



Administração: Ensino e Pesquisa

ISSN: 2177-6083

ISSN: 2358-0917

raep.journal@gmail.com

Associação Nacional dos Cursos de Graduação em
Administração

Brasil

Araujo, Gracyanne Freire de; Davel, Eduardo Paes Barreto
Experiência Emocional na Educação Empreendedora: Emoção como Dinâmica de Aprendizagem
Administração: Ensino e Pesquisa, vol. 21, núm. 2, 2020, Maio-Setembro, pp. 89-115
Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração
Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=533563881003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

redalyc.org
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

RESUMO**ABSTRACT**

Experiência Emocional na Educação Empreendedora: Emoção como Dinâmica de Aprendizagem

Emotional Experience in Entrepreneurship Education: Emotion as a Learning Dynamics

Gracyanne Freire de Araujo
Eduardo Paes Barreto Davel

Poucas pesquisas propõem um tipo de educação empreendedora baseada na experiência, apesar de grande parte das pesquisas alegarem que a experiência é fundamental na formação do empreendedorismo. Se a experiência torna-se o eixo da educação, não podemos pensar a experiência sem emoção. A relação entre emoção e educação empreendedora com base na experiência precisa ser melhor compreendida. O objetivo deste artigo é desenvolver conhecimento sobre essa relação, com base no conceito de dinâmica emocional e no estudo empírico de práticas educacionais, junto aos estudantes do curso de graduação em administração em uma universidade brasileira. A partir da análise de informações provenientes de fontes diversas (observação sistemática, documentos, entrevistas e fotos), a dinâmica emocional que sustenta a educação empreendedora é descrita, categorizada e discutida. Os resultados da pesquisa contribuem para aperfeiçoar o arcabouço teórico dos estudos sobre educação empreendedora, além de oferecer uma reflexão sobre como as emoções são fundamentais para compreender o processo de ser empreendedor.

Palavras-chave: Educação Empreendedora. Emoção. Dinâmica Emocional. Experiência. Aprendizagem.

Few studies propose a kind of entrepreneurship education based on experience, although many researches have pointed out that experience is essential for entrepreneurship development. If experience becomes the axis of education, we cannot think of experience without emotion. The relationship between emotion and entrepreneurship education based on experience needs to be better understood. The purpose of this article is to develop knowledge about that relationship, as we focused on the concept of emotional dynamics and the empirical study of educational practices among students of a management undergraduate program at a Brazilian university. Based on the analysis of information obtained from diverse sources (systematic observation, documents, interviews and photos), the emotional dynamics that sustain entrepreneurship education

Recebido em: 17/10/2019
Aprovado em: 06/02/2020

Gracyanne Freire de Araujo 
gracyanne@gmail.com
Doutora em Administração UFBA
PhD in Business Administration - UFBA
Universidade Federal de Sergipe
Itabaiana/SE - Brasil

Eduardo Paes Barreto Davel 
davel.eduardo@gmail.com
Pós-doutorado em Administração -
School of Business and Economics da
Universidade Nova de Lisboa (Portugal)
Ph.D. in Business Administration -
School of Business and Economics da
Universidade Nova de Lisboa (Portugal)
Universidade Federal da Bahia
Salvador/BA - Brasil

ABSTRACT

is described, categorized and discussed. The research results contribute to improve the theoretical framework of research on entrepreneurship education. The findings also reveal how fundamental emotions are in order to understand the process of being an entrepreneur.

Keywords: Entrepreneurship Education. Emotion. Emotional Dynamics. Experience. Learning.

Introdução

A temática da educação empreendedora tem adquirido uma crescente atenção entre muitas universidades e pesquisadores (BERGLUND; VERDUIJN, 2018). Contudo, o conjunto das pesquisas sobre esse tema apresenta um campo de estudo ainda fragmentado (FAYOLLE, 2018). De forma panorâmica, as pesquisas sobre educação empreendedora incluem estudos sobre formação empreendedora (PITTAWAY; COPE, 2007; CHEN et al., 2015), criação de modelos de negócios, desenvolvimento e teste de ideias empreendedoras (BUREAU; KOMPOROZOS-ATHANASIOU, 2017; LANDSTRÖM; HARIRCHI, 2018), empreendedorismo como prática (GARTNER et al., 2016). Entretanto, raramente consideram a importância da emoção nesse processo educacional. A emoção não é importante para explicar o ser e o fazer empreendedor? A emoção não é uma dimensão importante da formação de um empreendedor? Emoção e aprendizagem são consideradas dimensões vitais do ser humano. As emoções orientam o indivíduo a avaliar as situações sociais e a respondê-las. Elas são, simultaneamente, fontes e produtos da aprendizagem. Por isso, emoções e aprendizagem devem ser entendidas como elementos interdependentes (ANTONACOPOULOU; GABRIEL, 2001). Quando concebemos a emoção como uma construção social (HARRÉ, 1986; FOSBERG; VAGLI, 2006; LIU; MAITLIS, 2014), compreendemos que ela permite que propósitos, comportamentos e ações de uma pessoa façam sentido, sendo articulados para si mesmo e para os outros (LIU; MAITLIS, 2014).

O objetivo deste artigo é desenvolver o conhecimento sobre emoção e educação empreendedora com base no conceito de dinâmica emocional e no estudo empírico de práticas educacionais junto aos estudantes de graduação em uma universidade. Para este fim, escolhemos o conceito de emoção como dinâmica emo-

cional (LIU; MAITLIS, 2014), caracterizada como uma troca energética de interação positiva entre os membros de uma equipe. As emoções geradas e as trocas de energia que se desenvolvem entre as pessoas facilitam um processo gerativo de elaboração de estratégias, decisões e criações em que todos os envolvidos se engajam na discussão de um objetivo ou assunto, resultando em múltiplas propostas ou na exploração completa de uma única proposta. Assim, as emoções são transmitidas em atos discursivos, que nos permitem interpretá-las. Ao serem interpretadas, as expressões emocionais explicam como as pessoas se articulam e como a emoção é socialmente construída (LIU; MAITLIS, 2014). Dessa forma, a emoção auxilia na expressão viva dos sentimentos e dos entendimentos entre os indivíduos para o processo de empreender.

Analizando emoção sob a ótica do empreendedorismo, a literatura atual é categórica ao abordar a emoção como fundamental para o processo de empreender (CARDON, 2008; CHEN; YAO; KOTHA, 2009). Muitos empreendedores agem com emoção, a exemplo da paixão, elemento central do processo empreendedor (CARDON, 2008; HSU; SIMMONS; WIELAND, 2016), que os inspiram a trabalhar, a persistir diante das dificuldades e manter o entusiasmo para o alcance dos objetivos (CARDON et al., 2005). A paixão manifesta fortes efeitos sobre a criatividade e a persistência. Por meio dela, o empreendedor aprende a experimentar sentimentos intensos positivos (CARDON, 2008), conscientemente acessíveis pelo envolvimento em atividades e associadas a papéis que são significativos a sua autoidentidade.

Nesta pesquisa, baseamo-nos em conceitos de emoção como construção social e dinâmica emocional para aplicar a pedagogia experiencial junto a estudantes do curso de graduação em administração, na Universidade Federal de Sergipe. A experiência de educação empreendedora foi realizada em um componente curricular voltado para o tema do empreendedorismo. Durante quatro semestres letivos, a professora (pesquisadora, que assina como um dos autores deste artigo) conduziu o componente, instaurando a pedagogia experiencial. Nesse contexto, os estudantes aprenderam a empreender por meio da prática de organizar um festival cultural que ocorria na cidade em que a universidade está inserida, envolvendo as pessoas da comunidade local. Dentro de uma abordagem metodológica de caráter qualitativo, indutivo, interpretativo, as fontes de informação foram múltiplas: observação sistemática, entrevistas semiestruturadas, documentos (fotos, diário de bor-

do, trabalhos reflexivos). A análise de narrativa orientou o processo de interpretação do material empírico.

A pedagogia baseada na experiência gerou, entre os estudantes, uma dinâmica de transformação energizante, fundamentada na dinâmica emocional de troca energética proposta por Liu e Maitlis (2014). Por meio de fotos, diário de bordo e entrevistas coletivas, os estudantes narraram suas emoções no processo de aprendizagem empreendedora. O resultado da análise gerou uma dinâmica baseada em euforia, frustração, ansiedade e alegria. Essa dinâmica constituiu-se em uma troca energética (LIU; MAITLIS, 2014), em que as emoções se tornaram um pilar do processo educativo entre os estudantes e a professora, o que foi fundamental para todos aprenderem a se transformar. Assim, a pedagogia experiencial conectou a transformação com o empreendedorismo, quando entendemos que empreender envolve uma transformação emocional e que no processo de empreender, o empreendedor aprende a se transformar emocionalmente, compreendendo, portanto, o empreendedorismo como mudança social (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009). ‘Trans-forma-ação’ refere-se a ir além, transcender, repensando sensivelmente a ação, formando-se interiormente, revendo-se subjetivamente, para agir na realidade.

Desse modo, a dinâmica emocional da transformação energizante foi considerada impulsionadora e central no processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo nesta pesquisa. Ela se insere na lógica do conceito de dinâmica emocional estudada por Liu e Maitlis (2014). Com efeito, durante a experiência empreendedora estimulada em sala de aula, as emoções (euforia, frustração, ansiedade e alegria) não surgiram de forma isolada ou pontual. Elas apareciam dinamicamente, na forma de uma troca energética. Por isso, utilizamos o conceito de dinâmica emocional como um conceito significativo, para afirmar que essas emoções fazem parte de uma dinâmica emocional da transformação energizante, em que uma emoção alimentou a outra. A dinâmica emocional se caracterizou em uma interação entre as equipes de estudantes, pois os membros, mutualmente, mostraram-se interessados nas questões alusivas à inovação e organização do festival cultural.

Como as emoções são produtos de aprendizagem (ANTONACOPOULOU; GABRIEL, 2001), nosso estudo se justifica pela relação das emoções com aprendizagem pela experiência. As emoções fixam-se a acontecimentos (DEWEY, 2010) e

não existe emoção sem vivência do indivíduo. Por isso, é tão importante que o professor tenha conhecimento das emoções para conseguir conduzir o estudante no processo de aprendizagem. Quando o professor está mais consciente da existência dessas emoções e que elas são inseparáveis do processo de aprendizagem, percebe-se, então, que a vivência emocional é fundamental para a educação. Assim, nos baseamos em Dewey para fundamentar a associação entre emoção e aprendizagem pela experiência, sendo a emoção uma resposta a uma situação objetiva, de pensamento e ação, a natureza íntima da emoção se manifesta na experiência (DEWEY, 2010).

Este artigo está organizado em quatro seções, além da introdução e das conclusões. Na primeira seção, apresentamos a importância da emoção para a educação empreendedora, destacando as oportunidades de pesquisa no campo da emoção e a relação entre o ensino da Administração e as emoções. Na segunda seção, integramos o conceito de emoção no campo do empreendedorismo, por meio de uma pesquisa empírica. Na terceira seção, argumentamos sobre a emoção para a educação empreendedora, indicando desafios, novos horizontes de possibilidades educacionais para o empreendedorismo e apontamos para a concepção de educação empreendedora com base na dinâmica emocional energizante (euforia, frustração, ansiedade e alegria), desenvolvida na pesquisa.

Emoção e Empreendedorismo: A Importância para o Ensino-aprendizagem

A emoção inicia-se em um indivíduo por meio de processos intrapessoais quando ele é exposto a um estímulo, registra-o para seu significado e experimenta um estado de sentimento e mudanças fisiológicas, com consequências para atitudes, comportamentos e cognições (ELFENBEIN, 2007). Mesmo dentro desse processo intrapessoal, as emoções não são mutuamente exclusivas, podendo coexistir juntas, configurando-se também como criação de sentido coletivo (STEIGENBERGER, 2015). Existe, na verdade, um fluxo de emoções que se apresenta ao mesmo tempo e de forma dinâmica (LIU; MAITLIS, 2014). Para explorar a gama de emoções que ocorre em um indivíduo ao ser estimulado, é importante entender como estas

são ativadas em um processo dinâmico. No processo de ensino-aprendizagem esses sentimentos afloram entre professor e estudantes como parte integrante do processo. Acredita-se que as emoções contribuem para que o aprender ultrapasse as fronteiras do conhecimento, gerando e sustentando atividades humanas construtora de sentido (CANOPF et al., 2018).

Um panorama dos estudos sobre educação empreendedora e emoção indica que as pesquisas são muito incipientes. Grande parte dos estudos – da pouca produção que existe – descreve sobre a relação entre os efeitos das emoções e os fracassos/sucessos nos negócios (BYRNE; SHEPHERD, 2014; DOERN; GOSS, 2014); emoção e interação empreendedora (GOSS, 2005; CARDON, 2008); o processo empreendedor e emoção (CARDON et al., 2005); emoções e investimentos de risco (CHEN; YAO; KOTHA, 2009); empreendedorismo, experiência emocional e mudança social (MARTÍ; FERNANDEZ, 2015; ZAMPETAKIS et al., 2017).

Quando o assunto é emoção e organizações, existem diversas oportunidades de pesquisa que abordam a relação entre emoção e aprendizagem (FINEMAN, 2008; ANTONACOPOULOU; GABRIEL, 2001; TAYLOR; STATLER, 2013); discutem sobre as emoções coletivas (BROWN, 2005); a construção social das emoções (HARRÉ, 1986; FOSBERG; VAGLI, 2006); a dinâmica emocional (LIU; MAITLIS, 2014); e especificamente a emoção nas organizações (ELFENBEIN, 2007; FINEMAN, 2008; KANGASHARJU; NIKKO, 2009). Com foco na emoção em relação à educação empreendedora, quase não existe pesquisa, mesmo com estudos que enfatizem a relevância da emoção na aprendizagem (ANTONACOPOULOU; GABRIEL, 2001; TAYLOR; STATLER, 2013). Encontramos somente um estudo que faz uma relação mais estreita entre emoção e educação empreendedora (ILONEN; HEINONEN, 2018). Este estudo indica que a educação empreendedora pode gerar vários resultados de aprendizagem afetiva que não se referem apenas ao conteúdo da aprendizagem, mas também a sua própria natureza. Ilonen e Heinonen (2018) destacam que a aprendizagem afetiva necessita de referências a suas próprias crenças, atitudes e emoções.

Uma análise das pesquisas existentes sobre empreendedorismo, emoção e educação empreendedora permite concluir que a produção científica sobre o assunto ainda é rara e que carecemos de uma investigação mais robusta, sistemática e ampla. Conhecer mais sobre a emoção na educação empreendedora nos conser-

te melhor compreender como as emoções podem facilitar a aprendizagem e como a aprendizagem redefine e reorganiza as emoções em nível individual (ANTONACO-POULOU; GABRIEL, 2001). Além disso, possibilita-nos entender que a emoção é imprescindível no processo de ensino-aprendizagem pela sua condição mediadora entre a ação e a cognição (CANOPF et al., 2018). Com isso, as emoções são elementos centrais na aprendizagem do empreendedorismo: emoção e empreendedorismo estão intimamente interligados (CARDON, 2008), dentro do processo de transformação do empreendedor e de consolidação do empreendedorismo como uma mudança social (CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009).

Emoção na Experiência de Empreender em uma Comunidade: O Empreendedorismo de um Festival Cultural em Itabaiana (Sergipe)

Nesta seção, detalharemos a pesquisa empírica para explicar como emergiu a dinâmica emocional da transformação energizante por meio do ensino-aprendizagem do empreendedorismo cultural.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Dentro de uma abordagem metodológica de caráter qualitativo, indutivo, interpretativo, a pesquisa empírica se baseou na experiência de educação empreendedora de um componente curricular no curso de graduação em administração da Universidade Federal de Sergipe. As fontes de informação foram múltiplas: observação sistemática, entrevistas semiestruturadas, documentos (fotos, diário de bordo, trabalhos reflexivos). A professora conduziu o componente curricular (30 a 40 estudantes, em média) durante quatro semestres letivos. O processo de ensino-aprendizagem deste componente curricular foi orientado pela educação empreendedora na articulação entre teoria e prática, tendo o empreendedorismo do Festival de Artes Empreendedoras como seu núcleo experencial. O foco dado para o empreendedorismo cultural surgiu da necessidade de mobilização da cultura na região em que a universidade está inserida. Discutir a cultura por meio do empreen-

dedorismo cultural é uma perspectiva diferenciada dentro da temática do empreendedorismo (MARINS; DADEL, 2019).

Os conceitos de empreendedorismo cultural estão interligados ao papel do empreendedor cultural (DADEL; CORÁ, 2016), o qual está diretamente vinculado a atividades de produção de bens e serviços culturais (SOUSA; PAIVA JUNIOR; XAVIER FILHO, 2015). O conceito de empreendedorismo cultural pode também ser entendido como um tipo de ação para algum projeto cultural que estimule pessoas no processo de “mudança” (DADEL; PAIVA JÚNIOR, 2019). A perspectiva de mudança, abordada neste conceito, é orientada pela motivação das pessoas para desenvolver algum tipo de atividade empreendedora (EIKHOF, 2017). Faz-se necessário, então, estudar o empreendedorismo cultural no campo da educação empreendedora pois é imprescindível apoiarmos a economia criativa e cultural, a fim de promover novas formas de organização nas indústrias criativas, e consequentemente fortalecer a produção artística-cultural (ELIAS et al., 2018) e os territórios criativos. A ação do empreendedor como produtor cultural nos conduz a conceber o empreendedorismo cultural como uma atividade estratégica de política nacional, sobretudo para os jovens (SERRA; FERNANDEZ, 2014; SOUSA; PAIVA JUNIOR; XAVIER FILHO, 2015).

Durante as atividades de integração, os estudantes foram divididos em 6 equipes de empreendimento: recursos, marketing, logística, segurança, comunicação e transporte (e alimentação). Cada equipe se responsabilizou pela realização de suas tarefas na criação e planejamento do festival cultural. Todas as equipes compartilhavam o aplicativo Trello.com para gerenciar o empreendimento. As aulas foram ministradas com atividades teóricas e práticas. As aulas com atividades teóricas foram conduzidas por teorias sobre empreendedorismo, empreendedorismo cultural e gestão de eventos. As aulas práticas foram orientadas pela prática de gestão de eventos, em que os estudantes aprenderam a gerenciar o empreendimento, executando tarefas para a organização do festival. Durante as aulas foram discutidos assuntos como: inovação, criatividade, curadoria, critérios de formação do público e programação do festival. Em todas as aulas, as equipes tiveram um tempo designado para apresentarem e debaterem o avanço das atividades para a organização do empreendimento. Nesses momentos, as equipes estavam construindo reflexões entre teoria e prática. Os estudantes refletiam sobre a experiência de organizarem um festival a partir da emoção.

Para a curadoria do festival, cada equipe foi responsável por assegurar a participação de um artista sergipano e um artista nacional, totalizando 12 artistas. Além da curadoria, as equipes mobilizavam a participação do público para o empreendimento. Um dos focos para a formação de público era convidar estudantes do ensino médio das escolas da rede pública e privada e a comunidade em geral. Os estudantes, por meio das equipes, estavam engajados e integrados para organizarem o festival. Ao mesmo tempo, eles foram provocados para praticarem a programação do festival com artistas estaduais e nacionais. No processo de educação empreendedora, os estudantes refletiam sobre as aprendizagens empreendedoras e como eles aprenderam a ser empreendedores através da experiência de organizarem o festival.

Para compor a nota final do componente curricular, os estudantes foram avaliados por meio de 5 atividades (3 atividades por equipes e 2 atividades individuais). As atividades em equipe foram: (a) plano de empreendimento; (b) relatório de atividades para o empreendimento e (c) relatório de avaliação do empreendimento. As atividades individuais foram: (a) crítica colaborativa e (b) diário de bordo empreendedor. Cada atividade foi realizada dentro de um prazo para ser entregue e avaliada pela professora. Todos esses documentos foram produzidos em um contexto particular, em que os estudantes descrevem formalmente suas experiências emocionais.

No trabalho de crítica colaborativa, cada estudante refletia e descrevia sobre as sugestões das outras equipes, transmitindo críticas construtivas que ajudaram as equipes a conduzirem melhor seus planos de ação. No trabalho de diário de bordo empreendedor, o estudante refletia sobre as aprendizagens para ser um empreendedor. O diário de bordo era desenvolvido de forma livre pelo estudante, não existia um modelo ou estrutura prévia para a construção desta atividade individual. A professora orientava os estudantes sobre a importância de elaborar o diário de forma reflexiva sobre a aprendizagem empreendedora, ou seja, de detalhar textualmente como eles aprenderam a empreender por meio da experiência emocional ao longo do processo de educação para o empreendedorismo cultural. Simultaneamente à construção do diário de bordo empreendedor, os estudantes produziram fotos que representaram os momentos emocionais, ou seja, em condições desafiadoras (dificuldades) enfrentadas por eles no decorrer do empreendimento cultural.

Além de seu conteúdo emocional, as fotos revelam informações sobre relações contextuais que tendem a ser ausentes nas notas de campo ou em dados de entrevista (WARREN, 2018). As entrevistas semiestruturadas realizadas junto aos estudantes foram consideradas como uma outra fonte de informação para o relato das emoções e seus efeitos de aprendizagem. Essas entrevistas em grupo captaram as informações dos estudantes sobre suas inquietações, dificuldades e aprendizagens. Foram momentos de reflexão sobre as experiências e emoções vivenciadas durante as aulas como base para o aprendizado empreendedor. O conjunto do material empírico foi analisado e interpretado a partir da perspectiva da narrativa, a qual confere maior atenção na relação entre as histórias pessoais e o meio de investigar as qualidades emocionais e éticas constitutivas da realidade (GUBRIUM; HOLSTEIN, 2009; KIM, 2016; GABRIEL, 2018). Cada semestre letivo encerrava-se com aulas reflexivas, depois da realização do festival na comunidade local. Estas aulas eram reflexivas, pois os estudantes avaliavam o empreendimento cultural junto com o componente curricular, além de concluírem sobre o processo de educação empreendedora pela emoção.

Apresentamos, portanto, como foi conduzido o componente curricular por meio da pedagogia da experiência. Durante todo o componente, os estudantes compartilharam um processo emocional dinâmico em que eles expunham suas emoções na medida em que desenrolavam episódios desafiadores de empreender um festival cultural.

A EMOÇÃO NA PEDAGOGIA EXPERIENCIAL

As diversas categorias emocionais existentes na literatura (LIU; MAITILIS, 2014; MARTÍ; FERNÁNDEZ, 2015; ZAMPETAKIS et al., 2017) operaram como parâmetro para analisar as emoções à medida que elas foram experimentadas e relatadas pelos estudantes ao longo do processo de ensino-aprendizagem. Assim, surgiram as seguintes emoções: euforia, frustração, ansiedade e alegria. Essas emoções são fruto da categorização realizada durante o processo de análise e constituem uma dinâmica emocional (LIU; MAITILIS, 2014).

O conceito de emoção como dinâmica emocional (LIU; MAITILIS, 2014) escondido para fundamentar esta pesquisa, representa uma troca energética, como um processo em que todos os membros de uma equipe interagem uns com os outros

de forma engajada durante discussões e decisões. A partir da pesquisa na produção acadêmica sobre a emoção em grupos ficou entendido que, de forma mais geral, as manifestações emocionais dos membros podem ter efeitos preponderantes na dinâmica de grupo. Isso foi o que aconteceu com nosso caso empírico, constituindo em uma dinâmica emocional da transformação energizante. Entretanto, por que nomeamos de dinâmica emocional da transformação energizante? Porque nos depoimentos dos estudantes sobre a experiência de organizar o festival cultural, na associação teoria e prática, ficou nítida a transformação que os estudantes sofreram durante o processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo. Os estudantes relatam que se tornaram pessoas mais capacitadas e reflexivas. A troca de experiências entre os colegas foi considerada uma troca de sensibilidade mútua, resultando em uma troca energizante, o que contribuiu para repensar sensivelmente a ação.

Esta dinâmica se fez presente entre os estudantes, os quais foram desafiados, a todo momento, pela professora, para organizarem o empreendimento cultural. A cada aula, a professora lançava metas que deveriam ser executadas e alcançadas pelas equipes dentro de um prazo estipulado. As emoções (euforia, frustração, ansiedade e alegria) surgiam dentro de uma dinâmica entre os estudantes em torno das reflexões sobre as metas que eram alcançadas ou não pelas equipes. Nos relatos do diário de bordo empreendedor, nas fotos e nas reflexões em sala de aula, observou-se que no primeiro momento de apresentação da estrutura do componente curricular e na formação das equipes, os estudantes demonstraram **euforia** e ao mesmo tempo medo. **Euforia** por ser uma pedagogia de ensino diferente do que estavam acostumados no curso e medo de não conseguirem organizar um festival em poucos meses e sem recursos financeiros. No decorrer das aulas, a dinâmica emocional da transformação energizante aflorava de acordo com o avanço ou não das metas e dos desafios que os estudantes enfrentavam para aprender a serem empreendedores por meio da experiência.

Um momento que retrata bem a **euforia** foi quando os estudantes relataram sobre o primeiro dia de aula. As narrativas extraídas do diário de bordo empreendedor dos estudantes que descreveram que “o contato com a disciplina no primeiro dia de aula, mostrou que seria algo desafiador e completamente diferente daquilo que havia escutado de alunos que já haviam cursado”. O outro estudante relatou que a “proposta colocada pela professora foi a realização da I FAE (Festival das

Artes Empreendedoras), quando a maioria ou até mesmo toda a turma ficou de boca aberta pensando em como organizar um evento”. Uma estudante detalha a sensação de medo e de **euforia** quando confessou que estava “assustada, pois estava perdida sem entender nada, [...], chamei a professora de doida, como iríamos organizar um evento sem recursos? Estava preocupada porque nunca organizei um evento e não sabia por onde começar, medo de errar, de não fazer certo”. Uma outra estudante explicou que o seu desafio era associar teoria e prática e gerenciar um festival, o que para ela “aquilo tudo era um absurdo. Como iríamos conseguir tantos artistas? E o dinheiro? E, como eu, eu que nunca organizei nada iria participar disso tudo?”

Quando algum artista era convidado para participar do festival e depois desistia, quando os recursos financeiros não estavam sendo contemplados com o que foi planejado para custear as despesas do festival, ou na busca por patrocínio recebiam um “não” de um empresário, o sentimento de **frustração** e decepção contagiava os estudantes, o que os deixava desanimados para prosseguir com as atividades que eram responsáveis e enfrentar os desafios que emergiam a todo momento. Em seus relatos, os estudantes discursavam e refletiam sobre a incapacidade de enfrentar as **frustrações** e de que nem sempre as situações se apresentavam conforme planejado. Um registro das observações da professora durante as aulas chamou a atenção quando uma estudante relatou uma experiência frustrante e ao mesmo tempo de aprendizado. No dia em que ela solicitou patrocínio de um grande empresário da cidade, ele orientou que ela escolhesse qualquer produto do supermercado e ela ficou indecisa, sem saber o que escolher e achou que podia decidir isso com a turma. Depois que a turma decidiu que seria a TV e ela foi comunicar sobre a decisão ao empresário, ele não aceitou mais a doação desse produto e disse que só poderia doar um sistema de som. Com essa experiência a estudante aprendeu o quanto é importante tomar decisões rápidas, a agir adequadamente nas situações difíceis e que estava aprendendo bastante com a prática (organização do evento). Diante desse depoimento surgiu um extenso debate entre os estudantes sobre o assunto da **frustração**, sobre tomar decisões rápidas, da aprendizagem pela experiência e de como os empreendedores vivenciam emoções a todo momento.

A **ansiedade** se fazia presente em quase todos os momentos de decisões. As equipes de empreendimento se mobilizavam para resolver problemas e encontrar

a melhor solução de forma coletiva. Os ânimos emergiam em discussões calorosas e às vezes complexas, em que as relações entre os membros se apresentavam esfriadas e por diversas vezes a professora intervivia para apaziguar as situações e controlar os ânimos. A professora se apresentava, na maioria das vezes, como uma “pacificadora”, acalmando os estudantes e conduzindo-os em um processo de ensino-aprendizagem reflexivo, em que aprendiam pela experiência. A **ansiedade**, às vezes, não ajudava os estudantes a refletirem sobre os seus erros. A professora sempre intervivia quando percebia que os estudantes, mesmo por meio da experiência, não aprendiam com os erros cometidos ou pelas decisões infelizes.

As reflexões das ações giravam em torno de uma compreensão coletiva do que os estudantes estavam aprendendo com a experiência. Em diversos momentos, eles relatavam que estavam aprendendo a ter paciência, a ouvir e respeitar a opinião do próximo, a ser resiliente e enfrentar os medos e os desafios. Uma dinâmica emocional da transformação energizante se fazia presente no percurso do aprendizado, do conhecimento e do amadurecimento emocional. As fotos 1 e 2 foram registradas pelos estudantes em seus diários de bordo em momentos considerados desafiadores. Eles relataram que estes momentos representaram uma mistura de sentimentos como medo, ansiedade e euforia e que aprenderam a enfrentar essas emoções executando a tarefa.

Foto 1: Estudante Divulgando Evento - A Primeira Entrevista: Medo e Ansiedade se Manifestaram Durante a Experiência.



Fonte: Pesquisa empírica com autorização das pessoas envolvidas na foto (2017).

Foto 2: Estudantes Falando em Públco - Atividade Desafiadora de Divulgação do Festival: Nervosismo Contagiou essa Experiência.



Fonte: Pesquisa empírica com autorização das pessoas envolvidas na foto (2017).

A **alegria** se manifestou ao apresentar resultados positivos quanto à formação de público, no momento em que os estudantes divulgavam o festival nas escolas, universidades, sinais de trânsito da cidade em que o festival seria realizado, convidando a comunidade a participar de um evento cultural. A alegria também se manifestou no contato com os artistas, o resgate e a valorização da cultura da região, além do prazer de apresentar aos familiares o que idealizaram e vivenciaram na organização de um festival. Um sentimento de **alegria** e de concretização pessoal permeava entre os estudantes quando tudo ocorria como imaginavam. As descrições no diário de bordo empreendedor e nas entrevistas em grupo eram nítidas quanto à sensação de dever cumprido e de realização pessoal. Os estudantes narraram durante as entrevistas coletivas que no encerramento do FAE, eles estavam com um sentimento que poucas vezes tiveram, uma sensação de dever cumprido, e que foi muito gratificante ver todos os colegas comemorando e felizes, porque em meio aos imprevistos o evento foi um sucesso. A satisfação em ver algo que foi idealizado e planejado sendo concretizado foi muito bom para eles. No diá-

rio de bordo empreendedor, um estudante descreveu que “apesar das frustrações, cancelamentos de atrações, ver o desejo dos artistas da região em querer participar de edições futuras, adquirir experiência, ver que era possível enfrentar os desafios, tudo isso fez parte das emoções vividas com a disciplina”.

O processo de aprendizagem na relação entre teoria e prática se comportava com momentos de altos e baixos entre os estudantes. Era uma dinâmica emocional de transformação, em que todas as emoções se apresentavam constantemente. As emoções se misturavam entre os membros das equipes, pois nem sempre as situações se apresentavam iguais para todos. As aulas se caracterizavam como um movimento intenso e constante de emoções que emergiam durante as reflexões e aprendizados do que é ser empreendedor por meio da experiência.

Aprender pela experiência fez com que os estudantes refletissem sobre suas emoções, chegassem a conclusões pessoais, os ajudassem a pensar sobre suas ações, permitindo que a pedagogia experiencial do empreendedorismo cultural os tornassem pessoas melhores, reflexivas sobre os seus atos e acima de tudo transformadas. Isso foi relatado pelos estudantes, observado nas entrevistas e na descrição das fotos no diário de bordo empreendedor, a sensação de transformação pessoal. Reforçamos com isso que a perspectiva de ensino-aprendizagem do empreendedorismo pela experiência é importante, pois oferece aos estudantes um propósito pessoal. Uma educação pela experiência conduz o indivíduo à autocrítica, à persistência, ao respeito a si e ao próximo (DEWEY, 2010; TOMKINS; EDA, 2015), fomentando assim posturas de ordem pessoal e profissional. As fotos 3 e 4 foram extraídas dos diários de bordo dos estudantes em momentos que relataram estarem alegres no Festival de Artes Empreendedoras (FAE).

Foto 3: Os estudantes durante o IV FAE – Sensação de Alegria.



Fonte: Pesquisa empírica com autorização das pessoas envolvidas na foto (2017).

Foto 4: Encerramento do III FAE – A Alegria da Realização.



Fonte: Pesquisa empírica com autorização das pessoas envolvidas na foto (2018).

Diante dos relatos dos estudantes expressos nos diários de bordo empreendedor, nas entrevistas coletivas, nas observações e nas fotos, foi possível perceber a dimensão da dinâmica empreendedora energizante, em que os estudantes se sentiram transformados por meio de uma troca energética de aprendizado uns com os outros, com as ações e contato com a comunidade local e ao mesmo tempo com a relação entre teoria-prática da proposta do componente curricular. Todos os registros possuem um significado especial para cada estudante que expressou de forma particular no diário de bordo, como aprendeu com as emoções ao empreender.

A PROFESSORA NO PROCESSO DE ENSINO NA DINÂMICA MOCIONAL

A professora sentia-se incomodada e desmotivada com a pedagogia tradicional de ensino que vinha utilizando durante algum tempo no componente curricular que ministrava. O ensino do empreendedorismo refletia sobre a forma de como conduzir as aulas. Eram aulas expositivas, metódicas e sem muita reflexão sobre o dinamismo sobre o ato de empreender. Isso fez com que ela repensasse sobre a dinamicidade do empreendedorismo, a qual requer do ensino-aprendizagem uma atividade prática, de experiência, que tenha o objetivo de fomentar e formar empreendedores. O questionamento sobre as atividades tradicionais de ensino, levou a professora a pensar se ela realmente contribuía para que os estudantes refletissem sobre o que é ser empreendedor pela emoção e qual a importância dessa reflexão para a vida deles.

Diante dessa inquietação, a professora também refletiu sobre sua experiência da dinâmica emocional que acontecia no processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo. Ela se emocionava nesse processo ao ver os estudantes se transformando em pessoas melhores e mais capacitadas a cada estímulo ou desafio que ela lançava em sala de aula para a organização do festival cultural. A experiência de ensino-aprendizagem da dinâmica emocional empreendedora energizante foi transformadora para ela também. Ao compartilhar da troca de experiências entre os estudantes no processo de ensino-aprendizagem a professora também aprendeu com as emoções. O sentimento de **euforia** contagiou a professora durante o processo da aprendizagem pela experiência, pois ao perceber os estudantes motivados, ela compartilhava com eles essa sensação e ficava eufórica a cada estí-

mulo lançado. A **euforia** de ver os estudantes apresentando com empolgação os relatórios de atividades para o empreendimento e a aprenderem a fazer uma crítica colaborativa se fazia presente nela.

A professora passou a ter sensibilidade de identificar quando um estudante ou uma estudante estava desmotivado com sua equipe, ou **frustrado** com alguma situação que vivenciou, e saber acolhê-lo de forma atenciosa, fazendo com que ele ou ela refletisse sobre a sua ação. O medo também era uma emoção constante nesse processo, o medo de os estudantes não aprenderem por meio da experiência, de o festival não dar certo e de eles se sentirem mal com isso e de como eles enfrentariam as frustrações. Mas na verdade, o que houve durante esses semestres letivos foi uma troca energética, em que as emoções que os estudantes sentiam a professora também sentia, mas não se deixava transparecer.

A dinâmica emocional empreendedora energizante fez parte da docência. A professora ficava ansiosa nas aulas em que os estudantes apresentavam os resultados das metas alcançadas ou não. Os objetivos, metas, erros e acertos eram discutidos pelas equipes de empreendimento nas aulas, o que gerava uma **ansiedade** por parte da docente, no sentido que se essas discussões gerariam “brigas” ou “discussões mais pesadas” entre os estudantes. O controle emocional fazia parte desse processo. Mas, a felicidade de ver os estudantes engajados em uma ação de pertencimento, como eles relataram nos diários de bordo, fez com que a professora se emocionasse diante deles. Toda essa troca energética era compartilhada entre os estudantes, artistas, patrocinadores e comunidade local que prestigiavam os festivais.

A maior **alegria** da professora era ler e ouvir os depoimentos dos estudantes quando narravam que se tornaram pessoas melhores, e que agradecia a ela por isso. Para ela era gratificante ver que eles realmente aprenderam ao vivenciarem as emoções e a se transformarem, que é possível alcançar os objetivos com empenho, determinação e planejamento, que todos têm capacidade de realizar seus sonhos e que aprenderam a empreender, mesmo aqueles que se conscientizaram que não querem empreender.

Emoção para a Educação Empreendedora: Contribuições e Desafios

Este artigo traz três contribuições para a pesquisa e para a prática da educação empreendedora. A primeira contribuição para a pesquisa é considerar a emoção no processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo. As emoções precisam fazer parte do processo educacional para que uma pessoa aprenda o que é necessário, emocionalmente, para ser empreendedor. A emoção no processo de ensino é amplamente pesquisada e discutida no campo da Educação, de forma geral. Entretanto, é bem pouco estudada no campo da Administração e quase inexistente no campo do Empreendedorismo. Com isso, este estudo abre um novo caminho de pesquisa ao integrar melhor esses campos em pesquisas empíricas futuras. Assim, o desafio é que a emoção é considerada um conceito fluído, social, dinâmico e variável, interpretada por diversas áreas do conhecimento, tais como a sociologia e a psicologia.

Neste artigo, trabalhamos com o conceito de emoção quanto dinâmica emocional (LIU; MAITLIS, 2014), inaugurando um campo de pesquisa complexo e desafiador e que pode ser aprofundado. Para a prática, revelamos, com este estudo, que as emoções dos estudantes estão profundamente conectadas com o ato de empreender e a realização de uma ideia (CARDON et al., 2005). Empreender o festival cultural ajudou os estudantes a entenderem melhor o campo do empreendedorismo cultural, resgatando a cultura da região, compreendendo a importância de se discutir o papel do empreendedor cultural e sob a perspectiva das indústrias criativas como fomentadoras de cultura e arte, de valorização do local (JONES; SVEJENOVA; PEDERSEN, 2016; SOUSA; PAIVA JÚNIOR; XAVIER FILHO, 2015). Toda essa experiência se desenvolveu dentro de uma dinâmica emocional, o que levou os estudantes a aprenderem a lidar com as emoções. Por isso, empreendedorismo e emoção não podem ser examinados separadamente. Como o empreendedorismo requer prática (KRAKAUER; SANTOS; ALMEIDA, 2017; SILVA; PENA, 2017; NECK et al., 2018) e os empreendedores agem com emoção (CARDON et al., 2005), os resultados desta pesquisa apontam uma oportunidade de se ampliar os estudos sobre o quanto relevante é a consideração da emoção no empreendedorismo.

A segunda contribuição para a pesquisa destina-se em pensar a emoção na educação empreendedora não somente do ponto de vista do aprendiz, o estudante, mas também da perspectiva do formador, o professor. Neste estudo, percebemos que a dinâmica emocional compõe um fluxo contínuo de emoções entre os estudantes dentro do processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo, o qual revertia em reflexos para a prática. O aprendizado de lidar emocionalmente com as situações se desenvolve quando o indivíduo possui as emoções ou quando elas são provocadas. No componente curricular estudado, os estudantes foram provocados pela professora, por meio da pedagogia experiencial proposta por Dewey (2010), em que o reconhecimento do percurso natural do desenvolvimento intelectual e profissional envolveu situações em que se aprendeu fazendo, por meio de uma experiência vivida. Então, cogitar a emoção na educação empreendedora na perspectiva do formador é essencial, pois vimos que a dinâmica emocional no ensino fez com que a professora refletisse sobre o seu papel durante o processo e repensasse sensivelmente sobre suas ações enquanto docente, conectando-se emocionalmente melhor com os estudantes e atuando na educação empreendedora de forma precisa e inovadora.

Estes resultados contribuem para inaugurar novos contextos de pesquisa sobre a importância das emoções no processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo, dando ênfase tanto aos estudantes quanto ao professor nesse processo. Tal perspectiva é desafiadora, pois faz-se necessário que docentes “virem a lente” para eles mesmos a fim de retratar suas emoções e refletirem sobre suas ações nas relações com os estudantes no processo de ensino. Quanto à contribuição para a prática, este modelo de aprendizado atrai o interesse das faculdades de Administração (BUREAU, 2018), revelando o potencial das pesquisas educacionais com enfoque nas dimensões prático-reflexivas, considerando que as emoções, as informações e os significados surgem durante o processo educacional e acompanham os estudantes em uma perspectiva de aprendizado experiencial e prático.

Com efeito, se faz necessário conscientizar professores e instituições de ensino de empreendedorismo a ultrapassarem a mentalidade da educação empreendedora baseada exclusivamente na pedagogia linear e engessada do plano de negócios, que enfoca principalmente informações restritas de uma organização (RAUCH; HULSINK, 2015). Existem múltiplas formas (criativas, emocionais e experenciais)

para desenvolver mais conhecimento sobre a relação entre emoção e educação empreendedora em direção a uma prática docente (FELDMAN; WORLINE, 2016) mais consciente e sensível (CANOPF et al., 2018), estimulando uma atitude proativa dos estudantes (VERZAT; O'SHEA; JORE, 2017). À medida que a teoria avança, amplia o entendimento do papel da emoção ao aprender com a experiência. Os educadores de empreendedorismo têm a oportunidade de imprimirem esses avanços em suas pedagogias de ensino. Isso requer um foco em como os estudantes “sentem” ao invés de se restringirem somente ao como ou o que eles “pensam”.

A terceira contribuição para a pesquisa é refletir sobre o conceito de transformação na educação empreendedora. A aprendizagem pela experiência modifica o processo de aprendizagem em si, o qual requer mobilização de vivência das diferentes emoções necessárias ao empreendedorismo. Neste estudo, a pedagogia experiencial permitiu que as emoções de euforia, frustração, ansiedade e alegria emergissem de forma dinâmica, no processo de dinâmica emocional da transformação energizante. Os estudantes aprenderam a se transformarem e entenderam como essa transformação é também uma transformação emocional. É nisso que se fundamenta o empreendedorismo como mudança social (STEYAERT; HJORTH, 2006, CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; HJORTH; HOLT; STEYAERT, 2015), reformulada neste estudo por meio da educação empreendedora. Trata-se de uma ressignificação do empreendedorismo pensado não como uma “atividade econômica positiva”, mas como “mudança social” (CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; HSU; SHARON; WIELAND, 2016) transformadora.

Os estudantes empreenderam mudando socialmente (CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; STEYAERT; HJORTH, 2006) de forma coletiva, dentro do contexto de educação superior, quando foram estimulados a praticar por meio da organização de um festival cultural, planejado em um momento do curso. Isso se configura em uma provocação ao empreendedorismo quanto à dimensão de mudança social, pois os estudantes foram motivados a analisar possibilidades sociais de transformação. Um exemplo marcante é a forma como eles se relacionavam com a cultura, com os artistas, empresários, estudantes de escolas do ensino médio, com o público do festival. Outro exemplo refere-se à forma como os artistas se relacionavam com a universidade, com a cidade e como desenvolviam estratégias de divulgar os seus trabalhos. Assim, por meio do conceito de empreendedorismo como mudan-

ça social, o universo da educação empreendedora foi aplicado a um ambiente de ensino-aprendizado pela experiência, estimulando a prática e diversas questões de ordem social e profissional.

No processo de se transformar em empreendedor, os estudantes aprenderam também a se transformarem emocionalmente, por meio da educação experiential. Esse conceito de transformação acarreta em um desafio para novas pesquisas: como produzir conhecimento para melhorar a conexão entre a experiência e a aprendizagem no campo da educação empreendedora? Para a prática, o empreendedorismo está conectado com a transformação social (STEYAERT; HJORTH, 2006). Mas, como essa transformação é entendida, imaginada e praticada? Ao conectar o empreendedorismo com a perspectiva da mudança social, entende-se que o empreendedorismo é um processo baseado em um percurso de transformação. Consequentemente, é possível investigar a natureza social do empreendedorismo a fim de alterar a sua tendência atual, que se estabelece como um campo focado nas teorias econômicas e no individualismo (STEYAERT; HJORTH, 2006).

Conclusões

Discutir a emoção na aprendizagem é um elemento crucial para entendê-la no processo de ser empreendedor. Os estudantes aprenderam uma dimensão importante para se tornarem empreendedores ao vivenciarem a pedagogia experiencial pela emoção. A emoção foi imprescindível na constituição do ser empreendedor dos estudantes, isto é, aprenderam a ser empreendedores em condições práticas e essenciais para refletirem sobre a importância das emoções. Este estudo da educação empreendedora pela experiência permite-nos considerar as emoções no processo de ensino-aprendizagem no sentido de aprender a gerenciá-las, a conviver com elas e a se dar conta que elas existem de forma tácita. Os estímulos lançados pela professora ocorreram a partir de um evento e também de uma característica estável do ambiente em que os estudantes estavam inseridos, em sala de aula e na comunidade.

A dinâmica emocional da transformação energizante constituída pelas emoções (euforia, frustração, ansiedade e alegria) contribuíram para a superação indivi-

dual dos estudantes em relação as suas competências e habilidades, nos âmbitos pessoal e profissional. Os estudantes aprenderam a se transformar emocionalmente por meio da dinâmica emocional. Os encontros em sala de aula e fora dela se tornavam cada vez mais interessantes, leves, divertidos e havia uma troca energética entre os estudantes, pois havia uma dinâmica emocional positiva, considerada neste trabalho como uma dinâmica emocional da transformação energizante.

Este estudo apresentou também novos horizontes e possibilidades educacionais para o empreendedorismo. Primeiro, sob a perspectiva da pedagogia experiencial, que concebe uma alternativa de aprendizado em termos de vivência. Segundo, por que a concepção de educação empreendedora com base nas emoções resulta em contribuições quanto à ideia de que elas influenciam o processo de ser empreendedor. Assim, ao estar cercado de atividades associadas a papéis representativos da sua identidade, o empreendedor aprende a vivenciar emoções intensas. Terceiro, por que a aprendizagem emocional é estimulada em termos de aprendizagem. Ela é aprendida muito mais facilmente no contexto da educação empreendedora, baseada na experiência, do que em uma educação empreendedora tradicional, baseada em leitura e discussão de textos em sala de aula, provas, estudos de caso, etc.

É importante destacar que a pedagogia experiencial não gera mais emoção. A emoção faz parte do ser empreendedor, do ato de empreender na vida cotidiana e prática. A aprendizagem na dimensão emocional é realizada de forma mais positiva no contexto da aprendizagem pela experiência, do que baseada no método tradicional. Enfrentar os desafios de confrontar os padrões tradicionais de ensino com as novas perspectivas de ensino-aprendizagem do empreendedorismo não é uma tarefa fácil. Os desafios se estendem desde a postura do professor, como um ser emocional que considera plenamente a emoção no contexto da educação experiencial até a transformação de vida pessoal e profissional dos estudantes.

Conclui-se, então, que a dinâmica da transformação energizante foi a mola propulsora do processo de educação empreendedora, sustentada pelo pressuposto de dinâmica emocional como troca energética entre os estudantes. Alcançamos, com isso, o conhecimento sobre a relação entre emoção e educação empreendedora com base no conceito de dinâmica emocional e no estudo empírico de práticas educacionais. Este estudo oferece reflexões e mudanças à pedagogia tradicional

do empreendedorismo para ajudar os estudantes a administrarem suas emoções e a aprenderem com elas, e os professores de empreendedorismo a refletirem sobre novas possibilidades de ensino e aprendizagem.

Referências

- ANTONACOPOULOU, E. P.; GABRIEL, Y. Emotion, learning and organizational change: towards and integration of psychoanalytic and other perspectives. *Journal of Organizational Change Management*, v. 14, n. 5, p. 435-451, 2001. DOI: 10.1108/EUM0000000005874.
- BERGLUND, K.; VERDUIJN, K. **Revitalizing entrepreneurship education: adopting a critical approach in the classroom**. London: Routledge, 2018.
- BROWN, S. D. Collective Emotions: Artaud's Nerves. **Culture and Organization**, v. 11, n. 4, p. 235–247, 2005. DOI: 10.1080/14759550500361363.
- BUREAU, S. Learning fictions or facts? Moving from case studies to the impact-based method. In: FAYOLLE, A. (Org.). **A research agenda for entrepreneurship education**. Edward Elgar Publishing Limited: Cheltenham, 2018. p. 243 – 261.
- BUREAU, S. P.; KOMPOROZOS-ATHANASIOU. A. Learning subversion in the business school: an ‘improbable’ encounter. **Management Learning**, v. 48, n. 1, p. 39-56, 2017. DOI: 10.1177/1350507616661262.
- BYRNE, O.; SHEPHERD, D. A. Different Strokes for Different Folks: Entrepreneurial Narratives of Emotion, Cognition, and Making Sense of Business Failure. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 2, p. 375-405, 2014. DOI: 10.1111/etap.12046.
- CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L.; BOURNE, K. A. Extending the boundaries: reframing “entrepreneurship as social change” through feminist perspectives. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 552-569, 2009. DOI: 10.5465/amr.2009.40633597.
- CANOPF, L.; APPIO, J.; BULGACOV, Y. L. M.; CAMARGO, D. Prática docente no ensino de Administração: analisando a mediação da emoção. **Revista Organizações & Sociedade**, v. 25, n. 86, p. 371-391, jul./set. 2018.
- CARDON, M. S.; WINCENT, J.; SINGH, J.; DRNOVSEK, M. The nature and experience of entrepreneurial passion. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 511-532, 2008. DOI: 10.5465/amr.2009.40633190.
- CARDON, M. S.; ZIETSMA, C.; SAPARITO, P.; MATHERNE, B. P.; DAVIS, C. A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. **Journal of Business Venturing**, v. 20, n. 1, p. 23-45, 2005. DOI:10.1016/j.jbusvent.2004.01.002.
- CHEN, S.-C.; HSIAO, H.-C.; CHANG, J.-C.; CHOU, C.H.; CHEN, C.-P.; SHEN, C.-H. Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students? **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n. 3, p. 557-569, 2015.

- CHEN, X.-P.; YAO, X.; KOTHA, S. Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. **Academy of Management Journal**, v. 52, n. 1, p. 199–214, 2009. DOI: 10.5465/amj.2009.36462018.
- DAVEL, E. P. B; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 1, p. 363-397, 2016.
- DAVEL, E. P. B; PAIVA JÚNIOR, F. G. Festa, cultura e empreendedorismo cultural: uma Introdução. **Revista Teoria e Prática em Administração**, v. 9, n. 2, p. 3-9, 2019. DOI: 10.21714/2238-104X2019v9i2-46427.
- DEWEY, J. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. Tradução de: Vera Ribeiro. Obra original publicada em 1934.
- DOERN, R.; GOSS, D. The role of negative emotions in the social processes of entrepreneurship: power rituals and shame-related appeasement behaviors. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 4, p. 863-890, 2014.
- EIKHOF, D. R. Analysing decisions on diversity and opportunity in the cultural and creative industries: A new framework. **Organization**, v. 24, n. 3, p. 289 –307, 2017. DOI: 10.1177/1350508416687768. DOI:10.1177/1350508416687768.
- ELFENBEIN, H. A. Emotion in organizations - A review and theoretical integration. **The Academy of Management Annals**, v. 1, n. 1, p. 315-386, 2007. DOI:10.1080/078559812.
- ELIAS, S. R. S. T. A.; CHILES, T. H.; DUNCAN, C. M.; VULTEE, D. M. The aesthetics of entrepreneurship: How arts entrepreneurs and their customers co-create aesthetic value? **Organization Studies**, v. 39, n. 2-3, p. 345–372, 2018. DOI: 10.1177/0170840617717548.
- FAYOLLE, A. **A research agenda for entrepreneurship education**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2018.
- FELDMAN, M.; WORLINE, M. The practicality of practice theory. **Academy of Management Learning & Education**, v. 15, n. 2, p. 304–324, 2016. DOI: 10.5465/amle.2014.0356.
- FINEMAN, S. **The emotion organization – passions and power**. Garsington Road: Blackwell Publishing, 2008.
- FOSBERG, H.; VAGLI, A. The social construction of emotions in child protection case-talk. **Qualitative Social Work**, v. 5, n. 1, p. 9-31, 2006. DOI: 10.1177/1473325006061535.
- GABRIEL, Y. Stories narratives. In: CASSEL, C.; CUNLIFFE, A. L.; GRANDY, G. (Org.), **The SAGE handbook of qualitative business and management research methods**. London: SAGE, 2018. cap. 5.
- GARTNER, W. B.; STAN, E.; THOMPSON, N.; VERDUYN, K. Entrepreneurship as practice: grounding contemporary practice theory into entrepreneurship studies. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 28, n. 9–10, p. 813–816, 2016. DOI: 10.1080/08985626.2016.1251736.
- GOSS, D. Entrepreneurship and 'the social': Towards a deference-emotion theory. **Human Relations**, v. 58, n. 5, p. 617–636, 2005. DOI: 10.1177/0018726705055965.
- GUBRIUM, J. F.; HOLSTEIN, J. A. **Analyzing narrative reality**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2009.
- HARRÉ, R. **The Social Construction of Emotions**. New York: Basil Blackwell, 1986.
- HJORTH, D.; HOLT, R.; STEYAERT, C. Entrepreneurship and process studies. **International Small Business Journal**, v. 33, n. 6, p. 599-611, 2015. DOI: 10.1177/0266242615583566.

- HSU, D. K.; SHARON, A. S.; WIELAND, A. M. Designing Entrepreneurship Experiments: A Review, Typology, and Research Agenda. **Organizational Research Methods**, v. 20, n. 3, p. 379-412, 2016. DOI: 10.1177/1094428116685613.
- ILONEN, S.; HEINONEN, J. Understanding affective learning outcomes in entrepreneurship education. **Industry and Higher Education**, v. 32, n. 6, p. 391-404, 2018. DOI: 10.1177/0950422218805177.
- JONES, C.; SVEJENOVA, S.; PEDERSEN, J. S. Misfits, Mavericks and Mainstreams: Drivers of Innovation in the Creative Industries. **Organization Studies**, v. 37, n. 6, p. 751 –768, 2016. DOI: 10.1177/0170840616647671.
- KANGASHARJU, H.; NIKKO, T. Emotions in organizations - Joint Laughter in Workplace Meetings. **Journal of Business Communication**, v. 46, n. 1, p. 100-119, 2009. DOI: 10.1177/0021943608325750.
- KIM, J. H. **Understanding narrative inquiry**. Los Angeles: Sage Publications, 2016.
- KRAKAUER, P. V. C.; SANTOS, S. A.; ALMEIDA, M. I. R. Teoria da aprendizagem experiencial no ensino de empreendedorismo: um estudo exploratório. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 101-127, 2017. DOI:10.14211/regepe.v6i1.353.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. The social structure of entrepreneurship as a scientific field. **Research Policy**, v. 47, n. 3, p. 650-662, 2018. DOI:10.1016/j.respol.2018.01.013.
- LIU, F.; MAITLIS, S. Emotional dynamics and estratizing processes: a study of strategic conversations in top of team meetings. **Journal of Management Studies**, v. 51, n. 2, p. 202-234, 2014. DOI:10.1111/j.1467-6486.2012.01087.x.
- MARINS, S. R.; DAVEL, E. P. B. Empreendedorismo como prática: Empreendedorismo cultural na prática festiva do pagode baiano. **Revista Teoria e Prática em Administração**, v. 9, n. 2, p. 14-34, 2019. DOI: 10.21714/2238-104X2019v9i2-43231.
- MARTÍ, I.; FERNÁNDEZ, P. Entrepreneurship, togetherness and emotions: a look at (Postcrisis?) Spain. **Journal of Management Inquiry**, v. 24, n. 4, p. 424–428, 2015. DOI: 10.1177/1056492615579786.
- NECK, H. M.; NECK, C. P.; MURRAY, E. L. **Entrepreneurship: the practice and mindset**. London: SAGE, 2018.
- OAKES, L. S.; TOWNLEY, B.; COOPER, D. J. Business planning as pedagogy: Language and control in a changing institutional field. **Administrative Science Quarterly**, v. 43, n. 1, 257-292, 1998. DOI: 10.2307/2393853.
- PITTAWAY, L.; COPE, J. Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 5, p. 479-510, 2007. DOI:10.1177/0266242607080656.
- RAUCH, A.; HULSINK, W. Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. **Academy of Management Learning & Education**, v.14, n.2, p.187–204, 2015. DOI:10.5465/amle.2012.0293.
- SERRA, N.; FERNANDEZ, F. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355-372, out./dez. 2014.
- SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. O “BÊ-Á-BÁ” do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017. DOI:10.14211/regepe.v6i2.563.

- SOUSA, J. L.; PAIVA JUNIOR, F. G.; XAVIER FILHO, J. L. J. A emergência do empreendedorismo educativo-cultural: O programa de formação do jovem artesão. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 7, n. 1, p. 45-52, 2015. DOI: 10.21118/apgs.v7i1.732.
- STEYAERT, C.; HJORTH, D. **Entrepreneurship as social change – a third movements in entrepreneurship book**. Cheltenham: Edward Elgar, 2006.
- TAYLOR, S. S.; STATLER, M. Material matters: increasing emotional engagement in learning. **Journal of Management Education**, v. 38, n. 4, p. 586–607, 2013. DOI: 10.1177/1052562913489976.
- TOMKINS, L.; EDA, U. Oh, was that “experiential learning”?! Spaces, synergies and surprises with Kolb’s learning cycle. **Management Learning**, v. 47, n.2, p. 158–178, 2015. DOI: 10.1177/1350507615587451.
- VERZAT, C.; O’SHEA, N.; JORE, M. Teaching proactivity in the entrepreneurial classroom. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 29, n. 9–10, p. 975–1013, 2017. DOI: 10.1080/08985626.2017.1376515 2017.
- WARREN, S. Photography in qualitative organizational research: conceptual, analytical and ethical issues in photo-elicitation inspired methods. In: CASSEL, C.; CUNLIFFE, A. L.; Grandy, G. (Org.). **The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods**. London: SAGE, 2018. cap. 15.
- ZAMPETAKIS, L. A.; KAFETSIOS, K.; LERAKIS, M.; MOUSTAKIS, V. S. An emotional experience of entrepreneurship: self-construal, emotion regulation, and expressions to anticipatory emotions. **Journal of Career Development**, v. 44, n. 2, p. 144–158, 2017. DOI: 10.1177/0894845316640898.