia girar, mas criar e desenvolver novos empreendimentos. De todo modo, a intenção em empreender tem sido intensificada no Ensino Superior, em razão da percepção das instituições da necessidade de alinhar esforços junto à sociedade e ao governo visando à equalização dos entraves relacionados à redução dos postos de trabalho. As IES – Instituições de Ensino Superior foram convocadas, portanto, a aderir a um novo e instigante paradigma, cujo escopo basilar tem o propósito de contribuir para o estímulo à iniciativa empreendedora nos vários cursos de Graduação envolvidos.

2.1 Educação Empreendedora

Quando abordada a temática empreendedorismo, via de regra, pensa-se em uma atividade com fins lucrativos, numa empresa, num novo negócio. Em verdade, o conceito de

empreendedorismo é polissêmico e sua aplicação rompe as fronteiras de uma suposta lógica mercantil, tendo em vista que a sua estrutura conceitual é composta de fatores e características que caminham para uma gama de possibilidades enquanto ação reflexiva e prática. Com efeito, o indivíduo pode empreender em várias esferas: criando uma empresa, atuando no serviço público (ROCHA; GUIMARÃES, 2019), desenvolvendo ações em Organizações Não-Governamentais (ONG), reinventando fórmulas, processos e métodos em empresas já existentes ou atuando como autônomo (ator, artista plástico, engenheiro), conforme asseveram Langrafe *et al.* (2018).

Para desenvolver uma modelagem pedagógica que contribua para a disseminação da intenção empreendedora no ambiente escolar, seja em que esfera for e em que nível educacional for (Ensino Médio, Ensino Superior), o professor precisará envidar esforços no sentido de promover um sistemático escopo teórico-prático aspirando à percepção do corpo discente de que as oportunidades existem e que neste ambiente estas podem ser ampliadas (VON GRAEVENITZ; HARHOFF; WEBER, 2010), tornando o ambiente universitário “[...] inspirador e propício ao desenvolvimento de ideias para empreender” (LIMA; LOPES; NASSIF, 2012, p. 2).

Conforme acentua Lavieri (2010, p. 1), “a educação é [...] processo fundamental de transmissão cultural e estrutural do ser humano”, enquanto que Nunes *et al.* (2017, p. 141) asseguram que “em um mundo em que não existe mais emprego para todos, não é mais suficiente formar empregados, temos que formar empreendedores”. Rocha e Freitas (2014, p. 467) por sua vez afirmam que, diante da necessidade de alinhar as condições econômicas com a redução de postos de trabalho percebidos no mercado, “a educação empreendedora tem focado uma de suas correntes no ensino do empreendedorismo a estudantes do ensino superior, destacando-se o Curso de Administração, em razão da interface entre inovação, oportunidade, gestão e desenvolvimento econômico”.

Hashimoto e Grisi (2017) reforçam o papel das Instituições de Ensino Superior (IES) na formação de empreendedores, destacando o empreendedorismo como um fenômeno social que adveio para desconstruir alguns paradigmas, dentre os quais a percepção de que a formação acadêmica voltada para um empregado é diferente daquela que deve ser implementada para a formação de um empreendedor. Em relação à disciplina empreendedorismo, Hashimoto e Grisi (2017, p. 261) afirmam que esta precisa ser repensada do ponto de vista das técnicas dinâmicas e práticas, tendo em vista que

[...] só replica o modelo de transferência de conhecimento aplicado, na forma do uso de ferramentas práticas como planos de negócios ou análise de forças e

fraquezas, mas não atende o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao empreendedor desde o primeiro dia em que decide desenvolver seu conceito de negócio.

Deve-se, por outro lado, ao buscar compreender a dinâmica da formação do sujeito por meio da Educação Empreendedora, compreender que o sentido prático da preparação deste perde consistência e eticidade se o processo estiver ancorado na mercantilização do ensino (BERTERO, 2007; NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2015; LOPES; VALLINA; SASSAKI, 2018; COSTA; SILVA, 2019), cujos patamares formativos não estão alinhados com o real nexos do objeto da EE, cujo significado seminal é a qualificação eficaz do sujeito, visando à ampliação de oportunidades por meio do conhecimento formal e da reunião de habilidades e competências necessárias para o sucesso da proposta (LANERO *et al.* 2011).

Diante desta realidade, indaga-se: é a formação acadêmica que apropria e estimula o sonho ou é o sonho, preconcebido, que implica na emergência da realização de uma formação consistente e qualificada aspirando à participação do sujeito em igualdade de condições no mercado disponibilizado? É provável que a insatisfação diante de uma realidade desfavorável conduza as pessoas a um estágio de ruptura do *status quo* que representa, neste aspecto, o desejo de obter um emprego formal. Todavia, o atual panorama indica que as vagas estão sendo eliminadas e novos paradigmas relacionais estão sendo formados, induzindo os indivíduos a repensarem suas posições e convicções, buscando adotar mecanismos de segurança e resguardo, com o propósito de assegurar a sua sobrevivência. Aparentemente, trata-se de uma condição própria do tipo “empreendedorismo por necessidade”. Schaefer e Minello (2017) afirmam que a Educação Empreendedora pode aumentar a qualidade da preparação e o número de jovens inovadores, proativos e com iniciativa, tanto para trabalharem em uma organização ou atividade autônoma, quanto para tocarem seu próprio negócio.

Todavia, embora sob o signo da necessidade iminente ou imediata, muitas pessoas têm se apoiado na iniciativa empreendedora como uma medida apta a promover novas possibilidades de realização pessoal e profissional. Estruturar este espírito empreendedor no espaço acadêmico se torna, portanto, um ponto a ser incentivado pelos agentes que detêm instrumentos, capacidades e métodos adequados para implementar um novo estágio na economia de uma nação, embora Robin, Yáñez e Santander (2020) firmem hesitação e inquietação se de fato as universidades formam empreendedores.

2.2 Formação do Espírito Empreendedor

O empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico contemporâneo e, como consequência, o tema tem sido abordado, compreendido e valorizado por se caracterizar como meio eficaz para o crescimento e desenvolvimento econômico, social e político não apenas regional, mas de uma nação (ROBIN, YÁÑEZ; SANTANDER, 2020; ASENJO; BARBERÁ, 2013; ARAYA-PIZARRO; AVILÉS-PIZARRO 2020). Também Lenzi (2009) enfatiza que o empreendedorismo é um fenômeno que se configurou como principal fator de desenvolvimento econômico e social de um país e que, por meio de iniciativas muitas vezes de indivíduos proativos e persistentes, tem-se a capacidade de proporcionar crescimento ao país e à população em geral, assim como pode contribuir para a inclusão social (GOEL; RISHI, 2012).

Com efeito, o ambiente acadêmico se torna cada vez mais um espaço que precisa proporcionar aos estudantes possibilidades reais, as quais, implementadas com a metodologia adequada e sob um escopo contemporâneo, promovem ações com objetivo de melhor qualificá-los para que possam explorar as potencialidades empreendedoras visando a atender suas próprias necessidades. Estudos (LIMA; LOPES; NASSIF, 2012) comprovam que quando as Instituições de Ensino Superior (IES) não oferecem a Educação Empreendedora a propensão dos estudantes ao empreendedorismo é reduzida. Outros estudos têm demonstrado a forte concentração de disciplinas voltadas para a formação de empreendedores no contexto dos Cursos de Administração e Gestão (NUNES *et al.*, 2017). Todavia, o espírito empreendedor não pode ser considerado um produto das prescrições de Projetos Pedagógicos (PPC), mas uma qualidade subjetiva do sujeito, cuja formação está atrelada a um ambiente acadêmico (ou não) favorável, estimulante e instigante, o qual conduz o indivíduo a pensar “fora da caixa” e sob a atmosfera da inovação como elementos de elevação do desejo em empreender (HERINGER *et al.*, 2019).

Tendo em vista que o egresso formado em universidades não sai completo, pois “[...] não tem pleno domínio de todo o conhecimento e das habilidades necessárias para desempenhar bem sua profissão”, conforme asseguram Hashimoto e Grisi (2017, p. 261), é imperioso que no ambiente acadêmico sejam alocados técnicas e instrumentos que deem significado e compreensão aos discentes com o fito de promover uma capacitação prática que permita reduzir alguns dos fatores que podem não ser desenvolvidos neste *locus*. No mínimo, entendendo que caso o desejo do estudante não esteja fixado para a iniciativa empreendedora, como asseveram Lima, Lopes e Nassif (2012, p. 1), o mesmo obterá, no processo formativo

no contexto da Educação Empreendedora, “[...] o pensamento criativo, a geração de inovações e o crescimento do senso de auto-estima [sic] e de responsabilidade [...]”.

Estudando os fatores relacionados ao desejo de empreender, McClelland (2010, p. 211) afirma que “o fato crucial é que, nessas situações moderadamente arriscadas, o resultado depende muito mais claramente de sua habilidade – de sua conquista, se você desejar – do que no caso de um dos extremos”, apontando que muito do que se pode indicar como conquistas advém do perfil do sujeito empreendedor e menos do ambiente externo, visto que este, sob o olhar da maioria, pode indicar baixo coeficiente de condições favoráveis para permitir o ingresso de mais pessoas no campo. Asenjo e Barberá (2013, p. 379) afirmam que três fatores motivacionais interferem na decisão do sujeito em empreender: “[...] a) as atitudes pessoais; b) as normas subjetivas e c) o controle do comportamento percebido ou percepção da capacidade de ser empreendedor e controlar a ação de empreender”.

Vê-se, assim, que embora a subjetividade seja um elemento de relevância no contexto da formação do espírito empreendedor, é vivenciando um ambiente acadêmico que pauta suas proposituras em técnicas diversas aspirando ao fomento da incorporação, pelo discente, de compreensão e significado apropriados, que o espírito empreendedor se dissemina. Medidas adotadas pela PUC Rio Grande do Sul, por exemplo, constituem bases instigantes para a formação do espírito empreendedor dos discentes, conforme relatam Nunes *et al.* (2017). Afinal, como assevera Carneiro (2012, p. 195), “escola é currículo. Aprendizagem é conteúdo transformado. Sala de aula não é local, é ambiente. Aluno não é destinatário, é ator da aprendizagem. Professor não é depositante, é mediador”, sugerindo que uma nova perspectiva sob a influência da Era Digital e da evolução das TIC’s – Tecnologias da Informação e da Comunicação, coordenada pelo professor, precisa ser assumida no ambiente acadêmico.

Para muitos, em situações de retração econômica e elevada competitividade, fatores que se juntam à baixa absorção da mão de obra disponível no mercado, sugerem dificuldades extremas para a abertura de um negócio. Para outros, porém, este cenário expressa uma situação diversa e positiva, desde que a ideia do negócio contenha elementos como agregação de valor, diferenciação, determinação e inovação, no seu bojo. Estudos desenvolvidos por Lanero *et al.* (2011) com diferentes perfis de estudantes demonstram que a Educação Empreendedora influi na formação do espírito empreendedor, indicando que a maneira como a relação entre docente e discente é estabelecida no processo de formação torna positiva (ou não) o desejo de empreender. Também Minello e Schaefer (2019), por meio de estudo empírico desenvolvido com estudantes de graduação e professores dos cursos de Administração, Direito e Sistemas de Informação, revelaram que uma proposta de Educação

Empreendedora pode desenvolver aspectos da mentalidade e do comportamento empreendedor dos estudantes, destacando que estes cursos possuem disciplinas transversais de Educação Empreendedora. É fato que as habilidades angariadas no ambiente acadêmico é determinante na formação do espírito empreendedor, fomentando características associadas ao comportamento empreendedor do estudante (ASENJO; BARBERÁ, 2013).

O ambiente acadêmico precisa ser estimulante e se constituir em espaço permanente do processo de transformação mental-cognitiva do sujeito, adotando técnicas capazes de trazer o discente para o centro do debate, promovendo a capacidade crítica e o discernimento capazes de torná-lo protagonista de um novo estágio socioeconômico. É importante destacar o elemento subjetivo na formação do estudante, uma vez que o estímulo para a incorporação de novos saberes, conhecimentos, práticas, habilidades e atitudes depende também da receptividade admitida pelo discente no processo ensino-aprendizagem.

2.3 Métodos Inovadores no Processo Ensino-Aprendizagem

Adotando como ponto de partida que um novo contexto socioeconômico está instalado, as ferramentas didático-pedagógicas de adequação a este novo momento com vistas a estimular a iniciativa empreendedora no ambiente acadêmico precisam ser repensadas, atualizadas e incorporadas pelos atores envolvidos. Tendo em vista que “[...] a inovação emerge como um elemento gerador de vantagem competitiva e o conhecimento científico tem sido considerado um insumo fundamental para o desenvolvimento econômico” (NUNES *et al.*, 2017, p. 143), novas técnicas são necessárias para construir a ponte entre a academia e as demandas mercadológicas, aqui incluídos os requisitos impostos pelas organizações e pelos fluxos financeiro e econômico, cuja orientações advêm do sistema global de intercâmbios e parcerias.

Adotar novas metodologias de transposição didática com o foco na aprendizagem ativa do discente e com ênfase na relação teoria-prática (ARAÚJO; DAVEL, 2018) requer, então, uma postura mais proativa do docente. Sob esta perspectiva, reconhece-se, nas palavras de Hashimoto e Grisi (2017, p. 263), que “formar empreendedores é diferente de forma empregados”, daí emergindo outros postulados dos mesmos autores, os quais convém elencar:

- O desenvolvimento de competências e habilidades é mais importante para o empreendedor do que para o empregado.

- O empregado complementa sua formação no emprego, enquanto o empreendedor complementa sua formação na criação e no desenvolvimento do próprio negócio.
- As IES [Instituições de Ensino Superior] não estão preparadas para propiciar o desenvolvimento de competências e habilidades na formação de empreendedores.

Para Pimenta e Anastasiou (2010, p. 102), “[...] conhecer não se reduz a se informar”, razão pela qual sinaliza que todos, indistintamente, precisam viabilizar formas de angariar habilidades, competências, posturas e significados em um período que determina a seletividade natural aos profissionais dos mais variados ramos. Estudos de Asenjo e Barberá (2013) e também de Robin, Yáñez e Santander (2020) indicam que as competências são fundamentais no contexto do comportamento empreendedor, ressaltando o seu papel no processo de ação do sujeito e, conseqüentemente, no sucesso da iniciativa. O profissional da educação, do mesmo modo, precisa compreender que uma nova dinâmica se instalou no espaço formativo, ora em razão da competição por conhecimentos emergentes, ora em razão das tecnologias digitais que passam a dominar as relações entre docente e discente, ora porque as informações passaram a fluir em velocidade jamais vista, impondo uma permanente atualização do mediador do conhecimento, ora porque o *smartphone*, nos casos em que inexistiram negociações bilaterais, adveio para competir com a atuação docente (HERINGER *et al.* 2019). Discorrendo sobre os novos paradigmas da docência em um ambiente de recorrente transformação, Bertero (2007, p. 4) assinala que,

o aluno que hoje se encontra nas salas de aula é muito diferente do que era encontrado há não muito tempo. Mesmo professores jovens que começam a lecionar cinco ou 10 anos após a conclusão de seu curso de graduação experimentam o chamado “choque de gerações”, que se reflete nas atitudes, expectativas e na maneira de entender a universidade e um curso superior.

Levanta-se, aqui, uma proposição que demanda reflexão por parte dos atores envolvidos na relação ensino-aprendizagem: O professor é instado a ser criativo sob um contexto de paradigmas digitais e de profunda conectividade com os meios vigentes de informação e comunicação aos quais o estudante está supostamente subordinado? Parece que sim. Popkewitz (1990, p. 310) destaca aspectos do docente que se fazem relevantes no atual contexto educacional: “También es característica de la práctica docente la peculiaridad de fijar un tiempo determinado para la ‘creatividad’ y otro para la ‘indagación’”. De acordo com o pensamento de Braum, Carmo e Sá (2016, p. 61),

estimular a criatividade não parece ser tão simples quando se analisa o ensino da forma que é conhecida hoje, onde os métodos tradicionais ainda são os que prevalecem seja pela forma que o professor foi preparado, seja por exigência das próprias instituições de ensino superior.

Segundo Rocha e Freitas (2014), muitos são os instrumentos e métodos utilizados pelos docentes na formação de estudantes do Ensino Superior no que tange à idealização do empreendedorismo como possibilidade de promoção de oportunidades e renda, conduzindo o sujeito a um nível de independência que muitos aspiram. Para amalgamar a teoria à prática – no que diz respeito às técnicas pedagógicas utilizadas pelos professores para firmar a apreensão e o discernimento acerca do empreendedorismo e com fundamento em metodologias ativas (BERBEL, 2011) e em “[...] estratégias centradas na aprendizagem experiencial e vivencial [...]” do estudante (ARAYA-PIZARRO; AVILÉS-PIZARRO, 2020, p. 4) – vários são os instrumentos utilizados para tal intenção, como elencados a seguir.

- ✓ Formação de grupos visando à participação em simulações *on line*;
- ✓ Exibição de filmes contendo enredos abordando o eixo temático;
- ✓ Discussão e formação crítica de estudos de caso;
- ✓ Uso da sala de aula invertida como metodologia de apreensão;
- ✓ Aplicação de dinâmicas variadas envolvendo tópicos como *marketing*, gestão de pessoas, liderança, formação de preço, estratégia, pesquisa de mercado, seleção da localização, análise situacional, empatia, cooperação, intuição, etc.;
- ✓ Análise e aplicação de casos de ensino;
- ✓ Discussão sobre a inovação social como elemento de promoção do empreendedorismo social;
- ✓ Visitas a empresas que foram criadas a partir de uma iniciativa empreendedora;
- ✓ Palestras proferidas por empreendedores;
- ✓ Implementação de instrumentos lúdicos;
- ✓ Aplicação do processo do incidente;
- ✓ Elaboração de plano de negócio;
- ✓ Aplicação do *Business Model Canvas* (BMC);
- ✓ Envolvimento nas experiências de Empresas Juniores;
- ✓ Eventos científicos (*Workshops*, Encontros, Seminários, Oficinas) objetivando à apresentação e à socialização de trabalhos desenvolvidos pelos discentes;
- ✓ Construção coletiva de posições mercadológicas tomando como parâmetro cenários complexos e desfavoráveis com o propósito de desenvolver o senso criativo e inovador do discente, dentre outras alternativas;
- ✓ Instalação de incubadoras;
- ✓ Utilização do Arco de Charles Maguerez, e
- ✓ Difusão do Empreendedorismo Social por meio de Projetos e Programas de Extensão, dentre outras técnicas.

O fato é que a atratividade didático-pedagógica no espaço-tempo do processo ensino-aprendizagem representa uma ação indispensável na fixação do protagonismo discente, ou

seja, para que o centralismo no aluno seja de fato cristalizado, é necessário que o docente promova a autorreflexão e desenvolva ferramentas capazes de aproximar as bases teóricas do conhecimento ao exercício de ferramentas, instrumentos e técnicas (disciplinas formais, dinâmicas, jogos empresariais, eventos voltados para o segmento, criação de empresas, construção de planos de negócios, etc.) as quais serão implementadas em campo, no curso da profissão pertinente, que pode ser na área da Administração/Gestão ou em qualquer outro campo do conhecimento, tendo em vista que o espírito empreendedor e a intenção em empreender está atrelado ao sujeito, não necessariamente ao contexto de sua formação acadêmica (ODILON NETO; GUIMARÃES; LUKOSEVICIUS; 2019; BOMFIM; TEIXEIRA; MONTENEGRO; 2019; LIMA et al., 2015; KRUEGER; BRAZEAL, 1994; SCHAEFER; MINELLO, 2019; SPUDEIT et al. 2019; ASENJO; BARBERÁ, 2013; LIMA; LOPES; NASSIF, 2012), muito embora não seja possível avaliar, em termos comportamentais, se uma pessoa será bem-sucedida ou malsucedida, caso resolva atuar no segmento (Fillion, 1999).

Vale pontuar que metodologias ativas têm um papel de destaque na formação da autonomia discente (BERBEL, 2011), cujo desempenho é ampliado face ao processo de interação instalado em sala de aula, com os pares e com o professor. Como reflexo, segundo Berbel (2011, p. 28), emergem resultados positivos em relação: “1 – à motivação; 2 – ao engajamento; 3 – ao desenvolvimento; 4 – à aprendizagem; 5 – à melhoria do desempenho; 6 – ao estado psicológico”. Apoiando-se nas lições de Bastos (2006), Berbel (2011, p. 29) define metodologias ativas como os “processos interativos de conhecimento, análise, estudos, pesquisas e decisões individuais ou coletivas, com a finalidade de encontrar soluções para um problema.”

Portanto, é importante ressaltar que os instrumentos elencados obterão eficácia em relação à aprendizagem discente na medida em que a sua aplicação estiver ancorada na prática, isto é, que estas experiências sejam vivenciadas num contexto mais amplo, no qual a criatividade, a imaginação, a reflexão e a ação estiverem coadunadas com os significados advindos da transposição didática adotada pelo docente, e que a fixação do real – prática – pelo estudante seja absorvida como meio válido para a construção do autoconhecimento e na busca de soluções de problemas sociais. Afinal, como pontua Berbel (2011, p. 26) “[...] os hábitos são aprendidos para serem utilizados na ação e os conhecimentos são aprendidos para guiar a ação” requerendo do sujeito, portanto, a atitude – de caráter subjetivo – de propor e operar a mudança que pretende realizar.

3 METODOLOGIA

O presente ensaio possui uma abordagem qualitativa (YIN, 2016) de natureza interpretativa (CRESWELL, 2013; YIN, 2016) e descritiva-explicativa (RICHARDSON, 2010), orientado por referências bibliográficas, assim como na experiência viva dos autores, também professores de Empreendedorismo.

O estudo descritivo tem o propósito de relatar informações obtidas em outros estudos ou a partir de um fenômeno evidenciado ou admitido hipoteticamente, buscando desenvolver aspectos críticos, comparativos e analíticos na composição do conjunto de características obtidas nas fontes utilizadas. É explicativo porque realça o caráter conceitual das teses em discussão, operando novas compreensões visando à explanação sistematizada das informações angariadas.

Detém, este estudo, um viés interpretativo porque é, em essência, o alicerce de um ensaio, cujo sentido é aprimorar, aprofundar e conceber novos contornos a um significado epistemológico assentado ou parcialmente justificado em estudos anteriores. O ensaio também tem o papel de abrir novos horizontes analíticos sobre o tema em aporte, não prescindindo do rigor científico, necessário para afastar o senso comum e a visão ideológica, as quais podem promover avarias e/ou atecnias epistemológicas no constructo elaborado.

Muito embora a ciência positivista prevaleça no campo das Ciências Sociais Aplicadas – face às características de confiabilidade que a orientam, especialmente os estudos com contornos quantitativos –, a elaboração de um ensaio não perde o seu vigor, caso esteja ancorado em argumentos válidos, em uma harmonização lógica dos significados que a análise pretende esboçar, em críticas coerentes e, como destaca Bertero (2011), na criatividade metodológica. Este último elemento é relevante destacar, tendo em vista que o ensaio “[...] dispensa provas, no sentido de comprovações empíricas em que hipóteses são submetidas a testes. Sua coerência e sua legitimação residem na coerência das elaborações do ensaísta”, nas palavras de Bertero (2011, p. 340).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou desenvolver uma ideia pautada na concepção de que a Educação Empreendedora (EE) detém um papel relevante no contexto das relações societárias vigentes, tendo como pano de fundo a necessidade de explorar, estimular e fomentar a iniciativa empreendedora em estudantes de Cursos de Graduação, em qualquer estágio formativo.

Também foram destacados estudos que discutem a importância do empreendedorismo na promoção das transformações sociais, políticas e econômicas de um país, ressaltando que o fenômeno se constitui em instrumento promissor de realização pessoal e profissional do indivíduo, e que com a implementação de um desenho de negócio consistente, transparente e rigoroso será possível a viabilização da proposta empreendedora assentada em estudos empíricos, por meio de experiências vividas e a partir de sólidos conhecimentos no campo.

A base dos fatores que permitem vislumbrar a construção de um cenário favorável à abertura do negócio advém da realização de procedimentos de caráter teórico-prático no ambiente acadêmico, por meio do mediador do processo de ensino-aprendizagem: o docente.

Para que de fato a Educação Empreendedora (EE) se materialize como meio eficaz de formação para o mundo do trabalho, é essencial que o professor envide esforços no sentido de aplicar metodologias didático-pedagógicas contemporâneas, com utilização de estratégias ativas nas quais o discente se torne o protagonista do estágio formativo, intermediando comportamentos e ações com vistas a assegurar a autonomia do sujeito. Neste sentido, para fins deste estudo, foram elencados alguns instrumentos e medidas que podem ser adotados pelo professor aspirando aos melhores resultados, preparando, com sua intervenção direta, os futuros profissionais para o enfrentamento dos desafios associados à competitividade e à escassez de postos de trabalhos.

O empreendedorismo é, por fim, uma alternativa viável de promoção de bem-estar social, equacionando muitos dos problemas relativos à falta de emprego formal, reduzindo as desigualdades, elevando a autoestima, contribuindo para a distribuição de renda e oportunidades e inspirando as pessoas a pensarem nas possibilidades reais que o segmento proporciona, mesmo em cenários turbulentos e de crise econômica.

Tendo em vista as limitações do presente estudo, sugere-se que sejam pesquisados *locus* variados – como Instituições de Ensino Superior Particulares e Públicas, assim como Escolas de Ensino Médio – considerando que as possibilidades de emergirem novos achados é factível. Ademais, torna-se importante o aprofundamento dos estudos no campo da Educação Empreendedora (EE) a fim de comprovar a efetiva contribuição do método como instrumento de intervenção e transformação em dada região, a partir das iniciativas adotadas pelas unidades de ensino e, como reflexo direto, da incorporação, pelos estudantes, do espírito empreendedor, contribuindo, desta forma, para a mitigação das desigualdades regionais, tanto no aspecto econômico quanto no que concerne à autonomia social dos envolvidos.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, G. F.; DAVEL, E. P. B. Educação empreendedora: avanços e desafios. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 47-68, set./dez., 2018. DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v6i3.12767>
- ARAYA-PIZARRO, S. C.; AVILÉS-PIZARRO, N. B. Enseñar a emprender en universidades de la Región de Coquimbo, Chile: Perfil docente y prácticas de enseñanza. **Revista Actualidades Investigativas en Educación**, v. 20, n. 1, p. 1-26, jan./abr., 2020. DOI: 10.15517/AIE.V20I1.39817
- ASENJO, M. P. F.; BARBERÁ, J. P. Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. **Historia y Comunicación Social**, v. 18, número Especial, p. 377-386, nov., 2013. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44256
- BERBEL, N. A. N. As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun., 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/1679-0383.2011v32n1p25>
- BERTERO, C. O. A docência numa universidade em mudança. **Cadernos EBAPE**, v. 5, Edição Especial, jan., 2007.
- _____. Réplica 2 – O que é um ensaio teórico? Réplica a Francis Kanashiro Meneghetti. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 338-342, mar./abr., 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552011000200012>
- BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M.; MONTENEGRO, L. M. Empreendedorismo Feminino em Empresas de Turismo e Intenções de Crescimento dos Negócios. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 2, jun./ago., 2019. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.19n2.2019.1465>
- BRAUM, L. M. S.; DO CARMO, H. M. O.; SÁ, E. V. Criatividade no ensino superior: uma análise da percepção dos discentes sobre as práticas dos docentes. **Revista Capital Científico-Eletrônica**, v. 14, n. 4, p. 60-74, 2016. DOI: 10.5935/2177-4153.20160030
- CARNEIRO, M. A. **LDB Fácil**: leitura crítico-compreensiva artigo a artigo. 20. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- COSTA, C. F.; SILVA, S. M. G. Novo neoliberalismo acadêmico e o ensino superior no Brasil. **Revista Eletrônica de Administração – REAd**, v. 25, n. 3, p. 6-35, set./dez., 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-2311.251.89569>
- CRESWELL, J. W. **Research Design**: qualitative, quantitative and mixed methods approaches. 4 ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun., 1999.

GOEL, G.; RISHI, M. Promoting entrepreneurship to alleviate poverty in India: An overview of government schemes, private-sector programs, and initiatives in the citizens' sector. **Thunderbird International Business Review**, v. 54, n. 1, p. 45-57, jan., 2012. DOI: 10.1002/tie.21437

HASHIMOTO, M.; GRISI, F. C. A prática da formação de professores de empreendedorismo In.: LOPES, Rose M. A. **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

HERINGER, M. R.; GUIMARAES, E. H. R.; PEREIRA, F. C. M.; NEVES, J. T. R.; FAGUNDES, A. I. J. Innovation in Brazilian Private Higher Education: a Proposal for the Application of Active Methodologies Based on the Flipped Classroom. **International Journal of Innovation**, v. 7, n. 2, p. 321-340, maio/ago., 2019. DOI: <https://doi.org/10.5585/iji.v7i2.296>

KRUEGER JR., N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 18, n. 2, p. 91-104, 1994. DOI: 10.14211/regepe.v7i2.1071

LANERO, A.; VÁZQUEZ, J. L.; GUTIÉRREZ, P.; GARCÍA, M. P. The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. **International Review on Public and Nonprofit Marketing**, v. 8, n. 2, p. 111-130, mar., 2011. DOI: 10.1007/s12208-011-0067-8

LANGRAFE, T.; NASCIMENTO, A.; SADAIO, E.; SALATI, G.; SALUSSE, M.; VALE, M. **Administração: uma abordagem inovadora com desafios práticos**. São Paulo: Empreende, 2018.

LAVIERI, C. Educação... empreendedora? In.: LOPES, Rose M. A. (org.) **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, art. 1, p. 419-439, jul./ago., 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296>

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J. Empreendedorismo para todos: desafios e oportunidades para aperfeiçoar a educação superior brasileira. In.: ENANPAD, 36, Encontro Nacional de Cursos de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2012.

LOPES, M. G. A.; VALLINA, K.; SASSAKI, Y. A mercantilização do ensino superior no contexto atual: considerações para o debate. **Interfaces Científicas – Educação**, Aracaju, v. 6, n. 2, p. 29–44, fev., 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.17564/2316-3828.2018v6n2p29-44>

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Connecticut, USA: Martino Publishing, 2010.

MORIANO, J. A.; GORGIEVSKI, M. J.; MARIOLA, L.; STEPHAN, U.; ZARAFSHANI, K. A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. **Journal of Career Development**, v. 39, n. 2, p. 162-185. jan., 2012. DOI: 10.1177/0894845310384481

NOGUEIRA, A. F. M.; OLIVEIRA, M. A. G. Mercantilização e relações de trabalho no ensino superior brasileiro. **Revista Ciências Administrativas**, v. 21, n. 2, p. 335-364, jul./dez., 2015. DOI: 10.5020/2318-0722.2015.v20n2p335

NUNES, A. C. B.; FERREIRA, G. C.; VILLWOCH, L. H. M.; LIBERMANN, N. M. L.; ZANELA, V. Inovação e empreendedorismo na formação acadêmica da PUCRS: construindo a educação do futuro. In.: Lopes, R. M. A. (org.). **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

ODILON NETO, M.; GUIMARÃES, J. C.; LUKOSEVICIUS, A. P. Empreendedorismo para todos: o perfil empreendedor dos licenciandos de Pedagogia. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 4, Edição Especial: Facetas do Empreendedorismo, p. 38-75, set., 2019.

PIMENTA, S. G.; ANASTASIOU, L. G. C. **Docência no ensino superior**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

POPKEWITZ, T. S. Conocimiento e interés en los estudios curriculares. In.: POPKEWITZ, T. S. **Formación del profesorado: Tradición. Teoría. Práctica**. València: Servei de Publicacions, 1990.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ROBIN, C. F.; YÁÑEZ, D.; SANTANDER, P. Do universities train entrepreneurs? **Revista Actualidades Investigativas en Educación**, v. 20, n. 1, p. 1-23, jan./abr., 2020. DOI: 10.15517/aie.v20i1.40148

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 465-486, jul./ago., 2014. DOI: 10.1590/1982-7849rac20

ROCHA, M. A. T.; GUIMARÃES, J. C. Intraempreendedorismo no serviço público: um estudo da viabilidade a partir da gestão inovadora. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 7, n. 2, p. 88-104, maio/ago., 2019. DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v7i2.28127>

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. A formação de novos empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedoras. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 11, n. 3, p. 2-20, set./dez., 2017. DOI: 10.21714/19-82-25372017v11n3p220

_____. Entrepreneurial education: entrepreneurial mindset and behavior in undergraduate students and professors. **Revista de Negócios**, v. 24, n. 2, p. 61-90, apr., 2019. DOI: 10.7867/1980-4431.2019v24n2p61-90

SILVA, M. R. **Currículo e competências: a formação administrada**. São Paulo: Cortez, 2008.

SPUDEIT, D.; POLEZA, M.; MADALENA, C. S.; ROMEIRO, N. L. Formação para o Empreendedorismo nos Cursos de Bacharelado e Licenciatura em Biblioteconomia, Ciência da Informação e Gestão da Informação no Brasil. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 9, n. 1, p. 232-247, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/2236-417X2019v9n1p232>

VON GRAEVENITZ, G.; HARHOFF, D.; WEBER, R. The effects of entrepreneurship education. **Journal of Economic Behavior and Organization**, v. 76, n. 1, p. 90- 112, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>

WERLANG, N. B.; FAVRETTO, F.; FLACH, R. O. Development and Evolution of Entrepreneurs Skills in Students of a Graduation Course in Administration. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 4, n. 2, p. 30-50, jul./dez., 2017. DOI: <https://doi.org/10.18256/2359-3539.2017.v4i2.2039>

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa: do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

GUIMARAES, J. C; LUKOSEVICIUS, A. P; Educação Empreendedora como Instrumento de Estímulo à Transformação Socioeconômica. **Rev. FSA**, Teresina, v.17, n. 10, art. 13, p. 246-265, out. 2020.

Contribuição dos Autores	J. C. Guimaraes	A. P. Lukosevicius
1) concepção e planejamento.	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	