

Criatividade e educação empreendedora: uma revisão bibliométrica

DOI: 10.31994/rvs.v13i2.907

Marina Fritz¹

Cristiano Max Pereira Pinheiro²

Mauricio Barth³

Maria Cristina Bohnenberger⁴

RESUMO

Esse estudo tem como objetivo analisar a produção acadêmica nas áreas da educação, da criatividade e do empreendedorismo. A partir da revisão teórica sobre os temas, questionou-se o que vêm sendo publicado sobre a relação entre criatividade, empreendedorismo e educação nos últimos anos no ambiente acadêmico. O presente estudo é caracterizado como descritivo, feito através de uma análise de Revisão Bibliométrica. Utilizou-se, para isso, a base de dados *Scopus*, sem restrições de anos ou idiomas. Durante a coleta de dados, chegou-se a um total de 29 artigos e, a partir da leitura dos títulos e resumos, foram selecionados 16 artigos para análise. Após, identificou-se a predominância de estudos com a temática em um destaque qualitativo, com foco em análises de literatura. As conclusões reforçam a importância de uma educação voltada para a criatividade, com o objetivo de desenvolver o comportamento empreendedor.

¹ Mestranda em Administração e mestranda em Psicologia na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). Bolsista CAPES. E-mail: enf.marinafritz@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3024-9355>.

² Doutor em Comunicação. Professor no Mestrado em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: maxrs@feevale.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2038-8191>.

³ Doutor em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Professor no Mestrado em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: mauricio@feevale.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9125-9832>.

⁴ Doutora em Administração. Professora no Mestrado em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: cristin@feevale.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4018-1796>.

PALAVRAS-CHAVE: CRIATIVIDADE. EDUCAÇÃO. EMPREENDEDORISMO. BIBLIOMETRIA. REVISÃO.

Creativity and entrepreneurial education: a library review

ABSTRACT

This study aims to analyze the academic production in the areas of education, creativity and entrepreneurship. From the theoretical review on the themes, it was questioned what has been published about the relationship between creativity, entrepreneurship and education in recent years in the academic environment. The present study is characterized as descriptive, made through an analysis of Bibliometric Review. For this purpose, the Scopus database was used, with no restrictions on years or languages. During data collection, a total of 29 articles were found and, after reading the titles and abstracts, 16 articles were selected for analysis. Afterwards, the predominance of studies with the theme in a qualitative highlight was identified, focusing on literature analyses. The conclusions reinforce the importance of an education focused on creativity, with the objective of developing entrepreneurial behavior.

KEYWORDS: CREATIVITY. EDUCATION. ENTREPRENEURSHIP. BIBLIOMETRICS. REVIEW.

INTRODUÇÃO

A criatividade impulsiona diversos avanços na civilização. Desde o século passado, percebe-se a ascensão de pesquisas acadêmicas sobre a temática

(HENNESSEY; AMABILE, 2010). A partir de uma breve definição, criatividade pode ser entendida como a produção de novas ideias, sendo essas úteis em algum domínio (AMABILE, 1996).

A criatividade é um conceito altamente diversificado que tem sido estudado em disciplinas como economia, psicologia, pedagogia, administração e história (BERGLUND; WENNBORG, 2006). Para considerarmos algo criativo, alguns teóricos sustentam que a ideia deve ser única. Ou seja, a inovação propriamente dita, é a implementação bem-sucedida dessas ideias criativas dentro de uma organização (AMABILE, 1996).

Além do local de trabalho, ambiente propício para o estudo da criatividade, a sala de aula está fortemente ligada às pesquisas sobre o tema. Observa-se que o desenvolvimento da criatividade se torna crucial para o aprimoramento econômico, científico, social e cultural, onde o papel das escolas e universidades é, justamente, no fomento primário dessa construção (HENNESSEY; AMABILE, 2010). A educação tradicional, porém, tem sido um obstáculo no cultivo da criatividade dos alunos (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022). Em algumas escolas, por exemplo, a criatividade nem sempre é vista como uma característica desejável aos alunos (HENNESSEY; AMABILE, 2010).

A formação criativa orientada pela educação, possibilita auxiliar os alunos no desenvolvimento da criatividade e do raciocínio lógico. No ensino tradicional, alunos são vistos como participantes passivos no processo de ensino-aprendizagem. A criatividade pessoal, por vezes, não é incentivada e não se estimula a pensar de forma crítica e original. Após o período de formação, seja na educação básica ou universitária, o estudante capacita-se para reproduzir as informações aprendidas no mundo real, porém, não aprende como implantar esse conhecimento como base para criar novas ideias e empreendimentos (RADOVIĆ-MARKOVIĆ *et al.*, 2020).

Considerando a importância singular da educação na humanidade, evidencia-se a importância por buscar novas formas de aprendizado, como, por exemplo, a educação criativa (RADOVIĆ-MARKOVIĆ *et al.*, 2020). Para abranger não apenas a educação voltada para criatividade, como também, a implantação de conhecimentos

voltados à inovação, apresenta-se a definição criatividade voltada para o empreendedorismo (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022).

Definições de criatividade, inovação e empreendedorismo estão diretamente relacionadas e podem gerar a caracterização de criatividade empreendedora. Essa, pode ser manifestada pela implementação de novas ideias que são vistas como úteis para estabelecer um novo negócio (empreendimento) ou programa. A criatividade entra na atividade empreendedora de diversas maneiras. Um exemplo disso, é a própria criação no empreendedorismo: o sujeito, sendo empreendedor, tendo uma nova ideia para determinado serviço ou produto, algo diferente e útil para seus clientes (AMABILE, 1996; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

A discussão acerca da relação entre o empreendedorismo e a inovação – voltada para a criatividade, inicia-se apenas em meados do século passado, período em que o empreendedor começou a ser descrito como um sujeito que desenvolve algo único. Na contemporaneidade, as definições de empreendedorismo contêm aspectos relacionados à riscos, independência, recompensas e criatividade (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

O empreendedorismo, visto como a capacidade de inovar, pode ser visualizado como um importante indicador de desenvolvimento econômico e social. A criatividade, por sua vez, vista como uma das características essencial para o processo empreendedor, também aparece como um indicador educacional e do comportamento dos empreendedores. Para iniciar um empreendimento, a criatividade e a inovação são essenciais. E, até que esse projeto de fato se torne realidade, o caminho para sua concretização perpassa pela educação voltada para a criatividade empreendedora (SHU; HO; HUANG, 2020).

A partir da justificativa acerca da importância da educação empreendedora voltada para a criatividade, esse estudo tem como objetivo analisar a produção acadêmica na temática da educação, do empreendedorismo e da criatividade. A partir da revisão teórica sobre o tema, questiona-se o que vêm sendo publicado sobre a relação entre criatividade, empreendedorismo e educação nos últimos anos no ambiente acadêmico.

O presente estudo é caracterizado como um estudo descritivo, feito através de uma análise de Revisão Bibliométrica, caracterizada por ter em seu método uma descrição detalhada das bases de dados utilizadas na pesquisa, assim como a abrangência e cobertura dos dados propostos nos estudos analisados. A análise dos dados realizada por bibliometria deve conter dados quantitativos retirados das pesquisas revisadas (SOARES *et al.*, 2018; PINHEIRO; BARTH, 2014; BARTH; SANFELICE, 2019).

A análise foi feita no banco de dados *Scopus*. Considerando a importância da representatividade dos artigos publicados, foi utilizada essa base de dados de referência para identificar o estado da arte dos estudos relacionados ao tema desta pesquisa. Para tal foram utilizados descritores: “*entrepreneurship*” and “*creativity*” and “*education*”. Primeiramente, a pesquisa foi realizada com os descritores no título, resumo e palavras-chave dos artigos. Porém, encontrou-se vasta diversidade nas temáticas dos estudos, impossibilitando, assim, uma análise mais precisa. Com isso, optou-se por restringir os termos ao título dos artigos.

O levantamento foi realizado no mês de julho de 2022. Não foram colocados critérios quanto à restrição de período e idioma. A busca gerou um total de 29 artigos. A partir da leitura dos títulos e resumos, foram separados para leitura na íntegra 16 artigos. Após a leitura, os resultados foram sintetizados em relação à temática central do presente estudo, ao período de publicação, à revista, ao método, aos autores e coautores.

Na próxima seção, apresentar-se-ão conceitos de revisão teórica acerca da criatividade empreendedora e da educação voltada para a criatividade. Além disso, serão abordados tópicos sobre a criatividade e o empreendedorismo dentro da educação básica e da formação universitária.

1 CRIATIVIDADE, EMPREENDEDORISMO E EDUCAÇÃO

Na contemporaneidade, grande parte das vocações que são orientadas para o futuro exigem que os funcionários sejam inovadores e assumam riscos (WENG; CHIU; TSANG, 2022). A inovação é uma das principais estratégias para alcançar um alto patamar de competitividade e desempenho. A partir disso, percebe-se a estreita relação entre empreendedorismo e criatividade (FERRAZ *et al.*, 2014).

O termo empreendedorismo envolve explorar e aproveitar oportunidades de produtos de valor agregado com base na análise da situação econômica, social e cultural. Além disso, empreender pode ser visto como uma oportunidade para o desenvolvimento de liderança e responsabilidade (WENG; CHIU; TSANG, 2022).

As definições de criatividade, inovação e empreendedorismo levam diretamente a uma definição de criatividade empreendedora (AMABILE, 1996). A criatividade é fomentada através de práticas de empreendedorismo na forma de serviços, soluções ou produtos e, é um pré-requisito para superar obstáculos e estabelecer competitividade no empreendedorismo (WENG; CHIU; TSANG, 2022). A teoria e a pesquisa do empreendedorismo são baseadas, também, na teoria da criatividade, no sentido que o termo empreendedorismo se refere a criar algo e precioso, o que também pode corresponder a uma das definições básicas de criatividade (AMABILE, 1996).

1.1 Criatividade empreendedora

A criatividade e o empreendedorismo são duas das mais essenciais competências relacionadas aos resultados de aprendizagem e carreiras do nosso século (WENG; CHIU; TSANG, 2022). Vivemos na era do empreender (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014), uma vez que são os empreendedores que demonstram a criatividade no mundo trabalhista, eliminando barreiras comerciais e culturais, globalizando conceitos, renovando tecnologias, criando relações de

trabalho e, conseqüentemente, gerando riquezas para a sociedade (DORNELAS, 2021).

A criatividade empreendedora pode se referir à geração de ideias inovadoras e úteis, podendo ser tanto grandes novas oportunidades de negócios ou inovações tecnológicas, quanto resoluções de pequenos desafios práticos diários. A criatividade relacionada ao empreendedorismo também se relaciona com a capacidade do empreendedor de aproveitar uma oportunidade. Um exemplo claro de criatividade empreendedora é o cotidiano dos empreendedores, lidando com complexas diversidades na criação de seus empreendimentos (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022).

Devido às crises econômicas que são observadas ao longo das últimas décadas, o papel do empreendedor torna-se cada vez mais relevante, visto que, a partir dessa vocação, surgem novas oportunidades de negócios e, modifica-se o mercado. A realidade atual, de um mercado em constante mudança, desafia não só as organizações a se tornarem mais dinâmicas, como também exige constante inovação. Os profissionais que entram no ambiente de trabalho necessitam de competências como criatividade, proatividade e inovação, uma vez que essas são algumas das principais características do profissional com perfil empreendedor (DORNELAS, 2021).

Para que o mundo do trabalho contenha trabalhadores com perfil empreendedor, faz-se necessário um treinamento prévio desses para que essas características sejam não só desenvolvidas, como também incorporadas. Observa-se, então, que é indispensável a existência de uma educação voltada para o empreendedorismo e, como consequência para a criatividade. A educação para o empreendedorismo desencadeia a inspiração empreendedora, o que aumenta a criatividade individual dos estudantes e o ambiente criativo nas universidades e escolas (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022).

1.2 Educação voltada à criatividade

A criatividade é vista como o processo de criar algo e diferente. A educação voltada para a criatividade envolve um equilíbrio entre ensinar conhecimentos e habilidades e incentivar a inovação. Embora cada indivíduo tenha certas habilidades, a extensão em que esses potenciais serão desenvolvidos depende, em grande parte, do quanto essas competências são incentivadas (RADOVIĆ-MARKOVIĆ *et al.*, 2020). A educação tradicional não apoia à criatividade dos alunos, uma vez que essa característica não é vista, na maioria das vezes, como adequada em uma sala de aula (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022).

O modelo de educação escolar, estabelecido há séculos, é mantido até os dias atuais. Prédios são edificadas exclusivamente com o intuito de serem escolas, alunos cumprem horários rigorosos e vivem em uma instituição separada do contexto social, por vezes ainda utilizam uniformes. As salas de aula eram e continuam sendo arquitetadas com certo padrão – o quadro na frente dos alunos, mesas e cadeiras enfileiradas. O número de alunos que compõe uma turma também se constitui de forma similar (20, 25, no máximo uns 30 alunos por sala de aula). A duração das aulas comporta-se de forma parecida: divisão sistemática de disciplinas, sendo interrompidas por um sinal sonoro programado para disparar ao final do tempo preestabelecido. A partir de tais constatações, observa-se de forma ainda mais clara a necessidade de modificações e readequações diante da revolução social e digital (NEVOA, 2022).

Essa representação acadêmica vem dando sinais de crises, principalmente diante do momento pandêmico atual (NEVOA, 2022). Um dos sinais da necessidade de modificação do sistema de educação é a falta de espaço da criatividade no ambiente educacional (VRANCKX, 2014). A sociedade do século XXI continua a exigir competências profissionais que não são suficientemente contempladas nas salas de aula (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

Outrossim, a escolarização tem se tornado cada vez mais um negócio, o que também se refere à ideia de alunos como empreendedores. A partir de uma visão

social e econômica atual, observa-se a visão de educação como um investimento, que, por sua vez, deve oferecer um retorno significativo. As escolas estão cada vez mais orientadas para o mercado, com ênfase na eficiência e na gestão da qualidade (VRANCKX, 2014).

Com a modificação do sistema educacional, torna-se clara a necessidade de uma educação voltada à criatividade, uma vez que essa é uma das características primárias do empreendedorismo. A criatividade é vista hoje como uma habilidade crítica para os empreendedores e, portanto, como algo que precisa ser promovido em sala de aula (VRANCKX, 2014). Nesse sentido, a capacidade inovadora e criativa é o cerne da educação de qualidade (GUOJIN, 2011).

Trazer para a sala de aula a exploração e o incentivo das capacidades de inovação e de criatividade, incrementa qualidade à educação. Essas características dão suporte para o empreendedorismo, através da concretização das práticas exploradas pelo ensino. Para que ocorra o desenvolvimento da ação empreendedora, faz-se necessário o cultivo da criatividade (GUOJIN, 2011). Isso, pois, a criatividade é uma das habilidades necessárias para o sucesso do negócio, portanto, é essencial para o perfil de empreendedor (VRANCKX, 2014).

Um crescimento econômico e social sustentável, baseado na inovação e na excelência, vai exigir trabalhadores criativos e com habilidades empreendedoras. É, portanto, necessário promover uma cultura de inovação e empreendedorismo no ambiente escolar e universitário (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

1.3 Empreendedorismo e criatividade na educação básica

A educação voltada para o empreendedorismo é um tema atual e interessante, uma vez que causa crescimento pessoal e profissional, trazendo benefícios econômicos e sociais. O empreendedorismo é algo natural e inerente às pessoas, que requer ação e deve ser internalizado gradativamente como muitas outras habilidades (GARNICA, 2016). Percebe-se que, em todos os indivíduos,

estão disponíveis competências criativas – característica inerente ao empreendedorismo, podendo essas serem intencionalmente desenvolvidas no contexto educativo (MORAIS; MIRANDA, 2021).

Atividades voltadas para a criatividade podem ser desenvolvidas ainda no ensino básico (WENG; CHIU; TSANG, 2022). Além disso, projetos de empreendedorismo bem elaborados podem avaliar a aquisição de competências, como mostrou o estudo de Garnica (2016). O empreendedorismo, portanto, pode ser ensinado desde cedo, através de metodologias direcionadas às crianças e jovens, visando que o aluno internalize de forma natural esse tipo de conhecimento (GARNICA, 2016).

O desenvolvimento das atividades criativas pode vir de diversos vieses metodológicos. O professor deve estar focado nas metodologias ativas utilizadas dentro da sala de aula, focalizando no aluno como protagonista do processo de ensino-aprendizado (LOVATO *et al.*, 2018). Os métodos de ensino tradicionais, combinados com algum outro estilo de atividade (por exemplo, *brainstorming*, filmes, debates, dramatização, visitas de campo, *workshops*, entre outros), permitem o desenvolvimento de algumas capacidades necessárias para os futuros empreendedores nos estudantes (GARNICA, 2016).

Além de desenvolver capacidades criativas nos estudantes, essas atividades aumentam o desejo de empreender e exigem que os alunos adquiram os conhecimentos básicos para o seu processo (GARNICA, 2016). A educação voltada à criatividade deve ainda ser transversal, ou seja, pertencendo aos diversos domínios existentes, aparecendo em áreas como artes, filosofia, letras, matemática e ciências (MORAIS; MIRANDA, 2021). Além disso, a educação criativa pode e deve conter aspectos multidisciplinares (GARNICA, 2016).

Dentre as características necessárias para o desenvolvimento de uma educação voltada para a criatividade estão: autonomia, resiliência, flexibilidade, curiosidade, inovação e motivação intrínseca (MORAIS; MIRANDA, 2016). Outrossim, atividades criativas com um propósito de desenvolvimento de habilidades empreendedoras, como, por exemplo, atividades de resolução de problemas reais,

podem facilitar o desenvolvimento das competências de criatividade e empreendedorismo dos alunos (WENG; CHIU; TSANG, 2022).

As competências empreendedoras vão exigir, principalmente, criatividade dos indivíduos. Além disso, requerem uma grande variedade de habilidades sociais (cooperação, liderança, organização, gestão, planejamento, comunicação, entre outros) e pessoais (aceitação ao erro, tolerância ao fracasso, perseverança e paciência). Percebe-se, a partir dessa variedade de características necessárias, a importância de que as metodologias de ensino se adaptem a cada necessidade individual dos estudantes, mobilizando as múltiplas inteligências e permitindo o desenvolver da autonomia pessoal no processo de aprendizagem (GARNICA, 2016).

A preocupação com as crianças e jovens, no seu processo de ensino baseado na criatividade, é amparada pelas atitudes e comportamentos do docente, que deve assumir seu papel essencial de ativista nesse método. O professor tem uma função fundamental no desenvolvimento de atitudes empreendedoras criativas nos alunos, principalmente na educação básica (MORAIS; MIRANDA, 2021).

Na educação infantil, no ensino fundamental e médio, o professor é o principal guia na sala de aula. É o docente quem planeja e propõe o plano de ensino. É ele também quem deve, a partir de uma metodologia baseada na criatividade, estimular a curiosidade, a autonomia, a autoconfiança e a flexibilidade dos alunos. Além disso, a valorização da realização de atividades vistas como empreendedoras – com ações criativas, deve ser explícita (MORAIS; MIRANDA, 2021).

O clima da sala de aula deve ser propício para o desenvolvimento da criatividade: ambiente aberto às expressões de ideias, à divergência e às dúvidas (MORAIS; MIRANDA, 2021). Desenvolver competências empreendedoras e criativas nos indivíduos, principalmente crianças e jovens, é um processo complexo que exigirá esforços. O amadurecimento de uma educação criativa exige a colaboração não apenas por parte do próprio aluno e de seus educadores, como também requer auxílio de outros agentes sociais e econômicos (famílias, instituições públicas e privadas, empresários e pesquisadores).

1.4 Empreendedorismo e criatividade na universidade

A criatividade no contexto da educação básica é muito evidente. No ensino superior, a criatividade é representativa nas pesquisas acadêmicas e se constrói de duas maneiras: criatividade individual e criatividade no ambiente universitário (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022). A universidade, como ambiente que impulsiona e direciona carreiras e conhecimentos, é o primeiro degrau para o desenvolvimento de empreendedores qualificados (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

A educação superior voltada ao empreendedorismo ocorre à medida em que o conhecimento e as habilidades de criar ou dirigir negócios são incorporados aos currículos educacionais. Assim sendo, esse modelo de empreendedorismo, por muitas vezes, é o primeiro contato do aluno com o mundo dos negócios. Percebe-se, assim, a importância de um preparo adequado para a vida social moderna, com forte contribuição da universidade para o desenvolvimento pessoal e profissional do estudante (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

A inclusão de atividades voltadas à criatividade e ao empreendedorismo nas salas de aula do ensino superior, como o auxílio no processo de reconhecimento de oportunidades e o apoio às atividades em equipe, pode auxiliar no mercado econômico e na cultura organizacional. Os principais comportamentos inovadores dentro das organizações surgem quando esses indivíduos, ainda como estudantes, são ensinados a utilizar ferramentas e métodos apropriados para a geração de ideias (GUNDRYA; OFSTEINB; KICKUL, 2014).

Na contemporaneidade, abordagens de educação tradicional voltadas à resolução de problemas tornam-se menos eficazes no ambiente externo e no mercado de trabalho, diante das constantes mudanças econômicas, sociais e tecnológicas. Os empreendedores buscam novas abordagens que vão permitir enfrentar os desafios e assumir novas oportunidades. A partir disso, constata-se a necessidade de incorporar treinamentos adequados para auxiliar os estudantes na aquisição dessas competências (GUNDRYA; OFSTEINB; KICKUL, 2014).

Aprimorar habilidades relativas à criatividade, auxilia os empreendedores para que explorem as oportunidades e potencializem em suas empresas aspectos de competitividade e inovação. Os cursos voltados ao empreendedorismo, por exemplo, são muito comuns no ensino superior e podem auxiliar os estudantes no mundo dos negócios (GUNDRYA; OFSTEINB; KICKUL, 2014) e, sabe-se que, alunos envolvidos nesses programas têm maiores intenções de iniciar seus próprios negócios no futuro (HAMIDI; WENNBORG; BERGLUND, 2008).

Outros estudos, porém, afirmam o contrário. Maha Tantawy *et al.* (2021), acredita que após a finalização de cursos de empreendedorismo, estudantes reduzem as suas intenções de empreender. Uma possível explicação para esse fenômeno seria que, através da educação para o empreendedorismo, os alunos vivenciam de perto as dificuldades e as incertezas da construção de seu próprio negócio. Com isso, retraem às expectativas diante do empreendedorismo (TANTAWY *et al.*, 2021).

De modo geral, isso também ocorre em cursos de graduação comuns. À medida em que os estudantes avançam ao longo de seus anos universitários, eles tendem a se tornarem menos empreendedores e inovadores. O desejo de ingresso em uma carreira orientada dentro de uma organização já existente é mais proeminente do que a intenção de empreender em estudantes de final de curso (RAGHUNATH; KORONIS; SILVA, 2020). Para retomar a eficácia dos cursos voltados ao empreendedorismo no ensino superior e a aumentar o desejo por empreender na graduação, deve-se colocar a criatividade como papel central nas salas de aula. O envolvimento dos estudantes em atividades criativas influencia diretamente à intenção empreendedora e promove o comportamento criativo em termos de inovação e desenvolvimento (TANTAWY *et al.*, 2021).

Além dos cursos voltados, de fato, para ação empreendedora, a percepção de apoio da universidade, a disposição de criatividade percebida e a intenção empreendedora são variáveis que influenciam no engajamento do estudante no comportamento empreendedor (GARNICA, 2016). Dessa forma, evidencia-se a importância de incluir o empreendedorismo na sala de aula. A formação acadêmica

deve auxiliar a promover o empreendedorismo, através de uma atitude positiva, aumentando a conscientização sobre as carreiras empreendedoras e fornecendo as habilidades empresariais necessárias (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

Nesse sentido, são os professores universitários os responsáveis por facilitar a cultura do empreendedorismo para os seus alunos. Para um crescimento econômico sustentável, baseado em excelência e inovação, são necessários graduados universitários criativos e com competências empreendedoras. É indispensável, portanto, a promoção de uma cultura de inovação, criatividade e empreendedorismo no ambiente universitário. (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017).

2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Constatou-se que as publicações que relacionaram empreendedorismo, educação e criatividade, na base de dados *Scopus*, tiveram início em 2006. O primeiro estudo intitula-se “*Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education*”, de autoria de Henrik Berglund e Karl Wennberg. O objetivo deste artigo foi analisar estratégias de promoção da criatividade na educação para o empreendedorismo, comparando estudantes de engenharia com estudantes de administração. Como conclusão desse primeiro estudo encontrado, os resultados indicam que tanto os estudantes de engenharia, quanto os estudantes da área de negócios possuíam potencial criativo. Porém, os futuros engenheiros, canalizavam isso através de esforços práticos, já os da administração eram mais especulativos, com foco mais claro.

O artigo mais recente, publicado em maio de 2022, intitula-se “*Promoting student creativity and entrepreneurship through real-world problem-based maker education*”, de autoria de Xiaojing Weng, Thomas K.F. Chiu e Cheung Chun Tsang. Nesse artigo, o objetivo era explorar as dimensões da criatividade e do

empreendedorismo, através de uma metodologia de aprendizado com problemas do mundo real, com alunos do ensino médio. Diferentemente do primeiro artigo, esse foca em uma educação primária, com alunos ainda em idade escolar. Como conclusão, esse estudo sugere que adicionar problemas do mundo real nas atividades pode facilitar o desenvolvimento das competências de criatividade e empreendedorismo nos alunos.

O Quadro 1 apresenta a relação dos artigos que foram publicados, bem como os autores e o ano de publicação.

Quadro 1 – Relação dos artigos analisados

Nome do Artigo	Autores	Ano
Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education	Henrik Berglund, Karl Wennberg	2006
Creativity in entrepreneurship education	Daniel Hamidi Yar, Karl Jonas Wennberg, Henrik Berglund	2008
Business Creativity–Innovating European Entrepreneurship Education	Andrew Turnbull, Matthias Eickhoff	2011
Study on the Education Plan of the Creativity, Innovation and Entrepreneurship Ability in University Students	Chen Guojin	2011
Creativity as a history of the present in belgian education: from "new and appropriate" to "entrepreneurship" (1950-2013)	Bart Vranckx	2014
Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business	Lisa K. Gundry, Laurel F. Ofstein, Jill R. Kickul	2014
Influence of perceived university support, perceived effective entrepreneurship education, perceived creativity disposition, entrepreneurial passion for inventing and founding on entrepreneurial intention	Abdullahi Nasiru, Ooi Yeng Keat, Muhammad Awais Bhatti	2015
Educación informal en emprendimiento y creatividad en escuelas innovadoras	Gabriel Rodríguez Garnica	2016

Nome do Artigo	Autores	Ano
Organizational culture and creativity in entrepreneurship education: A study of secondary education in Nigeria	Chinonye Love Moses, Olokundun Maxwell Ayodele, Akinbode Mosunmola, Agboola Mayowa Gbenga	2016
Creativity, entrepreneurship and happiness: Ingredients for a High Education change	Presentación A Caballero-García, Esmeralda Guillén Tortajada, M ^a Pilar Jamenez Martinez	2017
Creativity, entrepreneurship, innovation, leadership and professional motivations: Comparing design students in different levels of undergraduate education	Nilanjan Raghunath, Georgios Koronis, Arlindo Silva	2020
Learner creativity among entrepreneurship students in higher education through e-learning	Mirjana Radović-Marković, Miloš Vučeković, Zorana Nikitović, Goran Lapčević	2020
The Development of a Sustainability-Oriented Creativity, Innovation, and Entrepreneurship Education Framework: A Perspective Study	Yu Shu, Shin Jia Ho, Tien Chi Huang	2020
Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative self-efficacy, creative process engagement, and entrepreneurial intentions	Maha Tantawy, Kendall Herbert, Jeffrey J. McNally, Thomas Mengel, Panagiotis Piperopoulos, David Foord	2021
Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration	Chengchun Wang, Norbert Mundorf, Ann Salzarulo-McGuigan	2022
Promoting student creativity and entrepreneurship through real-world problem-based maker education	Xiaojing Weng, Thomas K.F. Chiu, Cheung Chun Tsang	2022

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

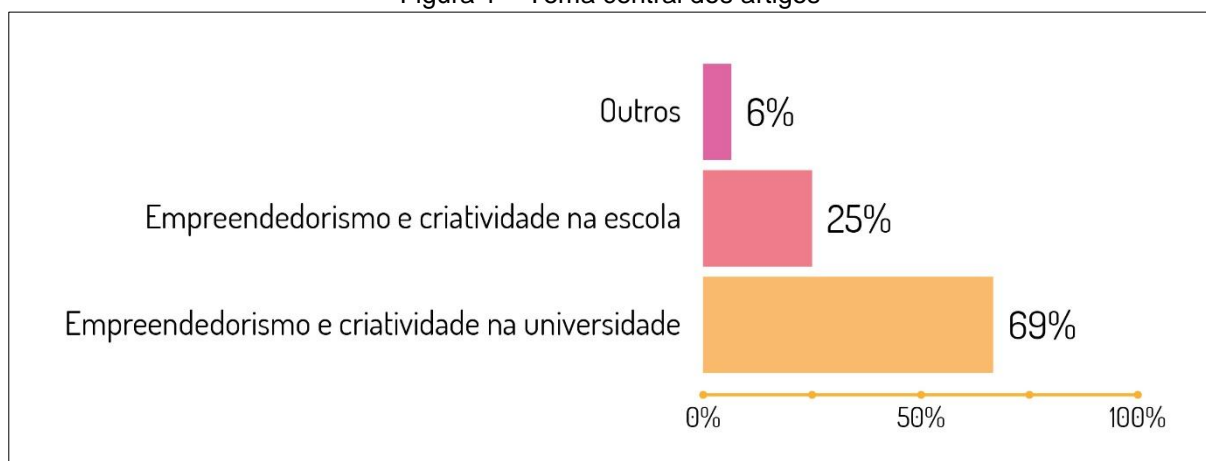
Para a presente pesquisa, o objetivo inicial constitui-se em analisar o enfoque teórico dos artigos publicados a partir da visão proposta no referencial teórico: educação criativa voltada para o empreendedorismo na educação primária (educação infantil, ensino fundamental e médio) e no ensino superior (graduação e pós-graduação), no ambiente universitário. Através da análise dos dados, observou-se que, grande parte dos artigos (68,75%), concentrou-se em analisar estudantes do ensino superior. Apenas 4 artigos, trouxeram o foco para a educação básica

(principalmente no ensino fundamental). Um dos estudos, ainda, não se deteve a educação formal, trouxe aspectos de empreendedorismo e criatividade de forma generalizada.

As subtemáticas encontradas, a partir dos objetivos de cada um dos estudos, foram variadas. Algumas pesquisas objetivavam clarear questões acerca da importância da criatividade no ambiente escolar, outras trouxeram a criatividade como crucial em cursos de empreendedorismo e outras ainda analisaram a intenção empreendedora e a habilidade criativa dos estudantes.

A Figura 1 evidencia o foco e a temática dos artigos encontrados, ao pesquisar como conceito empreendedorismo, educação e criatividade:

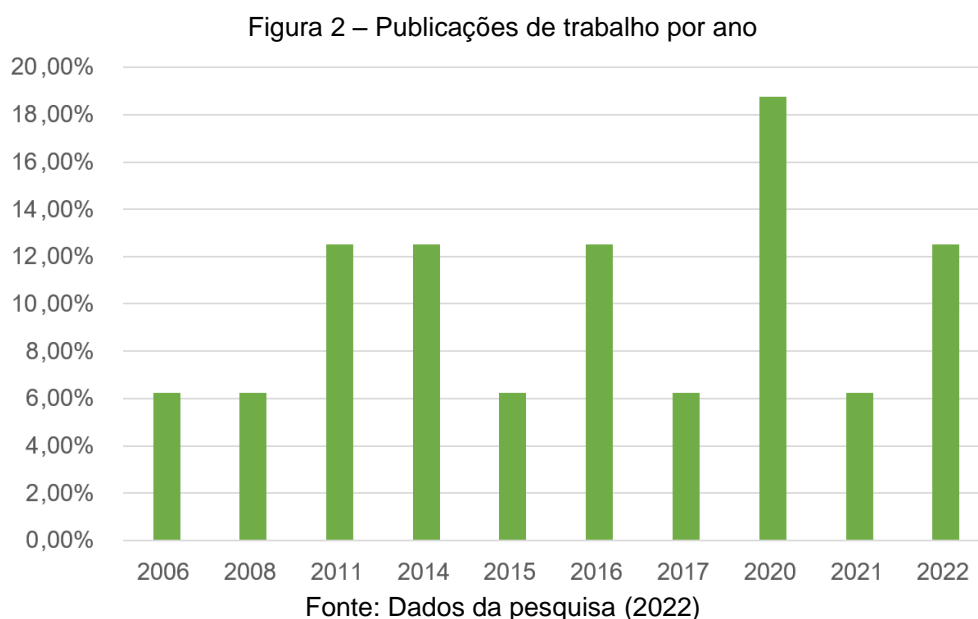
Figura 1 – Tema central dos artigos



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Partindo de uma análise temporal, possibilita-se identificar que existe uma certa continuidade na produção acadêmica do tema. Não havendo grande crescimento nos estudos relacionados. A maior concentração de publicação ocorreu em 2020, com 18,75% dos trabalhos (3 artigos publicados). Outros períodos de concentração de estudo (com 2 artigos publicados – 12,50%), foram 2011, 2014 e 2016. Até o momento atual, 2022 também conta com 2 artigos publicados sobre a temática.

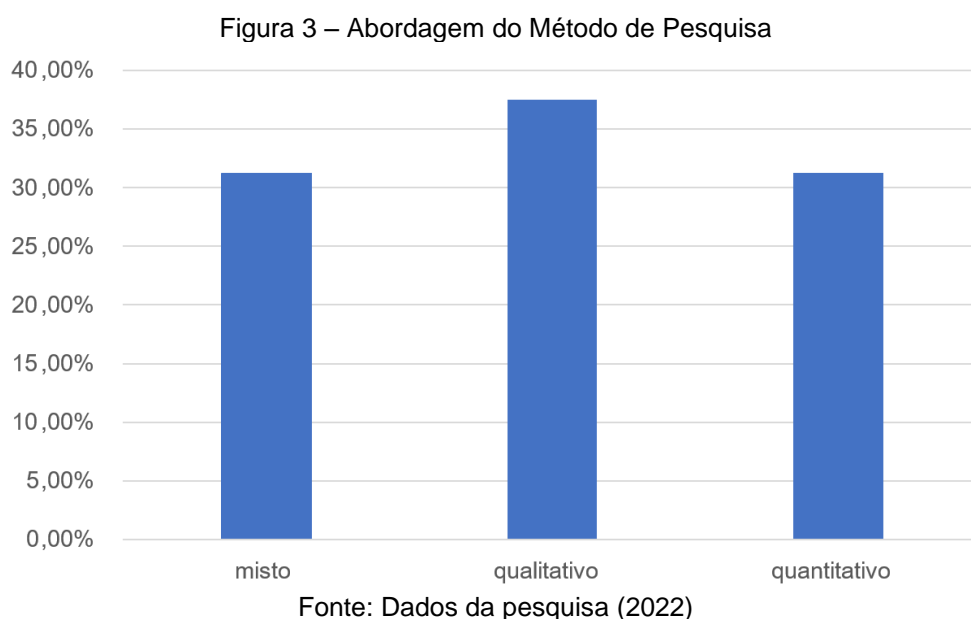
Na página a seguir, a Figura 2 evidencia a quantidade de estudos publicados a cada ano. Nota-se que, nos anos de 2007, 2009, 2010, 2012, 2013, 2018 e 2019, não foram publicados nenhum artigo.



Em relação às revistas que mais publicaram artigos interligando os temas empreendedorismo, educação e criatividade, dos 16 artigos apenas 2 artigos foram publicados pela mesma revista. A *International Journal of Management Education* publicou os estudos “*Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business*” e “*Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration*”, em 2014 e 2022, respectivamente. Observa-se, com isso, a abrangência de possibilidades de locais para publicações, com revistas tanto focadas em aspectos do empreendedorismo, quanto relacionadas à criatividade e/ou educação.

Quanto ao método de pesquisa utilizado pelos artigos, observa-se certa padronização (Figura 3). Nenhum tipo de estudo metodológico foi destaque. As pesquisas de cunho qualitativo ficaram em maioria, com 37,5% e, em seguida vieram as pesquisas quantitativas e de método misto, com 31,25%. Destaca-se aqui as pesquisas de metodologia mista (estudos com abordagem qualitativa e

quantitativa), visto que a complexidade do tema pode exigir mais de um tipo de estudo para compreender a temática de forma ampla.



Quanto aos autores responsáveis pelas publicações, observou-se uma grande diversidade de nomes. Ao longo dos 16 artigos analisados, 44 autores distintos foram identificados. Apenas um autor publicou mais de um estudo. Henrik Berglund, tem autoria nos artigos “*Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education*”, publicado em 2006, e “*Creativity in entrepreneurship education*”, publicado em 2008.

Os resultados dos estudos analisados reforçam a importância de uma educação voltada para a criatividade, com o objetivo de desenvolver comportamento empreendedor nos estudantes. Além disso, evidenciam a necessidade de exploração do desempenho criativo nas escolas e universidades, como forma de estimular o ensino voltado ao empreendedorismo.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o século passado, percebe-se a ascensão de pesquisas acadêmicas sobre criatividade. O desenvolvimento da criatividade estabelece-se como fundamental para o desenvolvimento científico, social e econômico e, a educação – através das escolas e universidades - contém um papel essencial nessa construção (HENNESSEY; AMABILE, 2010). Na educação dita como tradicional, contudo, nem sempre é estimulado as competências criativas nos estudantes (WANGA; MUNDORF; SANZARULO-MCGUIDAN, 2022). Por vezes, em algumas instituições escolares, a criatividade é vista como uma característica indesejável (HENNESSEY; AMABILE, 2010).

Na contemporaneidade, porém, sabe-se da importância do desenvolvimento da criatividade em diversos contextos. Um deles, faz referência ao empreendedorismo, uma vez que uma das características primárias para empreender é o comportamento criativo (CABALLERO-GARCIA; TORTAJADA; MARTÍNEZ, 2017). O empreendedorismo, entendido como o potencial para inovação, é visto como um essencial indicador econômico. Já a criatividade, dita como uma das características essenciais para o processo de empreender, aparece como um indicador educacional. Para iniciar o desenvolvimento de um projeto empreendedor, observa-se que a criatividade e a inovação são essenciais. A concretização do empreender, como consequência, perpassa pela educação e, essa deve ser voltada para a criatividade empreendedora (SHU; HO; HUANG, 2020).

Através da análise bibliométrica, chegou-se a um total de 29 artigos. A partir da leitura dos títulos e resumos, foram separados para leitura na íntegra 16 artigos. A partir da presente pesquisa, observa-se a predominância de estudos com a temática de criatividade e empreendedorismo na educação com enfoque qualitativo, com foco em análises de literatura. Com esse cenário, abrem-se possibilidades para novos estudos com enfoque quantitativo ou mistos, que podem agregar ainda mais valor às pesquisas já publicadas.

Além disso, percebe-se que diferentes revistas acadêmicas publicaram estudos com o tema criatividade, empreendedorismo e educação. Apenas uma revista, a *International Journal of Management Education*, publicou mais de um estudo na temática. Nota-se, portanto, o amplo leque de locais que estão fomentando a temática no meio acadêmico.

Quanto às datas, observa-se que o ano de 2020 foi o mais expressivo em termos de números de estudos publicados (18,75%). Constatou-se que as publicações que relacionaram empreendedorismo, educação e criatividade, na base de dados Scopus, tiveram início em 2006. O primeiro estudo intitula-se de “*Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education*”, de autoria de Henrik Berglund e Karl Wennberg. O artigo mais recente, publicado em maio de 2022, intitula-se “*Promoting student creativity and entrepreneurship through real-world problem-based maker education*”, de autoria de Xiaojing Weng, Thomas K.F. Chiu e Cheung Chun Tsang.

Não foi observado uma ascensão significativa do ano de 2006 a 2022. Pelo contrário, podem ser visualizados picos não ordenados. Alguns outros anos de destaque foram 2011, 2014, 2016 e 2022 (com 12,50% dos estudos publicados em cada ano). Percebe-se, a partir dessa análise, que o ambiente acadêmico deste tema não está saturado, permitindo novas pesquisas sobre a temática.

O destaque dos autores foi para o nome de Henrik Berglund, com dois artigos publicados. Os demais estudos tiveram variados autores em suas respectivas autorias. No total, observou-se 44 nomes distintos como autores dos artigos.

Quanto ao foco dos estudos, observou-se que grande parte dos artigos (68,75%) se concentrou em analisar estudantes do ensino superior. Apenas 4 artigos, trouxeram atenção para a educação básica (principalmente no ensino fundamental). Um dos estudos, ainda, não se deteve a educação formal, trouxe aspectos de empreendedorismo e criatividade de forma generalizada. Percebe-se, portanto, a necessidade de mais estudos voltados para a educação primária.

As conclusões dos estudos analisados reforçam a importância de uma educação voltada para a criatividade, com o objetivo de desenvolver comportamento

empreendedor nos estudantes. Além disso, evidenciam a necessidade de exploração do desempenho criativo nas escolas e universidades, como forma de estimular o ensino voltado ao empreendedorismo.

A revisão bibliométrica sobre a relação entre empreendedorismo, criatividade e educação, na base de dados Scopus, portanto, possibilitou uma análise ampla sobre os estudos que estão sendo publicados sobre a temática no meio acadêmico. Percebe-se, com isso, que ainda existe espaço para publicações tanto sobre a criatividade empreendedora quanto acerca do papel da educação no processo empreendedor e criativo. Outrossim, sugere-se que mais estudos sejam focados em analisar questões de empreendedorismo e criatividade dentro do ambiente escolar, ainda nos anos iniciais de ensino. Recomenda-se, ainda, que as próximas pesquisas ainda possam ampliar suas metodologias para uma abordagem mista, com objetivo de compreender melhor o fenômeno pesquisado. Ressalta-se que os resultados encontrados nessa pesquisa são limitados devido aos parâmetros de busca no método de pesquisa. Abre-se, portanto, espaço para uma análise mais profunda considerando, por exemplo, outras bases de dados.

REFERÊNCIAS

AMABLE, Teresa M. Creativity and Innovation in Organizations. **Harvard Business School Publishing**, January 05, 1996.

BARTH, Mauricio; SANFELICE, Gustavo Roese. When Scientific Production Enters in Field: Bibliometrics Appointments about Soccer. **international journal of advanced engineering research and science**, v. 6, p. 44-48, 2019.

BERGLUND, Henrik; WENNBERG, Karl. Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education **Int. J. Cont. Engineering Education and Lifelong Learning**, v. 16, n. 5, p. 366-379, 2006.



CABALLERO-GARCIA, Presentación A.; TORTAJADA, Esmeralda Guillén; MARTÍNEZ, M. Pilar Jiménez. Creativity, entrepreneurship and happiness: Ingredients for a High Education change. *In: World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, 2017, Florida. **Proceedings of The 21st World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics.*** Florida: International Institute of Informatics and Systemics, 2017, p. 318-322. Disponível em: https://globoeducationforum.org/wp-content/uploads/2021/10/DOC-6_Creativityentrepreneurship-and-happiness-Ingredients-for-a-High-Education-change.pdf. Acesso em: 08 ago. 2022.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios.** Empreende. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2021.

FERRAZ, Robson Paulo Ribeiro *et al.* Empreendedorismo Corporativo em Organizações Públicas: um Estudo em uma Universidade Pública. *In: XXXVIII Encontro ANPAD, 2014, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos [...]***. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2014, p. 116. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/73/2014_EnANPAD_APB275.pdf Acesso em: 08 ago. 2022.

GARNICA, Gabriel Rodriguez. Educación informal en emprendimiento y creatividad en escuelas innovadoras. **Opción**, v. 12, p. 425-443, 2016.

GUNDRYA, Lisa K.; OFSTEINB, Lauren F.; KICKUL, Jill R. Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business. **The International Journal of Management Education**, v. 12, p. 529-538, 2014.

GUOJIN, Chen. Study on the Education Plan of the Creativity, Innovation and Entrepreneurship Ability in University Students. **Springer-Verlag Berlin Heidelberg**, p. 305-311, 2011.

HAMIDI, Daniel Yar; WENBERG, Karl; BERGLUND, Henrik. Education Creativity in entrepreneurship education. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 15, n. 2, p. 304-320, 2008.

HENNESSEY, Beth A.; AMABILE, Teresa M. Creativity. **Annu. Rev. Psychol**, v. 61, p. 569-598, 2010.



HISRICH, Robert. D.; PETERS, Michael. P.; SHEPHERD, Dean. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

LOVATO, Fabrício Luís *et al.* Metodologias Ativas de Aprendizagem: uma Breve Revisão. **Acta Scientiae**, v. 20, n. 2, p. 154-171, 2018.

MORAIS, Maria de Fátima; MIRANDA, Lúcia C. Práticas Criativas em Sala de Aula e a Criatividade dos Docentes: Estudo Exploratório no Ensino Básico. **Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación**, v. 19, n. 3, p. 6176, 2021.

MOSES, Chinonye Love *et al.* Organizational culture and creativity in entrepreneurship education: A study of secondary education in Nigeria. **Research Journal of Applied Sciences**, v. 11, n. 8, p. 586-591, 2016.

NASIRU, Abdullahi; KEAT, Ooi Yeng; BHATTI, Muhammad Awais. Influence of perceived university support, perceived effective entrepreneurship education, perceived creativity disposition, entrepreneurial passion for inventing and founding on entrepreneurial intention. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, v. 06, n. 3, p. 88-95, mai. 2015.

NEVOA, Antonio. **Escolas e professores**: proteger, transformar, valorizar. Salvador: Instituto Anísio Teixeira, 2022. 112 p.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira; BARTH, Mauricio. Produção Científica na Base de Dados Scopus: Uma Análise sobre a Indústria Criativa. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 9, p. 48-61, 2014.

RADOVIĆ-MARKOVIĆ, Mirjana; VUČEKOVIĆ, Miloš; NIKITOVIĆ, Zorana; Lapčević, Goran; Learner creativity among entrepreneurship students in higher education through e-learning. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 24, n. 5, p. 01-07, 2020.

RAGHUNATH, Nilanjan; KORONIS, Georgios; SILVA, Arlindo. Creativity, entrepreneurship, innovation, leadership and professional motivations: Comparing design students in different levels of undergraduate education. *In*: IEEE International Conference on Teaching, Assessment and Learning for Engineering (TALE), 2020.



Proceedings of IEEE TALE 2020 – An International Conference on Engineering, Technology and Education. Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2020, p. 77-82. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9368467>. Acesso em: 08 ago. 2022.

SHU, Yu; HO, Shin-Jia; HUANG, Tien-Chi. The Development of a Sustainability Oriented Creativity, Innovation, and Entrepreneurship Education Framework: A Perspective Study. **Frontiers in Psychology**, v. 11, p. 01-07, 2020.

SIMONTON, Dean Keith. Creativity: Cognitive, Personal, Developmental, and Social Aspects. **American Psychologist**, v. 55, n. 1, p. 151-158, 2000.

SOARES, Sandro Vieira; PICOLLI, Ícaro Roberto Azevedo; CASAGRANDE, Jacir Leonir. Pesquisa bibliográfica, pesquisa bibliométrica, artigo de revisão e ensaio teórico em administração e contabilidade. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 308-399, 2018.

TANTAWY, Maha *et al.* Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative self-efficacy, creative process engagement, and entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing Insights**, v. 15, p. 01-08, 2021.

TURNBULL, Andrew; GORDON, Robert. Business Creativity–Innovating European Entrepreneurship Education. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 24, n. 1, p. 139-150, 2011.

VRANCKX, Bart. Creativity as a history of the present in belgian education: from "new and appropriate" to "entrepreneurship" (1950-2013). **Knowledge Cultures**, v. 2, n. 3, p. 25-49, 2014.

WANGA, Chengchum; MUNDORF, Norbert; SANZARULO-MCGUIDAN. Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. **The International Journal of Management Education**, v. 20, p. 01-11, 2022.

WENG, Xiaojing, CHIU, Thomas K. F., TSANG, Cheung Chun. Promoting student creativity and entrepreneurship through real-world problem-based maker education. **Thinking Skills and Creativity**, v. 45, p. 01-16, mai. 2022.

Recebido em 14/09/2022

Publicado em 10/11/2022