

# RIASE

REVISTA IBERO-AMERICANA DE SAÚDE E ENVELHECIMENTO  
REVISTA IBERO-AMERICANA DE SALUD Y ENVEJECIMIENTO

## **REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO EMPREENDEDORISMO:**

O PAPEL DA FORMAÇÃO NA AQUISIÇÃO  
DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

## **REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL:**

EL PAPEL DE LA FORMACIÓN EN LA ADQUISICIÓN  
DE HABILIDADES EMPRESARIALES

## **SOCIAL REPRESENTATIONS OF ENTREPRENEURSHIP:**

THE ROLE OF TRAINING IN THE ACQUISITION  
OF ENTREPRENEURIAL SKILLS

Pedro Miguel Parreira - Professor Adjunto da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra e Programa de Mestrado em Enfermagem especialização em Gestão de Unidades de Cuidados/Pt

Francisco Costa Pereira - Professor Associado da Universidade Lusófona e programa de Doutoramento em Comunicação/Pt

Cristina Arreguy-Sena - Professora Associada do Departamento de Enfermagem Aplicada da Faculdade de Enfermagem da Universidade Federal de Juiz de Fora e Programa de Pós-graduação Mestrado em Enfermagem/Br

Anabela Salgueiro - Professora Adjunta da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (ESENfC), membro do Gabinete de Empreendedorismo da ESENfC /Pt

Antonio Marcos Tosoli Gomes - Professor Titular do Departamento de Enfermagem Médico-Cirúrgica da Faculdade de Enfermagem e Programa de Pós-graduação em Enfermagem da Universidade do Estado do Rio de Janeiro/Br

Sérgio Corrêa Marques - Professor Adjunto do Departamento de Fundamentos de Enfermagem da Faculdade de Enfermagem e do Programa de Pós-graduação em Enfermagem /UERJ/Br

Rosa Cândida Melo - Professora Adjunta da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra/Pt

Denize Cristina de Oliveira - Professora Titular do Departamento de Fundamentos de Enfermagem da Faculdade de Enfermagem da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); Programa de Pós-graduação em Enfermagem e Programa de Pós-graduação em Psicologia Social/UERJ/Br

Cesar Fonseca - Professor Adjunto, Centro Hospitalar de Lisboa Norte, Lisboa/Pt

Carla Carvalho - Professora Auxiliar, Universidade de Coimbra/Pt

Lisete S. Mónico - Professora Auxiliar, Universidade de Coimbra/Pt

## RESUMO

---

**Objetivos:** Avaliar a mudança na estrutura da representação social do empreendedorismo, por parte de estudantes portugueses, após formação em empreendedorismo. **Método:** Realizou-se uma investigação exploratória e suportada na teoria das representações sociais, na sua abordagem estrutural. Participaram 192 discentes na fase pré intervenção e 139 no pós-intervenção, ambos do 4.º ano da licenciatura em enfermagem, de uma Escola Superior de Enfermagem de Portugal. As representações sociais do empreendedorismo foram avaliadas através da técnica de associação livre nas fases de pré e pós-teste (antes e após a formação de 14 horas). **Resultados:** Obtiveram-se 1200 evocações com 169 palavras diferentes e uma média geral de ordenação de 2.62. A disposição dos dados em quatro quadrantes no pré e pós-teste não assinalou uma mudança na estrutura das representações em termos dos elementos centrais; no entanto, registou-se uma maior variabilidade e dispersão do corpus após a capacitação, tradutor de uma maior complexidade cognitiva e conscientização para o ato de empreender/adquirir competências empreendedoras. **Conclusões:** A intervenção evidenciou uma congruência entre os temas centrais do empreendedorismo e a sua estrutura de representação. Mostrou-se contributiva para um processo de mudança ao nível do empreendedorismo, embora se requeira uma maior duração e intensidade da intervenção.

**Descritores:** Empreendedorismo; competências empreendedoras; representações sociais; formação.

## ABSTRACT

---

**Objectives:** To evaluate the change in the social representation structure of entrepreneurship in Portuguese students after training sessions in entrepreneurship. **Method:** An exploratory research was conducted, based on the structural approach of the theory of social representations. A group of 4th-year undergraduate nursing students of a Portuguese nursing school participated in this study, 192 in the pre-intervention phase and 139 in the post-intervention phase (N=331 participants). Social representations of entrepreneurship were evaluated through the technique of free association in the pre and post-test (before and after the formation of 14 hours). **Results:** A total of 1200 evocations with 169 different words and an overall mean order of 2.62 were obtained. The arrangement of data into four quadrants in the pre- and post-test did not signal a change in the structure of representations in terms of the core components. However, a higher variability and dispersion of corpus was observed after the training period, which reflects a higher cognitive complexity and awareness for entrepreneurship/ to acquire entrepreneurial skills.

**Conclusions:** The intervention showed a congruence between the central themes of entrepreneurship and its representation structure. It proved to be contributive of a process of entrepreneurship change, although it requires a longer and more intense intervention.

**Descriptors:** Entrepreneurship; Entrepreneurial skills; Social representations; Training.

## INTRODUÇÃO

---

O termo empreendedorismo originou-se do francês *entrepreneur*, no século XII, e era empregue para designar aquele que incentivava brigas (Lobato & Carmo, 2009). O termo literalmente significa “o intermediário”, referindo-se àquele que se encontra entre o fornecedor e o mercado facilitando o processo de troca. Mais tarde, no século XVIII, o termo foi direcionado para a área de negócios. Os economistas Cantillon, em 1755, e Jean-Baptiste Say, em 1803, “passaram a denominar de empreendedor aquele que identificava oportunidades de negócios e assumia riscos de realizá-los, que inovava e que era agente de mudanças” (Lobato & Carmo, 2009, p.84).

Ora, o crescimento económico e desenvolvimento social criaram a necessidade de formação específica para atuar nesta área, impulsionando a criação de cursos que se iniciaram em Escolas de Administração. A primeira iniciativa ocorreu em 1947, nos Estados Unidos, com o intuito de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho. Mas, somente na década de setenta do século passado, as universidades e escolas de negócios começaram a desenvolver programas para a formação de empreendedores, sendo que a expansão definitiva deste ensino se deu na década de oitenta.

Os resultados não tardaram a surgir. Nos EUA, 350 mil empresas de crescimento rápido criaram dois terços do total de novos postos de trabalho entre 1993 e 1996, tendo o espírito empresarial contribuído positivamente para o crescimento económico. Acresce que nos países com maior aumento das taxas de atividade empreendedora, a tendência é para as taxas de desemprego decrescerem (Audretsch, 2002). Daí que os empreendedores sejam os condutores da economia de mercado, criando as condições para que a sociedade obtenha riqueza, postos de trabalho e variedade de escolha para os consumidores. Assim, o empreendedorismo tem sido considerado determinante para a criação de valor, sendo um potente motor de desenvolvimento económico e social (Kuratko, 2005; Minniti & Bygrave, 2004; Urbano, Aponte, & Toledano, 2008). É também hoje valorizado pela descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para criar bens e serviços (Shane & Venkataraman, 2000).

A academia não se tem alheado deste desígnio, investindo no desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes e contribuindo, deste modo, para o crescimento e desenvolvimento da sociedade em termos globais. A academia, nos últimos anos, ao incorporar o desenvolvimento social e económico como parte da sua missão, tem-se assumido como Universidade Empreendedora.

Parece ser consensual a necessidade de se empreender. Por um lado, alguns estudos enfatizam que a área da educação/formação ao nível das instituições do ensino superior se afirma como determinante para o desenvolvimento de competências empreendedoras, tendo assinalado efeitos positivos da formação em empreendedorismo no desenvolvimento dessas competências (Katz, 2003; Kuratko, 2005; McMullan, & Gillin, 2001). Por o outro, existem autores que assinalam os efeitos limitativos e até contraditórios da educação no empreendedorismo (Collins, Hanges, & Locke, 2004; Davidsson & Honig, 2003; Ertuna & Gurel, 2011; Goedhuys & Sleuwaegen, 2000; Guerrero, Rialp, & Urbano, 2008; Gurel, Altinay, & Daniele, 2010; Thompson, Jones-Evans, & Kwong, 2010; Wu & Wu, 2008). Alguns assinalam mesmo que o efeito da educação não é linear, levando Peterman e Kennedy (2003) a advertir para a necessidade de alguma cautela na interpretação dos resultados acerca do impacto da formação em empreendedorismo no comportamento empreendedor. A controvérsia em torno desta questão é pertinente, na medida em que para formar um empreendedor não basta capacitá-lo com competências empreendedoras, isto é, não é suficiente trabalhar o domínio cognitivo; tem que se trabalhar também os domínios afetivo, social e da personalidade. Algumas destas competências só se adquirem na experiência da vida real com sucessos e fracassos. Já em 2011 Parreira, Pereira e Brito alertavam para este facto.

Apesar da variedade de dimensões em estudo, torna-se relevante, por um lado, compreender como a dimensão cognitiva é assimilada pelos estudantes de empreendedorismo e, por o outro, perceber que mudanças no domínio racional eles são capazes de realizar perante ações de formação, em especial na área da enfermagem. Com efeito, nesta área os estudantes adquirem grande autonomia, sendo o enfermeiro um possível agente de mudanças, suscetível de se tornar um trabalhador por conta própria, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento da sociedade. Esta investigação adquire ainda mais relevância na medida em que pode assessorar a modelação dos processos formativos na área do empreendedorismo, permitindo efetuar ajustamentos em áreas consideradas chave para a aquisição de competências empreendedoras. Uma das formas de compreender como as pessoas adquirem estas competências é através da análise dos grandes temas que circulam na sociedade, através das respetivas representações sociais. Estas ajudam-nos a identificar quais os temas que pertencem ao núcleo central de uma representação (e/ou da estrutura) e quais pertencem ao sistema periférico da mesma representação (Abric, 1994a, 1994b).

*Revisão de Literatura*

## Uma análise centrada na abordagem das Representações Sociais

O estudo das representações sociais deveu-se a Serge Moscovici, com a denominada *Grande teoria* das representações sociais, quando ele diferencia claramente a dimensão estática da representação em Durkheim, mostrando que as representações nas pessoas são sociais, logo dinâmicas. As representações sociais derivam das práticas operantes nas sociedades e nas culturas que as sustentam. São sistemas de conhecimento socialmente elaborados. Orientam o comportamento e intervêm na identidade individual e social, criando condições para a construção do objeto, (Jodelet, 1989), constituindo-se por um conjunto de crenças, informações, opiniões e atitudes (Oliveira et al., 2008).

A Representação pode ser vista como uma organização significativa que depende, ao mesmo tempo, de fatores contingentes (tais como natureza e dificuldades colocadas pela situação, contexto imediato, finalidade da situação) e de fatores mais gerais que ultrapassam a própria situação (Oliveira, Marques, Tosoli, & Teixeira, 2005). Estes fenómenos de representação social são multifacetados e difusos, estando em constante movimento. Espelham-se nas práticas sociais e nos pensamentos individuais.

No presente estudo adotou-se a Teoria das Representações Sociais (Jodelet, 1989; Moscovici, 1976). A abordagem que seguimos enfatiza a dimensão cognitiva-estrutural das representações, tal como proposta por Abric (1994a), baseada na teoria do núcleo central. É, por isso, uma corrente complementar da teoria elaborada por Moscovici, em 1961. Esta abordagem, ao se ocupar do conteúdo cognitivo das representações, valorizando a forma como se organiza e se estrutura o fenómeno em estudo por parte de um grupo determinado, permite conhecer os seus elementos centrais e o seu sistema periférico.

A teoria de Abric (1994a, 1994b) compatibiliza estruturação e dinamismo em um todo articulado, atribuindo ao núcleo central um significado global ancorado nos grandes temas da sociedade, ao mesmo tempo que organiza os elementos periféricos. Nos elementos cognitivos do núcleo central inscrevem-se as características de estabilidade/consensualidade/rigidez, contrastando com os elementos periféricos que apresentam um carácter mutável/flexível/individualizado. Os elementos periféricos são aqueles que asseguram a manutenção da interface com as situações e práticas de determinado grupo em relação a um determinado objeto de estudo.

A teoria do núcleo central tem a virtuosidade de permitir evidenciar a transformação e a comparação das representações, onde poderão ser realçadas as mudanças no núcleo central e no sistema periférico face a diferentes modificações, fruto de intervenções a que

foram sujeitos determinados grupos. A visualização dos diferentes desenvolvimentos e estados finais obtidos na reorganização dos diferentes elementos, quer central, quer periférico, poderá ditar o sucesso de determinada intervenção, nomeadamente no ensino. Esta visualização poderá contribuir para a identificação das mudanças que o sistema periférico permite, bem como conhecer o que se mantém estável, proveniente das culturas em que uma sociedade se âncora. Tal facto poderá exigir outros métodos pedagógicos e mais tempo para assimilar as mudanças.

O principal objetivo deste estudo consiste em identificar, analisar e compreender as representações sociais do empreendedorismo, numa amostra de estudantes portugueses de enfermagem, antes de qualquer ação educativa em empreendedorismo (pré-teste). Em seguida, após um período de formação em empreendedorismo (intervenção), pretende-se novamente avaliar os conteúdos e a estrutura da representação social do empreendedorismo (pós-teste). Pretendemos assim averiguar em que medida a formação em empreendedorismo se revela um agente de mudança ao nível das representações sociais em empreendedorismo.

## MÉTODOS

---

*Investigação qualitativa delineada na Teoria das Representações Sociais, na sua abordagem estrutural, realizada numa instituição de ensino superior em Portugal (Coimbra).*

### Amostra

Foi trabalhada uma amostra de estudantes finalistas (4º ano) do ensino superior de enfermagem em Portugal (Escola de Enfermagem de Coimbra) em dois momentos, um antes de lhes ser ministrada formação em empreendedorismo (Março de 2014) e outra posteriormente à intervenção educativa (Maio de 2014). A amostra constituiu-se por 192 estudantes no primeiro momento e de 139 no segundo (mortalidade experimental de 53 estudantes). Foram critérios de elegibilidade serem estudantes de enfermagem finalistas do 4º ano.

No primeiro momento de recolha de dados, as idades dos participantes compreenderam-se entre os 21 e os 22 anos ( $M = 21.95$ ;  $DP = 1.91$ ). Do total da amostra, 89.1% era do género feminino, 97.4% apresentava o estado civil de solteiro e 3.6% era trabalhadores estudantes. Num segundo momento a média de idades foi de 22.33 anos ( $DP = 3.86$ ), sendo 81.9% do género feminino, 95% de solteiros e 5% de trabalhadores estudantes.

### Instrumento

O instrumento de recolha de dados é composto por duas secções: caracterização sociodemográfica e evocação-livre de palavras a partir de termo indutor *empreendedorismo*. O processo de recolha de dados decorreu dentro da instituição de ensino de forma individual e sem partilha de informações. Foi solicitado aos inquiridos que respondessem à questão “Escreva as cinco primeiras palavras ou expressões que lhe vêm à mente ao ler o termo Empreendedorismo”, tendo sido usada a técnica de associação livre (Oliveira et al., 2005).

### Procedimentos e Aspectos Éticos

As recolhas de informação foram realizadas em Março de 2014 e seis semanas depois, i.e., “antes” e “após” a formação em empreendedorismo.

O estudo integrou-se no projeto de investigação “A enfermagem e o empreendedorismo: perfil de competências dos estudantes e de enfermeiros da Faculdade de Enfermagem” que foi submetida a parecer ético na Universidade Federal de Juiz de Fora /Rio de Janeiro-Brasil sob o número 337152, em 2013.

Cada sujeito participante manifestou a sua aceitação em participar na referida investigação assinando o respetivo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

### Programa de Formação em Empreendedorismo

A formação em empreendedorismo foi desenvolvida num total de 14 horas ao longo de sete semanas (8 horas presenciais relativas ao tema do Empreendedorismo e 6 horas referentes ao trabalho do aluno para desenvolvimento de um plano de negócio contemplando uma análise do estudo de mercado). Decorreu numa unidade curricular designada “Integração na vida profissional”, do 4º ano da licenciatura em Enfermagem, visando a preparação dos estudantes para o mercado de trabalho.

Do ponto de vista teórico foram abordados aspectos globais acerca do empreendedorismo, tais como as razões que os levam a empreender e as características que o empreendedor apresenta. Posteriormente foram exploradas as fontes de novas ideias, as diferenças entre ideia e oportunidade e como deve ser explorada uma oportunidade. Foram também abordadas as fases do processo empreendedor, desde a ideia ao negócio. Em termos de dinâmica de grupos, foram usadas a dinâmica de *brainstorming* e o método *Scamper* para geração de ideias. Os estudantes, em grupos, começaram por identificar ideias e oportunidades, efetuaram uma análise SWOT, validaram as oportunidades identificadas, através do estudo de mercado, e efectuaram a análise do Ambiente interno e externo através da análise PESTA (P-Político, E- Económico; S-Social; T-Tecnológico; A-Ambiental). Todo este processo foi corporizado num documento denominado *Plano de Negócios*. Posteriormente, efetuaram a

exposição das ideias através da técnica de apresentação de ideias e projetos (*elevator pitch*), tendo em conta as características, a sequência, a avaliação e alguns cuidados a considerar aquando da apresentação.

#### Análise dos dados

As respostas foram analisadas através de um *software* específico, com recurso às técnicas desenvolvidas por Vergès (1987-1994), utilizando os programas EVOG (*Ensemble de Programmes Permettant L'Analyse des Evocations*) e SIMI (Similitude) (Vergès, 1993), na sua versão de 2005.

Através do programa EVOG (2005), foram listadas as palavras evocadas pela amostra, analisando-as através do cruzamento da sua frequência de evocação com a ordem média de evocação que cada palavra assumiu para se obter a representação social acerca do empreendedorismo. Para a identificação e comparação das estruturas das representações foram constituídos dois *corpus* com as palavras evocadas nos dois períodos de recolha de dados. Em seguida, foram submetidos ao *software* EVOG, que calcula dois índices, um de posição e outro de frequência, indicadores da importância da palavra no conjunto das produções de dados recolhidos. O cruzamento desses dois critérios produz o que Vergès (1993, 1994) denominou de Quadro de Quatro Casas ou Quadro de Quatro divisões (Abric, 1994a, 1994b; Oliveira et al., 2005), no qual os termos são classificados em função do seu nível de significação, permitindo a identificação de uma hipótese de centralidade do termo indicativo da representação estudada. Neste quadro, no quadrante superior esquerdo (QSE) ficam os termos que constituem, provavelmente, o núcleo central da representação estudada. As palavras localizadas no quadrante inferior esquerdo são denominadas de elementos de contraste. As palavras situadas no quadrante superior direito constituem a primeira periferia, enquanto o quadrante inferior direito engloba os elementos da segunda periferia, elementos estes mais flexíveis e externos da representação (Abric, 1994a, 1994b; Vergès, 1994).

Em seguida, as palavras foram agrupadas com base numa categorização prototípica, sempre que possível, mantendo as categorias criadas independentes umas das outras, na perspectiva de Bardin (1995). Nessa técnica, o conjunto dos termos evocados foi alvo de uma categorização prototípica que pretendeu maximizar o aproveitamento do *corpus*. Nesta segunda fase a categoria era marcada, sempre que possível, pelo protótipo de maior frequência, conforme recomenda Vergès (1993, 1994).

Complementando a análise do núcleo central, foi utilizada a técnica de análise de similitude através do programa SIMI (Vergès, Barbry, Scano, & Zeliger, 1997), procurando identificar a

quantidade de laços ou conexões entre as palavras evocadas, permitindo desta forma visualizar essas relações em forma de grafo. Tais conexões podem ser utilizadas como um segundo indicador da provável participação dos elementos no núcleo central da representação.

Através do programa SIMI, foi criada uma matriz de semelhanças a partir de um índice de implicação que varia entre 0 e 1 (para uma melhor compreensão da análise foi multiplicado por cem). Este índice de implicação mostra em que medida uma categoria se relaciona com outra, isto é, em que medida ela é evocada em simultâneo com outra. Para um valor de 100 significa que quando uma categoria mais frágil é evocada, é evocada sempre em conjunto com a mais forte. Em seguida, com essa matriz de semelhanças, foi construída uma análise lexicográfica tendo por base o grafo da árvore máxima, para o momento *antes* (pré-teste) e o *depois* (pós-teste) da formação em empreendedorismo, para uma melhor comparação.

## RESULTADOS

---

Na fase de pré-teste, 29% dos participantes tinham uma ideia de negócio. Dessas ideias, 90.7% eram provenientes de necessidades de mercado. Não tinham ninguém na família empresário 45.5% e 56.8% gostavam de poder criar uma empresa.

### Análise das Evocações

A partir do termo indutor proposto para recolha das evocações (empreendedorismo) foram identificadas, nos dois momentos, 1200 respostas com 169 palavras diferentes. As palavras foram colocadas na base de dados pela ordem em que foram evocadas, tendo sido cruzada a ordem de evocação das respostas com a frequência das mesmas. Obteve-se uma representação com quatro quadrantes separados pela ordem média e frequência de evocações, evidenciando os hipotéticos elementos centrais e elementos periféricos da estrutura de representação.

Dado pretendermos analisar a estrutura da representação “antes” e “depois” da formação em empreendedorismo, apresentamos separadamente as duas configurações, respetivamente nas Tabelas 1 e 2.

### Representação social do empreendedorismo no pré-teste

Nas Tabela 1 é apresentada a estrutura da representação no pré-teste, ou seja, no momento antes da formação em empreendedorismo. Foram identificadas 685 palavras das quais 119 eram palavras diferentes, com uma ordem média de evocação de 2.56.

Tabela 1 - Representação social do Empreendedorismo em estudantes do 4º ano de Enfermagem antes da formação em empreendedorismo

Ordem Evoc. <=2,56 e f >=17	f	Ordem Média Evoc.	Ordem Evoc. >2,56 e f >=17	f	Ordem Média Evoc.
Inovação	146	1.815	Oportunidade	27	2.519
Criatividade	87	2.391	Investimento	23	2.696
Ideia	30	2.467	Trabalho	17	2.519
Negócio	28	2.179			
Iniciativa	13	2.000	Dinamismo	11	2.727
Criação	12	1.667	Evolução	10	4.300
Projeto	9	2.111	Novidade	9	2.778
Gestão	7	2.143	Investigação	9	2.889
Originalidade	5	2.000	Descoberta	7	2.571
Desenvolvimento	5	2.000	Emprego	7	2.571
			Empresa	7	3.571
			Empreendedor	6	2.500
			Proatividade	6	2.500
			Arriscar	6	2.667
			Desafio	6	2.667
			Futuro	6	3.167
			Empenho	6	3.667
			Atividade	5	2.600
			Autonomia	5	3.000
			Melhoria	5	3.200
			Organização	5	4.000

Das análises efetuadas, podemos verificar, genericamente, uma estabilidade no núcleo central e no sistema periférico de primeira e segunda periferia, apesar de algumas ligeiras alterações. A representação do empreendedorismo por parte dos estudantes no pré-teste, tal como apresentado no Quadro 1, apresenta um núcleo central organizado em torno da **inovação** e da **criatividade**, **ideia** e **negócio**, sendo estes os conceitos centrais. Na primeira periferia encontramos conceitos que alimentam este núcleo central, criando as condições para empreender: a **oportunidade**, o **investimento** e o **trabalho**. Na segunda periferia encontramos também conceitos de **dinamismo**, **evolução**, **novidade**, **investigação**, **descoberta**, **arriscar** e **desafio**, que enformam o conceito no qual se inscreve os atos de **empreender** e **empresa**. Existe uma minoria que considera como conceitos centrais do empreendedorismo as **iniciativa**, **criação**, **projecto**, **gestão**, **originalidade** e **desenvolvimento**.

Genericamente, poderemos dizer que existe uma sensibilidade para o conceito, veiculando uma visão do empreendedorismo assente na criatividade e inovação, dando pistas da

clarificação organizativa do conceito de empreendedorismo, i.e., do modo de usar essa criatividade para criar ideias inovadoras de forma a explorar as oportunidades com trabalho e investimento.

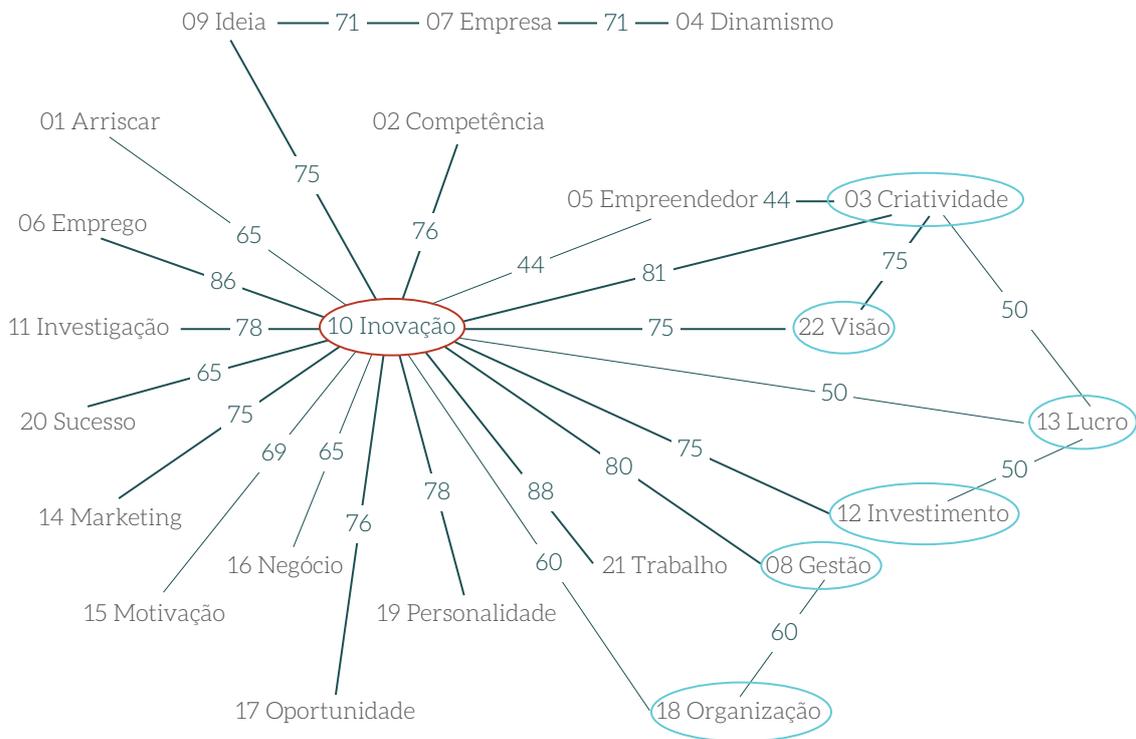


Figura 1 - Árvore máxima das categorias antes da formação em empreendedorismo

Com base na categorização prototípica foi criada a árvore máxima da categorização prototípica antes da formação em empreendedorismo (cf. Figura 1). Podemos verificar uma disposição onde a **Inovação** é central na estrutura cognitiva e se organiza em torno de uma série de categorias. Assinalamos as formações triangulares que relacionam a **inovação**, a **visão** e a **criatividade** para gerarem lucro. Assinala-se, também, a presença de uma estrutura triangular que relaciona a **inovação**, o **investimento** e o **lucro**. Por fim, emerge uma última estrutura que relaciona a **inovação** com a **gestão** e a **organização**. Refira-se, no entanto, os relacionamentos gerados indicam uma dispersão organizativa de conceitos, não clarificando caminhos no ato de empreender.

#### Representação social do empreendedorismo no pós-teste

Na Tabela 2 é apresentada a estrutura da representação após a formação em empreendedorismo através do quadro das quatro casas. Foram identificadas 516 palavras das quais 112 palavras diferentes com uma ordem média de evocação de 2.67.

Tabela 2 - Representação social do Empreendedorismo em estudantes do 4º ano de Enfermagem (pós-teste)

Ordem Evoc. <=2,67 e f >=13	f	Ordem Média Evoc.	Ordem Evoc. >2,67 e f >=13	f	Ordem Média Evoc.
Inovação	98	1.724	Oportunidade	19	3.053
Criatividade	48	2.083	Investimento	13	3.462
Negócio	33	2.364			
Ideia	28	2.286			
Criacao	10	2.200	Trabalho	10	3.200
Iniciativa	5	2.600	Futuro	9	3.200
Novidade	5	2.200	Plano	9	3.222
			Equipe	9	3.444
			Emprego	8	2.750
			Dinamismo	8	2.875
			Projeto	8	3.500
			Ambição	7	3.286
			Desafio	7	3.429
			Melhoria	6	2.833
			Planeamento	6	3.167
			Produto	6	3.833
			Originalidade	5	2.800
			Persistência	5	3.000
			Arriscar	5	3.200
			Procura	4	2.750
			Necessidade	4	2.750
			Gestão	4	3.000
			Empenho	4	3.250
			Esforço	4	3.500
			Autonomia	4	3.750
			Organização	4	4.000

A representação do empreendedorismo por parte dos estudantes após efetuarem a formação em empreendedorismo, tal como apresentado na Tabela 2, denota uma estabilização do núcleo central organizado em torno dos mesmos temas - **inovação**, **criatividade**, **ideia** e **negócio** - envolvidos num sistema periférico que assinala elementos na primeira periferia como **oportunidade** e **investimento**, dando corpo à estruturação dos elementos do núcleo central. A segunda periferia assinala também a necessidade em contemplar aspetos como **trabalho**, **plano**, **dinamismo**, **projecto ambição**, **desafio**, **empenho**, **esforço** e **organização**, estando estes elementos alinhados com o ato de empreender. É assinalado por uma minoria contrastante relativamente ao núcleo central, elementos como **criação**, **iniciativa** e **novidade**.

Os resultados evidenciaram núcleos centrais e periferias similares nas duas estruturas (antes e depois da formação em empreendedorismo). Dois sistemas de representação serão diferentes quando os seus núcleos centrais apresentarem composições marcadamente distintas, pelo que os resultados parecem não evidenciar mudanças significativas na estrutura após a formação em empreendedorismo.

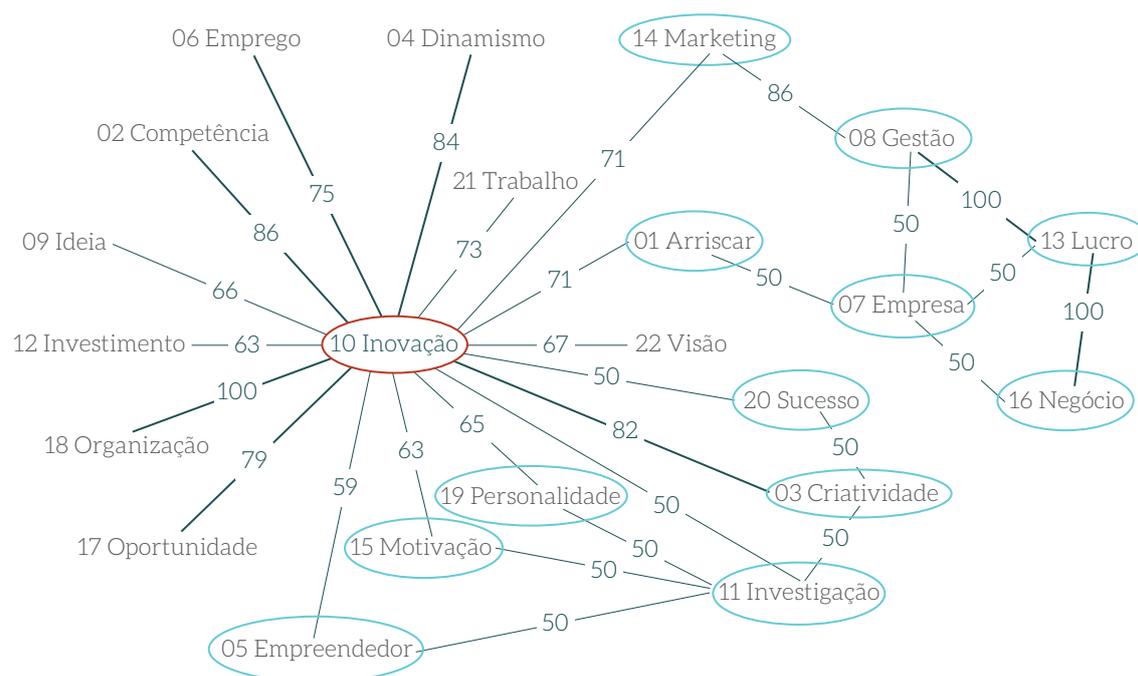


Figura 2 - Árvore máxima das categorias depois da formação em empreendedorismo

Na análise lexicográfica apresentada na Figura 2, referente à categorização prototípica após a formação em empreendedorismo, assinala-se a manutenção da palavra **inovação** como central na estrutura cognitiva, mas com algumas alterações. Explicitando, verifica-se uma relação entre a **inovação**, a **investigação** e a **criatividade** para se obter **sucesso**. As relações entre as **características da personalidade**, a **motivação** e a ação de **empreender** com a **investigação** e com a **criatividade** são assinaladas como sendo importantes para se obter sucesso. Assinala-se também a necessidade em ter de se **correr riscos** e **arriscar** para **criar empresas** e **negócios** e para se poder vir a gerar **lucro**. A **investigação** surge como forma de canalizar a **criatividade** para se **innovar** e ter **sucesso**. A **motivação** dá o mote para que os estudantes sintam necessidade e desejo de empreender, no âmbito dos quais as **características da personalidade** desempenham um papel importante, sendo proativamente mobilizadas para uma causa com sentido - investigar para resolver um problema e ter sucesso.

Categorização prototípica do empreendedorismo e sua estrutura

Dado haver mudanças nas ordens médias das palavras, e com o objetivo de analisar a estrutura cognitiva nos dois momentos, prosseguimos com uma categorização prototípica das evocações para construir uma matriz de semelhanças que nos permita elaborar o grafo da árvore máxima da análise lexicográfica. A categorização conduziu a 22 categorias com aproveitamento de 98.7% do corpus, como nos mostra a Tabela 3.

Tabela 3 - Categorização prototípica do empreendedorismo e sua estrutura

N.º	Categoria	N.º Palavras	Ocorrências	N.º	Categoria	N.º Palavras	Ocorrências
1	Inovação	4 (2.4%)	273 (22.8%)	13	Competência	18 (10.7%)	38 (3.2%)
2	Criatividade	4 (2.4%)	161 (13.4%)	14	Empreendedor	8 (4.7%)	38 (3.2%)
3	Oportunidade	11(6.5%)	83 (6.9%)	15	Trabalho	2(1.2%)	28 (2.3%)
4	Dinamismo	14 (8.3%)	73 (6.1%)	16	Sucesso	8(4.7%)	21 (1.8%)
5	Negócio	7(4.1%)	72 (6.0%)	17	Emprego	1 (0.6%)	15 (1.3%)
6	Gestão	12 (7.1%)	71 (5.9%)	18	Empresa	2 (1.2%)	13 (1.1%)
7	Ideia	3 (1.8%)	67 (5.6%)	19	Investigação	2 (1.2%)	11 (0.9%)
8	Motivação	19(11.2%)	49 (4.1%)	20	Marketing	4(2.4%)	11 (0.9%)
9	Investimento	4(2.4%)	47 (3.9%)	21	Organização	3(1.8%)	11 (0.9%)
10	Investimento	4(2.4%)	47 (3.9%)	22	Visão	6(3.6%)	10 (0.8%)
11	Personalidade	13(7.7%)	44 (3.7%)	23	Lucro	2(1.2%)	8 (0.7%)
12	Arriscar	8 (4.7%)	40 (3.3%)	24	Sem categoria	14 (8.3%)	16 (1.3%)

A análise das categorias mostra-nos que as mais fortes, em termos de frequências, foram a **inovação**, a **criatividade**, a **oportunidade** e o **negócio**. As categorias que apresentaram maior número de palavras diferentes foram a **motivação**, a **competência**, o **dinamismo**, as **características da personalidade**, a **gestão** e a **oportunidade**.

## DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Os resultados desta investigação assinalaram uma estabilização nas duas estruturas de representações. Na estrutura da representação antes da formação em empreendedorismo, destacamos um núcleo central robusto, onde sobressaem elementos considerados estruturantes para o empreendedorismo. Na estrutura de representação depois da formação

em empreendedorismo, assinalamos a manutenção dos elementos do núcleo central, não se evidenciando uma mudança nesta estrutura; são visualizados elementos do empreendedorismo onde a inovação, a criatividade, a ideia e o negócio se apresentam como elementos centrais, envoltos num sistema periférico que advoga a necessidade de investimento e de procura de oportunidades. Assinala-se, no entanto, uma passagem do conceito trabalho da primeira para a segunda periferia.

Os resultados sugerem que a categorização prototípica realça uma estruturação mais rica e mais organizada, por partes dos estudantes, após a realização de formação em empreendedorismo. Esta estrutura está mais alinhada com os conceitos do empreendedorismo, desde o aparecimento da ideia até ao negócio, onde é visível um caminho para o sucesso. Conceitos como dinamismo, investigação, descoberta, proatividade, arriscar, desafio, empenho, ambição e aposta surgem numa segunda periferia, sugerindo ser necessário investir ainda mais na formação e estimular para a necessidade em se ser determinado para se empreender.

Assinala-se uma consistência no processo formativo e de aprendizagem, congruente com as dimensões relacionadas com os conceitos considerados importantes para se empreender, onde emergem atitudes positivas que norteiam esta estrutura de representação, alinhadas com o desenvolvimento de competências centrais para o ato de empreender.

O conteúdo da representação reflete uma adequação curricular, apesar de não ser evidente a aquisição de novas competências consideradas centrais para o ato de empreender. No entanto, o todo organizado é bem mais complexo, tal como evidenciam as árvores lexicográficas (antes e depois do empreendedorismo). Pela análise e interpretação dos resultados obtidos, podemos aventar a hipótese de que o empreendedorismo por parte destes estudantes, apesar de denotar estabilidade no seu núcleo central, está em processo de transformação, dadas as mudanças na segunda periferia. Assim, destacam-se na representação dos estudantes, os seguintes aspetos: 1) O núcleo central da representação enfatiza a necessidade de “criar” a partir da “ideia”, proporcionando as condições para se “inovar e criar negócios”; 2) Existe uma consciência da necessidade em procurar “oportunidades” por partes dos estudantes, conseguindo-se este desígnio com “investimento” na “procura de oportunidades” alimentando os temas do núcleo central; e 3) O ato de realizar “investigação”, apesar de se situar na segunda periferia, parece ser uma alavanca importante na “motivação” para “criar, inovar e ter sucesso”, no âmbito da qual as “características da personalidade” intervêm de modo decisivo, tal como assinala a árvore lexicográfica.

A nosso ver, estes resultados possibilitam um novo olhar e contributo importante, ao assinalarem uma congruência entre os temas centrais do empreendedorismo e a sua estrutura

de representação. No entanto, não corroboram um efeito específico da formação realizada no âmbito do empreendedorismo na aquisição de competências empreendedoras, tal como é referido por vários autores em múltiplas investigações (e.g., Edwards, & Muir, 2005; Fayolle, 2005; Urbano, et al., 2008). O alinhamento assinalado entre o perfil de competências requeridas e a estrutura de representação dos estudantes poderão dever-se ao contacto permanente com uma cultura que valoriza a procura de oportunidades e a assunção de riscos, fazendo parte do modelo formativo e alinhada com a cultura empreendedora.

Na verdade, desde a entrada dos estudantes na licenciatura em Enfermagem até ao último ano, estes contactam com várias atividades relacionadas com o empreendedorismo, participam em concursos de empreendedorismo, recebem *feedback* dos resultados das diferentes participações, são impulsionados para a procura de respostas para resolverem problemas, denotando um alinhamento com um processo formativo global que valoriza o empreendedorismo. Este facto é, por isso, um estímulo muito forte, que não se altera facilmente, principalmente após um período formativo de apenas 14 horas. Tal sugere a necessidade de uma maior duração e intensidade dos programas formativos em empreendedorismo, a fim de se obterem os resultados desejados. Pelo exposto, assinalam-se como possíveis razões de manutenção dos elementos do núcleo central o fato de o processo formativo apenas contemplar um reduzido número de horas, não sendo por isso susceptível de introduzir alterações na estrutura de representação do empreendedorismo.

A proposta da Comissão Europeia, já em 2006, assinalava a necessidade em aumentar o investimento no empreendedorismo através da educação, especialmente a educação empreendedora, dado ser expectável que ela contribua para aumentar os níveis de inovação e do crescimento económico. Outros estudos (e.g., Oosterbeek, Praag, & Jsselstein, 2007; Van der Sluis, & Van Praag, 2007) assinalam também que o aumento em anos de formação em empreendedorismo se associa ao desenvolvimento de competências em empreendedorismo. Neste sentido, a Comissão Europeia reforça que estas competências empreendedoras podem e devem ser ensinadas (estimuladas e desenvolvidas). Estudantes mais proactivos, mais responsáveis, com maior capacidade para correrem risco, com mais visão periférica, com uma maior consciência social, mais centrados nas necessidades dos clientes, norteados por valores humanista e princípios éticos de excelência, são os mais requeridos pelo mercado de trabalho, dada a sua maior capacidade de mudança e de adaptação a novas e exigentes realidades.

Segundo alguns estudos, a educação em empreendedorismo poderá ser a forma mais interessante e eficaz de transição para o mercado de trabalho (Commission of the European Communities, 2006; Matlay, 2005; Urbano, et al., 2008). No entanto, os resultados da nossa investigação não parecem ser conclusivos acerca do efeito real da formação em

empreendedorismo na aquisição de competências empreendedoras. Apesar de Peterman e Kennedy (2003) assinalarem que a educação formal pode diminuir o desejo empreendedor, reduzindo a curiosidade e aumentando a aversão em correr riscos, não verificámos tal nos nossos resultados. Como era de esperar, não se verificaram mudanças no núcleo central, existindo, em termos centrais, uma ancoragem estável nos grandes temas do empreendedorismo na sociedade Portuguesa. Nota-se, no entanto, que a possibilidade de uma formação continuada, onde as pessoas aprendam com as experiências, pode contribuir para a representação se ir transformando. A estrutura da representação obtida aponta neste sentido, atendendo aos seus sistemas periféricos, designadamente na primeira e segunda periferias.

A riqueza e a variabilidade conceituais evidenciada na categorização e análise de similitude, evidencia a importância do processo formativo, como forma de mobilização de conteúdos psicossociais/representacionais. Com este processo, o mapa mental enriquece-se, evidenciando uma maior complexidade cognitiva, também por conscientização do objeto em estudo. Isto traduz-se num rearranjo mais complexo e congruente do mapa mental para empreender. Assim, podemos referir que ocorreu uma mobilização sociocognitiva, demonstrada nos resultados, e que por se tratar de uma representação bastante bem estruturada, a sua mudança exigiria estímulos mais intensos (em duração e em intensidade).

Perante tais resultados, renovamos a importância da formação em empreendedorismo levantada no World Economic Forum, realizado em 2009, que assinala a necessidade de se aumentar e profissionalizar a formação para se aprender a ser empreendedor. Já o *Eurobarometer*, no mesmo ano, referia que os estudantes portugueses reconheciam a importância da preparação proporcionada pelo sistema de ensino na área do empreendedorismo, com 51% dos estudantes a desejarem trabalhar por conta própria, evidenciando um forte desejo em empreender. Daí que seja imperativo aumentar a duração e a intensidade do processo formativo em empreendedorismo. Isto aplica-se particularmente na área de enfermagem, dada a necessidade destes profissionais terem de lidar com a complexidade, incerteza e imprevisibilidade que caracterizam os ambientes de saúde, sendo necessário procurar novas formas de resolver problemas dos utentes (nomeadamente, através da criação de dispositivos clínicos inovadores, procura de novas abordagens para resolver problemas, enfrentar situações que requerem juízos clínicos rápidos, onde a capacidade de intervir com eficácia e eficiência é requerida).

Relativamente ao empreendedorismo, recomenda-se como estratégia para evitar a desmotivação dos estudantes no ensino superior que as atividades empreendedoras se iniciem desde logo no primeiro ano da frequência académica, seja na forma curricular seja na forma extra-curricular com apresentação de situações próximas da vida real, podendo estas últimas serem fontes de créditos para a vida académica do estudante (Parreira, et al.,

2011). Advoga-se, por isso, a necessidade em apresentar um modelo formativo desde cedo, tornando o empreendedorismo num processo naturalmente social e aceite.

Numa altura de crises económica, política, social e também de valores, onde o empreendedorismo se inscreve e se assume como alavanca de desenvolvimento de uma região ou de um país, decerto será determinante aproveitar este período conturbado para criar efetivas condições para formar, apoiar e maximizar o potencial criativo dos estudantes que querem empreender. Estes são o alicerce estrutural de alavancagem da sociedade, na medida em que podem torná-la mais competitiva, sustentável e geradora de valores. Daí que a academia desempenhe um papel central no desenvolvimento de competências empreendedoras, devendo contemplar o empreendedorismo nos currícula em todos os níveis de ensino, criando as condições para que os estudantes, através do treino e acompanhamento, possam desenvolver maior capacidade para se correrem riscos. Este caminho terá de se inscrever numa política nacional de apoio ao empreendedorismo em todas as áreas, assumida nos programas governamentais. Deverá alcançar uma aceitação por parte da sociedade em geral, congregando todos os esforços ao seu alcance para ajudar o empreendedor nos vários setores de atividade.

## REFERÊNCIAS

---

Abric, J. C. (1994a) L'organisation interne des représentations sociales: Système et système périphérique. In C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales*. Paris: Delachaux et Niestlé.

Abric, J.C. (1994b). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: PUF.

Audretsch, D. (2002) *Entrepreneurship: A survey of the Literature Institute for Development Strategies*. London: Indiana University & Centre for Economic Policy. European Commission, Enterprise Directorate General Research (CEPR).

Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. E. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.

Commission of the European Communities (2006). *Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascente entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*,18(3), 301-31.

Edwards, L.J., & Muir, E.J. (2005). Promoting entrepreneurship at the University of Glamorgan through formal and informal learning, *Journal of Small Business and Enterprise Development*,12(4), 613-26.

Ertuna, Z., & Gurel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship, *Education and Training*, 53(5), 387-402.

Eurobarometer (2009) *Standard Eurobarometer 71: Public opinion in the European Union*. European Commission, TNS Opinion & Social, Fieldwork: June - July 2009.

European Commission (2006). *Conference entrepreneurship education in europe: fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. Oslo, 26 - 27 october 2006.

Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: Behaviour performing or intention increasing? *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 89-98.

Goedhuys, M., & Sleuwaegen, L. (2000). Entrepreneurship and growth of entrepreneurial firms in Côte d'Ivoire, *The Journal of Development Studies*, 36(3), 122-45.

Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.

Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-69.

Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: Un domaine en expansion. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 31-61). Paris: Presses Universitaires de France.

Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*,18(2), 283-300.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 577-97.

Lobato, P. L., & Carmo, D. D. (2009). Estudo do potencial empreendedor dos acadêmicos do 7º período do curso de Educação Física da Universidade Federal de Viçosa. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 83-96.

- Matlay, H. (2005). Entrepreneurship education in UK business schools: Conceptual, contextual and policy considerations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 627-43.
- McMullan, W. E., & Gillin, L. M. (2001). Entrepreneurship education in the nineties, revisited. In R. H. Brockhaus, G.E. Hills, H. Klandt, & H.P. Welch (Eds), *Entrepreneurship education: A global view* (pp. 57-77), Aldershot: Ashgate Publishing.
- Minniti, M., & Bygrave, W.D. (2004). *Global entrepreneurship monitor*. Kansas, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Oliveira, D. C., Sá, C. P., Gomes A. M. T., Ramos R. S. R., Pereira N. A., & Santos W.C. R. (2008). Brazilian national health policy: Health professionals' social representations. *Cadernos de Saúde Pública*, 24(1),197-206.
- Oliveira, D. C., Marques, S. C., Tosoli, A. M. G., & Teixeira, M.C.T. V. (2005). Análise das evocações livres: Uma técnica de análise estrutural das representações sociais. In A.S. Paredes (Ed.), *Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais* (pp. 573-603). João Pessoa: Editora Universitária UFPB.
- Oosterbeek, H., Praag, M., & Jsselstein, A. (2007). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship competencies and intentions*. Faculty of Economics & Business, University of Amsterdam, and Tinbergen Institute.
- Parreira, P., Pereira, F. C., & Brito, N. V. (2011). *Empreendedorismo e motivações empresariais no ensino superior*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Peterman & Kennedy (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Thompson, P., Jones-Evans, D., & Kwong, C. C. Y. (2010). Education and entrepreneurial activity: A comparison of White and South Asian Men. *International Small Business Journal*, 28(2),147-62.
- Urbano, D., Aponte, M., & Toledano, N. (2008). Doctoral education in entrepreneurship: A European case study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 336-347.

Van der Sluis, J., & Van Praag, C. M. (2007). *Returns to education for entrepreneurs and employees: Identification by means of changes in compulsory schooling laws*. Amsterdam: University of Amsterdam Working Paper.

Vergès, P. (1994). Approche du noyau central: Propriétés quantitatives et structurales. In: C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales*. Paris: Delachaux et Niestlé.

Vergès, P., Barbry, W., Scano, S., & Zeliger, R. (1997). *Analyse de similitude, de questionnaires et de données numériques*. CNRS - LAMES Aix en Provence.

Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-74.

Correspondência: parreira@esenfc.pt