



O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO: DIRETRIZES INSTITUCIONAIS DO INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA

GIRLANE ALMEIDA BONDAN
IFSC
girlaneb@gmail.com

CHRISTINE FRANZONI
UFSC
christinefranzoni@gmail.com

ANA MARIA BENCCIVENI FRANZONI
UFSC
afranzoni@gmail.com

RESUMO

A expansão definitiva do ensino de empreendedorismo foi na década de 1980 em virtude de críticas que começaram a proliferar envolvendo lacunas na formação em gestão, assim como a expansão de periódicos especializados sobre o tema. Em uma das abordagens identificadas, há menção de que o estímulo ao empreendedorismo, que está entre as finalidades do Instituto Federal de Santa Catarina, apresenta-se como uma dessas possibilidades. O objetivo deste estudo é identificar como se apresenta o tema empreendedorismo no Instituto Federal de Santa Catarina evidenciando as diretrizes de atuação nos principais documentos institucionais. A metodologia utilizada para o presente estudo se deu pela análise documental, buscando o contexto e a abordagem onde o empreendedorismo estaria inserido na instituição. Este tema visa possibilitar a contínua troca de informações e conhecimento com o mundo do trabalho, conduzindo o aluno para a continuidade de sua formação nos diferentes níveis de ensino. A ausência desta temática em outros documentos institucionais, para além do Plano de Desenvolvimento Institucional-PDI, demonstra as divergências teóricas dentro da instituição.

Palavras chave: ensino de empreendedorismo, institutos federais, documentos institucionais.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo cada vez mais adquire força no Brasil. Inicialmente considerado como um fenômeno associado à criação de empresas, o empreendedorismo, mais recentemente, teve seu significado ampliado para manifestações humanas voltadas à realização de novos projetos organizacionais, independentes ou vinculados a uma organização já existente.

Atualmente, são difundidos estudos sobre o empreendedorismo, que tratam o fenômeno sob as mais variadas abordagens – indivíduos empreendedores, equipes empreendedoras, organizações empreendedoras e sociedades empreendedoras – usando conceitos de disciplinas também diversas, tais como Economia, Psicologia, Sociologia, Administração e Engenharia (GIMENEZ, FERREIRA e RAMOS, 2008).

O objetivo deste estudo é identificar como se apresenta o tema empreendedorismo no Instituto Federal de Santa Catarina evidenciando as diretrizes de atuação nos principais documentos institucionais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A origem e o significado dos termos empreendedorismo e empreendedor

O termo empreendedorismo deriva do termo francês *entrepreneur* (euse), traduzido para o inglês pelo termo *entrepreneurship*, que, por sua vez, deriva do termo latino *imprehendere*, ou *prehendere*, tendo seu correspondente “empreender” para a língua portuguesa (COAN, 2011).

O dicionário Petit Robert procura situar o verbete francês desde sua origem, por volta de 1430. Nessa época, o empreendedor era entendido como a pessoa que empreendia um negócio, como, por exemplo, a criação de determinada empresa, que traria grande crédito ao empreiteiro, à academia e à nação. Posteriormente, em 1614, o termo passou a designar a pessoa responsável pela execução de determinado trabalho – um especialista em matéria de construção, por contrato com uma empresa (COAN, 2011). Neste caso, fazia contrato de serviços de carpintaria, pintura, encanador, entre outros.

Com o tempo, o termo também passou a designar a pessoa que dirige uma empresa que coloca em movimento diversos insumos, tais como, recursos naturais, trabalho e capital, tendo em vista produzir ou fornecer bens e serviços. O “entrepreneur” pode ser um patrão, agricultor, artesão, comerciante ou um industrial (ROBERT, 1996).

Para Leite (2000), o termo *entrepreneur* pode ser traduzido na íntegra por empreendedor ou empresário; aquele que abre um negócio por conta própria e corre todo tipo de riscos. Essa compreensão, associada à ideia de negócios, contudo, apesar de bastante difundida, parece não ser a utilizada por parte considerável dos dicionários da língua portuguesa, mais conhecidos e anteriormente apresentados.

O verbete empreendedor, nos dicionários de língua portuguesa, tem definições relativamente diferentes do vocábulo francês. O mais comum é identificar o empreendedor como alguém ativo, arrojado, diligente, dinâmico, trabalhador, que se aventura em realizar tarefas difíceis, ou fora do comum. O verbete não está, necessariamente, relacionado à empresa ou a negócios, pois ser empreendedor pode significar: realizar, tentar, arriscar, resolver, experimentar, delinear, ensaiar, tentar colocar em prática algo laborioso, conforme Aurélio (2009), Fernandes (1999), Houaiss (2003), Michaelis (2011) Larousse (1999).

O termo também é utilizado para designar o criador de uma empresa, notadamente no campo econômico. Fillion (1999) procura unir várias concepções em torno do que seja o

empreendedor e o situa como um visionário, "uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões" (p. 19).

Quadro 1 - Conceitos empreendedorismo e empreendedor

Autor	Empreendedorismo e Empreendedor
MCCLELLAND, 1961, citado por AVENI, 2014, p. 27-28.	O empreendedor se diferencia de outros agentes econômicos por sua necessidade de realização. Os empreendedores buscam objetivos desafiantes, têm preocupação com qualidade e gostam de resolver problemas.
FILION, 1991 citado por FILION, 2009, p.19-21.	O campo do empreendedorismo pode ser definido como aquele que estuda os empreendedores. Enquanto o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
LEITE, 2002, p.1.	Empreendedorismo é comportamento, segundo Drucker; é inovação, na visão schumpeteriana, e revela, sobretudo, um sujeito com uma forte necessidade de realização, líder, dinâmico, flexível diante das mudanças, dotado da capacidade de assumir riscos calculados, de excelente percepção e com grande visão para o aproveitamento das oportunidades, conforme McClelland. Ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente, e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade, levando a sério a gestão de seu negócio.
LIBERATO, 2007, p. 1.	Empreendedorismo [...] pressupõe, acima de tudo, a realização do indivíduo por meio de atitudes de inquietação, ousadia e proatividade na sua relação com o mundo. Define-se, também, como o tipo de comportamento que favorece a interferência criativa e realizadora no meio, em busca de um crescimento pessoal e coletivo, através do desenvolvimento da capacidade intelectual para investigar e solucionar problemas, tomar decisões, ter iniciativa e orientação inovadora, competências essas cada vez mais exigidas na formação profissional e valorizadas no mundo do trabalho.
HISRICH <i>et. al.</i> , 2009, p.29-30.	É um processo de criar algo novo, com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.
AVENI, 2014, p. 42.	O empreendedor, hoje em dia, é uma pessoa com alguma característica pessoal de motivação, de conhecimentos e com experiências de trabalho organizado ou experiências de tentativas de empreendimentos. Ele vive em um ambiente empreendedor ou favorável ao empreendedorismo e percebe oportunidades de mercado conseguindo se organizar para desenvolver praticamente uma oferta para um novo mercado ou novos clientes.
GOMES <i>et.al.</i> , 2014, p. 157-158.	Para o termo “empreendedorismo” os autores têm elaborado seus conceitos, relacionando-os com o resultado da ação do empreendedor ou como sendo um processo contínuo que tem como ator principal o próprio empreendedor. Já para “empreendedor”, os autores

	pesquisados apresentam seus conceitos com características pessoais de um indivíduo. Assim, o termo está geralmente associado ao comportamento desse indivíduo.
SOUZA, 2014, p. 13.	Ser empreendedor é mais do que criar novos negócios, novos produtos, novas oportunidades, é um estilo de vida, uma decisão de vida. Decisão de agir, de buscar a felicidade, a sua realização pessoal, seus sonhos de tomar em suas mãos as rédeas da sua vida e do seu destino e, ao tomar essa atitude, tem como consequência o sucesso pessoal e profissional.

Fonte: (CONSONI, 2016, p. 71)

Os estudos realizados por Filion (1999), Leite (2002) e Hashimoto (2010) identificaram que os pioneiros no campo do empreendedorismo foram os economistas, com destaque para Cantillon (1755), Say (1803, 1815, 1816, 1839) e Schumpeter (1928).

De acordo com Filion (1999), Cantillon era considerado individualista, sem filiação a correntes de pensamento, mas preocupado com as questões econômicas e com a necessidade de racionalização como os europeus. Já Say, segundo Filion (1999) era economista, e foi reconhecido como o pai do empreendedorismo por dar os primeiros passos nesse campo de estudo. Para Say, empreendedores são pessoas que correm riscos, porque investem seu próprio dinheiro. Compram matéria-prima por certo preço, com o objetivo de processá-la e revendê-la por um preço ainda não definido (SAY *apud* FILION, 1999).

Na ótica de Cantillon (*apud* FILION, 1999), os empreendedores eram pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo riscos intrínsecos. Say (*apud* FILION, 1999) fazia distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. Nesta prática, associou os empreendedores à inovação e os considerava como os agentes da mudança. Say também já relacionava as qualidades e motivações do empreendedor. Para ele, o empreendedor “tem um conjunto de qualidades morais, capacidade de julgamento, continuidade e perseverança, conhecimento do mundo e dos negócios, coordenação e administração” (*apud* AVENI, 2014, p. 21).

Todavia, para Aveni (2014), foi no século XVIII que houve a necessidade de definir o agente econômico de maneira diferente, em virtude da forte mudança no paradigma econômico, decorrente da Revolução Industrial. Nesse momento, para ele, “o empreendedor, além das empresas comerciais, começa a vislumbrar oportunidades de negócio lucrativo também na produção industrial” (AVENI, 2014, p. 16).

Mais tarde, Schumpeter (1928), já no século XX, foi quem lançou os moldes do empreendedorismo tal como é mais conhecido atualmente, associando-o claramente à inovação e ao aproveitamento de oportunidades. Nesse contexto, Filion (1999), citando Schumpeter (1929), afirma que:

a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios [...] sempre tem a ver com criar uma forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações. Esse autor ainda comenta que depois de Schumpeter, outros estudiosos continuaram trabalhando sobre empreendedorismo, porém, às vezes, nem aparecem nos modelos clássicos de desenvolvimento econômico. E foi a recusa dos economistas em aceitar modelos não quantificáveis que acabou levando este universo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas ou behavioristas, em busca do conhecimento

sobre motivação e o comportamento do empreendedor (FILION, 1999, p. 7).

O primeiro comportamentalista a mostrar interesse pelos empreendedores foi Weber (1930), quando identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Weber via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes, cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal (AVENI, 2014).

Todavia, o autor que realmente deu início às contribuições das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi David C. McClelland, na década de 1950, quando começou a estudar a história em busca de explicações para a ascensão e o declínio das civilizações. Sua principal contribuição teve origem ao despertar para a presença de heróis na literatura. Para ele, as gerações seguintes tomariam esses heróis como modelos e tenderiam a imitá-los em seu comportamento. Ou seja, ele observou que o povo, treinado sob tal influência, desenvolvia grande necessidade de realização, fazendo-o associar essa necessidade aos empreendedores (CONSONI, 2016, p. 67).

A necessidade de realização em si ou de motivação para a realização, poder e afiliação foram os objetos de estudos de McClelland, sendo, ao primeiro, dada maior ênfase. Apesar de mais tarde serem criticados por se limitarem a certos setores de atividade econômica e pela sua simplicidade, tais constatações deram origem aos estudos nessa área (FILION, 1999).

Foi, contudo, somente nos anos 1980 que o campo do empreendedorismo ganhou essa característica multidisciplinar tão importante, que cresceu e se espalhou por quase todas as ciências humanas e gerenciais, atraindo economistas, comportamentalistas, engenheiros, especialistas em finanças, especialistas em gerenciamento, especialistas na área de marketing, sujeitos interessados no estudo da criação de novos empreendimentos etc., cada um trazendo sua contribuição para esse campo de estudo (CONSONI, 2016).

Filion (1999), quase duas décadas depois, esclarecia que essa característica multidisciplinar explicava uma aparente confusão que se costuma fazer sobre o tema, pois refletia a lógica e as culturas divergentes dessas disciplinas.

Já Hisrich *et.al.* (2009, p. 30) afirmam que “cada definição é um pouco restritiva, uma vez que existem empreendedores em todas as áreas – educação, medicina, pesquisa, direito, arquitetura, engenharia, serviço social, distribuição e governo.” Hashimoto (2010, p. 8), por sua vez, reforça as falas de Filion (1999) e Hisrich *et al* (2009), afirmando que “é mais fácil compreender o conceito de empreendedorismo do que encontrar uma forma de defini-lo em palavras”.

Diante do exposto, dada sua amplitude, nesta pesquisa será utilizado, como referência, o conceito de empreendedorismo compilado por Consoni (*apud* SOUZA, 2012), que afirma:

ser empreendedor é mais do que criar novos negócios, novos produtos, novas oportunidades, é um estilo de vida, uma decisão de vida. Decisão de agir, de buscar a felicidade, a sua realização pessoal, seus sonhos de tomar em suas mãos as rédeas da sua vida e do seu destino e, ao tomar essa atitude, tem como consequência o sucesso pessoal e profissional (p. 13).

Como mencionado, não se negam os outros conceitos, mas, para fins desta pesquisa, se acredita que este seja o ideal, uma vez que amplia o conceito para além do meio empresarial e comercial.

2.2 Formação empreendedora

A escola, e de forma complementar a empresa, apresentam um papel fundamental na formação do indivíduo, possuindo uma proposta tríplex para o estudo: o aluno desenvolve habilidades e adquire conhecimentos sobre temas específicos; desenvolve habilidades conceituais gerais e habilidades e atitudes pessoais que também podem ser facilmente utilizadas em tudo o que se faz (NASSIF et al., 2011).

Abreu e Masetto (1990), afirmam que os adultos aprendem muito mais com experiências da vida e com atividades centradas em problemas relevantes para suas vidas. Assim, para que a aprendizagem aconteça, é necessário que o seu objeto tenha significância ao aprendiz. Logo, como resultado do aprendizado haveria a mudança de comportamento, focada em objetivos reais, prescindindo de feedback e baseada no bom relacionamento interpessoal.

Oliveira Neto e Pinto (2010) contam que, de maneira geral, os meios de formação acadêmica e profissional na área técnica têm como metodologia didático-pedagógica posturas cujo enfoque prevê, para o aluno egresso de seus domínios, a obtenção de um emprego formal em empresas estatais ou privadas. Reforçam ainda que, até a década de 1980 eram estes os pensamentos que orientavam as questões da educação tanto no Brasil, quanto em outros países.

Pouca ou nenhuma ênfase, ou estímulo, foi destinado para orientar os estudantes a considerarem a opção de criar um negócio próprio. É natural que tenhamos um forte condicionamento do nosso meio cultural para considerar, em primeiro lugar, a ‘caça ao emprego’ sonhado (SANTOS, 1995).

Já na visão de Souza (2001), a formação do empreendedor passa pela aquisição de conhecimento e habilidades, experiências, capacidade criativa e inovadora. Essa autora refere-se ao desenvolvimento do perfil empreendedor como sendo a capacitação da pessoa para criar, conduzir e implementar o processo criativo, de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócio, sendo com isso responsável pelo seu próprio desenvolvimento, pelo de sua organização e da comunidade. Nessa perspectiva, surge a questão central de como realizar essa capacitação, ou seja, como desenvolver competências empreendedoras? Questão essa que desafia a universidade, o setor produtivo e o próprio Estado a estabelecerem novas formas de relações, e a desenvolverem, novas Metodologias de ensino.

2.3 Histórico da formação empreendedora

O início do ensino de empreendedorismo teve origem nos Estados Unidos com Myles Mace lecionando o primeiro curso de empreendedorismo em fevereiro de 1947, na Escola de Administração de Harvard (KATZ, 2003). Importante destacar a intencionalidade da criação desse curso, completamente diferente dos objetivos atuais: qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, principalmente no que diz respeito a geração do auto emprego, visto que sua economia estava em transição devido ao colapso da indústria de armas (VESPER e GARTNER, 1997).

No entanto, a disseminação dos cursos de empreendedorismo ou oferta de disciplinas nesse campo por parte dos programas de graduação e pós-graduação nos Estados Unidos ocorreu vagarosamente. Nas décadas que se seguiram, o tema empreendedorismo não entrou em moda, reflexo da baixa extensão das atividades empreendedoras do período. Durante as décadas de 1950 e 1960, o número de corporações *per capita* mostrou um constante declínio, com um aumento apenas de grandes corporações, seguido pelo decréscimo de faculdades e universidades que incluíam o empreendedorismo em seus currículos (VESPER e GARTNER, 1997; SEXTON e BOWMAN, 1984).

Wyckham (1989 apud GUIMARAES, 2002) menciona os seguintes problemas: na época havia uma grande dependência financeira das universidades em relação às grandes empresas, que financiavam pesquisas, doavam equipamentos e bolsas de estudo etc.; e, por fim, afirma que o sistema de promoção de docentes nas universidades restringia a geração de disciplinas voltadas para criação de empresas.

Apenas em 1970, as universidades e escolas de negócios começaram a aumentar seus cursos voltados para o ensino de empreendedorismo, totalizando 16 universidades apresentando estes cursos em suas grades curriculares. Vesper e Gartner (1997) enfatizam que é difícil pontuar exatamente as razões desse crescimento, mas que a razão mais provável estava relacionada a freada na queda do número de corporações *per capita*, voltando a crescer a abertura de novos negócios.

A expansão definitiva do ensino de empreendedorismo foi na década de 1980 em virtude de críticas que começaram a proliferar envolvendo lacunas na formação em gestão, assim como a expansão de periódicos especializados sobre o tema. Guimarães (2002, p. 7) destaca, ainda, como um dos fatores preponderantes a expansão do ensino de empreendedorismo nas disciplinas dos cursos de graduação e pós-graduação norte-americana o Small Business Administration – SBA¹.

Em 1994, cerca de 120 mil estudantes americanos estavam realizando cursos de empreendedorismo ou gestão de pequenos negócios, em uma infraestrutura que saltou para a casa de 2.200 cursos, oferecidos em pelo menos 1.600 faculdades, 100 centros especializados, além da criação de 44 jornais acadêmicos em língua inglesa sobre o tema (KATZ, 2003).

O ensino de administração e o de empreendedorismo no Brasil data de período bem mais recente se comparado aos norte-americanos e europeus, devido a sua tardia industrialização que somente a partir de 1950 apresentou um crescimento mais exponencial.

Nesse contexto, vem a ser importante destacar que o ensino de empreendedorismo estava inserido no campo da administração como uma subárea e, recentemente, está sendo estudado como campo específico de conhecimento, porém com seus conceitos e metodologias ainda em fase de consolidação e formação, sem haver um consenso dentre os autores (HENRY, HILL e LEITH, 2005).

Isso ocorre, principalmente, pelos diferentes significados de *empreendedorismo* empregados, por uma variedade de diferentes cursos de empreendedorismo e por diferentes formas com que o rótulo empreendedorismo é usado pelas universidades na promoção de diferentes agendas. Desse modo, encontrar um razoável caminho para padronizar programas e cursos de empreendedorismo é um verdadeiro desafio (VESPER e GARTNER, 1997).

A introdução de cursos voltados para o empreendedorismo justificou-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades, no sentido de proporcionar aos seus discentes competências que lhes deem condições de conseguir um emprego, assim como de sobreviver nesta sociedade altamente competitiva.

Dessa forma, na década de 1980, com a crise dos empregos e a busca das corporações por empregados que detivessem o perfil empreendedor, houve o início da inserção dos cursos de empreendedorismo, ao passo que os pesquisadores percebiam que era necessário formar um profissional capaz de atuar na sua área, mas que ao mesmo tempo tivesse conhecimentos para criar seu próprio negócio. Era preciso transformar o conhecimento que está na universidade em produto ou serviço. Mas para isso é preciso desenvolver nos alunos suas

¹ [...] instituição cuja missão é apoiar e estimular o desenvolvimento das pequenas empresas, por meio do programa Small Business Institute Program – SBI. Iniciado em 1972, no Texas Tech University, o programa oferecia suporte financeiro as universidades interessadas em organizar cursos nos quais, em uma das atividades obrigatórias, os alunos atuavam, sob a supervisão de professores, como consultores de pequenas empresas.

capacidades empreendedoras para que possam vir a desenvolver as boas ideias (SOUZA et al., 2005).

Segundo Souza et al. (2005), a criação de uma metodologia para o desenvolvimento dessa competência envolve bem mais que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver.

Fazem parte ainda dos princípios da formação empreendedora: aprender a compreender o mundo, analisando e definindo as diferentes facetas do seu contexto individual e institucional; comunicação e colaboração em contexto competitivo; raciocínio criativo e resolução de problemas encarando a vida em uma perspectiva criativa; domínio pessoal, processo no qual é desenvolvido o autoconhecimento e o auto desenvolvimento; pensamento sistêmico, possibilitando clareza na percepção do todo e das relações entre as partes; liderança, tratada muito mais como uma característica adquirida, envolvendo duas direções, à vontade e a determinação e o conhecimento acumulado em um dado setor, incluindo a aquisição de uma série de competências distintas (SOUZA, 2001).

Considerando a diversidade de conceitos existentes sobre competências, para fins desse estudo, será utilizado o seguinte conceito “as competências são conhecimentos, habilidades e atitudes que agregam valor econômico para a organização e valor social ao indivíduo. Portanto, elas emanam em um espaço de interação entre as pessoas e seus saberes e capacidades e demandas das organizações no campo dos processos de trabalho essenciais e relacionais” (NASSIF et. al. 2011, p. 4).

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o presente estudo foi por meio de coleta de dados referentes ao empreendedorismo nos principais documentos institucionais: Plano de Desenvolvimento Institucional, Regulamento Didático Pedagógico do IFSC e o Plano de Gestão da Reitora Maria Clara, atual gestão. A metodologia se deu por análise documental, buscando o contexto e a abordagem onde o empreendedorismo estaria inserido na instituição.

4. RESULTADOS

4.1 O tema Empreendedorismo no IFSC

O Plano de Desenvolvimento Institucional, principal documento de planejamento da instituição, que se caracteriza pela participação da comunidade na construção do documento, traz alguns aspectos sobre o empreendedorismo, contextualizando as atividades finalísticas institucionais, instituída pela lei de criação dos institutos federais: “VIII – realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico” (BRASIL, 2008), trazendo novamente nos seus objetivos esse mesmo artigo da lei.

Menciona ao abordar a pesquisa, que essa se faz regulada por documento próprio e que versa: “Articular com o NIT parcerias com a sociedade para a concretização de projetos que envolvam pesquisa, desenvolvimento tecnológico, inovação e empreendedorismo.” (PDI, 2014) Destaca mais adiante, que uma das políticas da pesquisa na instituição é “fortalecer a inovação e o empreendedorismo” (PDI, 2014)

O documento aborda, no item que versa sobre os temas institucionais, ao falar sobre a inserção profissional do aluno ”o estímulo ao empreendedorismo, que está entre as finalidades do Instituto, apresenta-se como uma dessas possibilidades. Este tema visa possibilitar a

contínua troca de informações e conhecimento com o mundo do trabalho, conduzindo o aluno para a continuidade de sua formação nos diferentes níveis de ensino. A instituição deve criar estratégias de acompanhamento dos egressos para monitorar a inserção profissional de seus alunos.” (PDI, 2014, p.3.3)

No plano da atual gestão, Maria Clara Reitora 2015-2019, que está à frente do IFSC até o ano de 2019, o empreendedorismo foi citado como ação de destaque no âmbito da atuação da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, conforme é possível ler a seguir:

- 1) Realizar eventos, capacitações e parcerias com instituições de apoio e fomento ao empreendedorismo;
- 2) Incentivar e fomentar iniciativas empreendedoras de alunos por meio de programas internos;
- 3) Realizar parcerias com incubadoras e demais atores da cadeia de inovação, incentivando a criação de novas empresas e ampliação das oportunidades de emprego e renda do egresso;
- 4) Incentivar ações de economia solidária e economia criativa.

Como se pode observar, o tema Empreendedorismo está evidenciado na política da atual gestão, o que demonstra a importância da temática para a instituição e para os gestores. Nesse sentido, considerando o ensino de empreendedorismo, a partir do principal documento de planejamento institucional, o PDI, o currículo é “interdisciplinar, que atende ao desenvolvimento das competências traçadas a partir de situações concretas das diferentes áreas profissionais, visando a promover a socialização dos saberes, superar a fragmentação entre as diferentes áreas do conhecimento e perceber o aluno como uma totalidade” (PDI, 2014).

Os componentes curriculares são ofertados em módulos e cada módulo prevê o desenvolvimento de competências. Essa organização está orientada pelas diretrizes e pelos documentos oficiais da instituição.

O Instituto Federal de Santa Catarina por meio do seu documento de planejamento, o Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI, orienta sucintamente a forma de elaboração dos Projetos Pedagógicos de curso: PPCs. Inicialmente a orientação esclarece que os PPCs devem ser concebidos respeitando “as mesmas concepções de educação, ensino, pesquisa, extensão e gestão que permeiam todas as atividades da instituição, respeitando as peculiaridades de cada oferta educativa” (PDI, 2014).

O documento aponta ainda que “os PPCs devem ser elaborados e implementados para a busca do desenvolvimento de competências – conhecimentos, habilidades e atitudes – dos sujeitos, de forma coerente com as diretrizes da educação profissional e tecnológica, as diretrizes nacionais e demais documentos oficiais” (PDI, 2014).

O regulamento didático pedagógico (RDP) não faz menção ao tema empreendedorismo. A elaboração dos PPCs fica a cargo dos câmpus, e o grupo responsável pela elaboração dos projetos, quais sejam, o Núcleo de Desenvolvimento Estruturante ou equivalente, escolhem quais componentes curriculares devem fazer parte do currículo, cuja oferta do Empreendedorismo pode aparecer ou não no formato de componentes curriculares.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho foi conduzido de forma a, inicialmente, identificar a abordagem do tema empreendedorismo nos documentos institucionais. Observa-se que faz-se necessário que o empreendedorismo esteja mais difundido em outras frentes e não somente de forma isolada e pontual como se apresenta.

O Empreendedorismo não pode ser visto como apêndice ou tema secundário, pois figura em posição de destaque na lei de criação dos Institutos quando abordado como uma das atividades finalísticas da instituição, no entanto quando nos deparamos com a prática, é visto de um lado amparado por teorias preconceituosas frente ao tema, desconsiderando que o empreendedorismo pode ser uma alternativa para a inclusão e usado como estratégia para tornar os alunos protagonistas no combate às questões limitantes do mercado e de outro lado, a visão superficial, limitada às questões empresariais, desprovidas do caráter agregador e transformador da sociedade em que vivemos.

A ausência desta temática em outros documentos institucionais, para além do PDI, demonstra as divergências teóricas dentro da instituição.

O processo de adaptação do projeto do curso para a formação por competências, com destaque para a observância de estímulos ao desenvolvimento das competências empreendedoras, e, paralelamente, trazendo a ideia de que o IFSC invista em projetos alternativos que insiram o discente no universo do empreendedorismo, se configurarão em grandes avanços para que, mesmo o discente atuando como funcionário de uma empresa, saiba o valor das suas ações, e, com isso, se sinta preparado para protagonizar a sua atuação em qualquer contexto que trabalhe, seja abrindo um novo negócio ou não.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. Usos e abusos dos estudos de caso. **Cad. Pesquisa** [online]. 2006, vol.36, n.129, pp.637-651.

AMARAL, Erico; AVILA, Barbara G.; TAROUCO, Liane M. R. Aspectos teóricos e práticos da implantação de um laboratório virtual no OpenSim. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 23., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Sbie, 2012. v. 1, p. 1 - 5. Disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/sbie/2012/0096.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: Teorias e Tipologias**. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de Dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm Acesso em: 15 jan. 2015.

CARVALHO, L. M. C.; VIANA, A. B. N.; MANTOVANI, D. M. N.. O papel da FAPESP no ecossistema empreendedor do Estado de São Paulo. In: **Racef**, [s.l.], v. 7, n. 1, p.84-101, 11 mar. 2016. FUNDACE. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.13059/racef.v7i1.168>. Acesso em 15 de março de 2016.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CONSONI, Deizi Paula Giusti. **COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: ESTUDO DE CASO DE UMA ORGANIZAÇÃO INTENSIVA EM CONHECIMENTO**. 2016. 197 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Ufsc,

Florianópolis, 2016. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/?p=2125>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. In: **Anais XXXII Encontro ANPAD**, FGV DIREITO RIO, 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C2571.pdf> Acesso em: 25 de março de 2016.

HARASIM, L. **On-line education**: a new domain. In: MASON, R; KAYE, A. (Ed.). *Mindweave: communication, computers and distance instruction*. Oxford: Pergamon, 1989.

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2015-2019**, 2014.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Conclusão. In: MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 7ª São Paulo: Atlas, 2008.

SOUZA, E. C. L. de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade – empresa. In: Souza, E. C. L.de (org.). **Empreendedorismo**: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001.

SOUZA, E. C. L. de; CASTRO-LUCAS, C. de S.; ASSIS, S. de A. G.; ZERBINI, T. Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: SOUZA, E. C. L. de; GUIMARÃES, T. de A. G. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2005, v. 1, p. 200-216.

SOUZA, E. C. L. de; CASTIONI, R. (Org.). **Institutos federais**: os desafios da institucionalização. Brasília: Unb, 2012. 221 p.