

EMPREENDEDORISMO EM ACADÊMICOS DE PSICOLOGIA

Maria Alice Mantovani¹
Scheila Beatriz Sehnem²

RESUMO

A formação acadêmica é primordial para a capacitação profissional, com as transformações no mercado de trabalho, há uma necessidade de desenvolver características que apoiem o estudante após a formação para sua inserção nesse novo contexto. No presente artigo discutem-se as percepções sobre o tema empreendedorismo e as características empreendedoras na vida acadêmica de estudantes iniciantes e concluintes de um Curso de Psicologia. Trata-se de uma pesquisa descritiva, com amostra composta por 70 acadêmicos do segundo e décimo períodos do Curso de Psicologia de uma universidade do Oeste de Santa Catarina. Os instrumentos utilizados foram a Escala Carland Entrepreneurship Index (CEI) e um questionário com 12 perguntas fechadas e seis abertas. Os resultados apontaram que 49 dos acadêmicos entrevistados se classificam como empreendedores, nove, como microempreendedores, e nenhum como macroempreendedor; todos apresentaram algum nível de característica empreendedora que, no geral, classificou-se como mediana, porém não se observa alteração dessas características ao longo do Curso. Quanto ao conceito de empreendedorismo, os acadêmicos reconhecem a importância e a necessidade de ser um profissional empreendedor, mas possuem dificuldade em compreender efetivamente esse conceito. Conclui-se que a instituição de ensino possui um papel importante nesse processo, no sentido de resgatar e estimular no futuro profissional da psicologia esse saber empreender. Palavras-chave: Empreendedorismo. Psicologia. Acadêmicos.

1 INTRODUÇÃO

A Psicologia é a ciência que estuda o comportamento humano, em toda sua variedade e complexidade, na medida em que responde aos eventos físicos e sociais que formam o meio ambiente. Ao estudar o comportamento humano em suas diversas manifestações, a Psicologia busca compreender a natureza do homem: seus desejos, esperanças, medos, aptidões e limitações. Tenta compreender por que as pessoas fazem o que fazem, a capacidade que o ser humano tem de se adaptar ao seu meio, a natureza da sua inteligência, as causas originais de seus conflitos internos e o seu comportamento como animal social (CABRAL; NICK, 2006, p. 262).

Segundo o Conselho Regional de Psicologia, a formação do psicólogo o habilita a atuar em qualquer uma das áreas da Psicologia descritas na Resolução CFP n. 13/2007, sendo elas: Psicologia Escolar/Educacional, Psicologia Organizacional e do Trabalho, Psicologia de Trânsito, Psicologia Jurídica, Psicologia do Esporte, Psicologia Clínica, Psicologia Hospitalar, Psicopedagogia, Psicomotricidade, Psicologia Social e Neuropsicologia.

São amplas as oportunidades para os profissionais da Psicologia, porém vários fatores interferem na obtenção ou não de sucesso dos psicólogos enquanto profissionais. Com os avanços tecnológicos que vêm ocorrendo no século 21, reinventaram-se também as profissões, e é crescente o número de novas profissões e *startups* de empreendedorismo que ganham o mercado, como formas de garantir renda e segurança diante das crises que assolam o cenário mundial.

Partindo da premissa de que os seres humanos interagem com o meio de forma direta, visto que o meio modifica sua forma de agir e vice-versa, é necessário estar atento a essas mudanças. Com a possibilidade de se manter estático e gerar uma realidade em que podem não obter êxito ou satisfação

¹ Graduanda no Curso de Psicologia da Universidade do Oeste de Santa Catarina; mariaythe@hotmail.com

² Mestre em Educação pela Universidade do Oeste de Santa Catarina; Professora no Curso de Psicologia da Universidade do Oeste de Santa Catarina; scheila.sehnem@unoesc.edu.br

concreta na execução de suas atividades, os profissionais são levados a acompanhar a demanda e a necessidade de inovação, empreendendo em suas respectivas profissões, o que deve acontecer também com os profissionais da Psicologia.

Ainda, com base em exigências do mercado atual, há uma dificuldade dos profissionais em encontrar emprego ou criar novos empreendimentos, destacando a importância de fazer pensar o aluno e educador, ou mesmo a instituição de ensino, sobre as novas possibilidades, a busca por técnicas avançadas que acompanhem o avanço global e a forma como as pessoas têm buscado se desenvolver, sem dissociar-se da relevância do conhecimento, por parte dos novos profissionais, acerca das mudanças relacionais e comportamentais.

Podem ser encontrados muitos artigos e pesquisas sobre o tema empreendedorismo (DOLABELA, 1999; DIB; DIAS, 2003; FILION, 2003; MENEZES, 2003; CARVALHO FILHO, 2005; DORNELAS, 2008;) atrelados aos temas administração ou gestão, porém ainda são poucas as pesquisas referentes ao tema empreendedorismo e à formação profissional, e não há nenhuma específica relacionada à Psicologia. Em razão disso surge o interesse sobre o tema, sendo útil tanto para estudantes e profissionais da área, quanto para a instituição de ensino como meio de avaliar seu papel de incentivador e facilitador desse processo.

Nessa linha, as instituições universitárias têm por desafio preparar o aluno para a vida profissional a partir da compreensão de que formar deve ser “muito mais do que puramente treinar o educando no desempenho de destrezas.” (FREIRE, 1996, p. 6).

É necessário compreender quais são as características empreendedoras fundamentais para a formação de profissionais atualizados e exitosos e quais habilidades podem ser desenvolvidas durante a formação que propiciam maior desenvoltura e manejo com questões práticas no momento de iniciar a carreira profissional e na escolha da área de atuação, bem como para o bem-estar e a saúde mental do profissional.

É destacada a importância de o próprio aluno conhecer o tema e estar ciente de sua responsabilidade na própria formação. Com o presente trabalho, objetivou-se investigar as percepções e significados que os acadêmicos atribuem ao tema empreender e os níveis de características empreendedoras ao longo da graduação em Psicologia, sendo importante e necessário para esses alunos buscar ferramentas e meios que facilitem seu contato com a informação e o conhecimento de como desenvolver essas habilidades que o apoiam como futuro profissional.

2 PSICOLOGIA ENQUANTO PROFISSÃO

Para se compreender com clareza a necessidade de empreender na Psicologia é necessário conhecer, de forma breve, o que é a psicologia e o que compreende a profissão de psicólogo, além de seu processo de desenvolvimento no contexto cultural e social brasileiro ao longo do tempo.

Segundo Amendola (2014), com a Lei n. 4.119, de 27 de agosto de 1962, sancionada pelo Presidente da República João Belchior Goulart, foi oficializado o exercício da Psicologia no Brasil. Consolidando a prática de uma Psicologia Aplicada, a referida Lei estabeleceu, no Capítulo 3, Art. 13, a exclusividade do uso de testes psicológicos para fins de diagnóstico psicológico, orientação e seleção profissional, orientação psicopedagógica e solução de problemas de ajustamento. Com isso, percebe-se que: “A preocupação com a formação profissional estava baseada em uma concepção tecnicista de Psicologia, centralizada, em boa parte, na obtenção de resultados por meio da aplicação de técnicas e instrumentos psicológicos.” (AMENDOLA, 2014, p. 974).

Amendola (2014), ainda, descreve que com o passar do tempo e com novas legislações, que vêm no rastro da necessidade de organização da vida social, de acordo com as mudanças ocorridas, surgem novos desafios para a profissão, tanto para as condições do ensino quanto para a prática profissional. A

demanda por profissionais de Psicologia vai ao encontro das necessidades sociais e políticas, bem como das exigências do mercado, desde o início da profissão até a atualidade, levando a instituição, os meios de ensino e os profissionais a buscar adaptação e melhoramento de suas atribuições.

Do mesmo modo, segundo Juckes e Barresi (1993 apud BASTOS; GOMES, 2012, p. 669), considera-se a dimensão objetiva e subjetiva, tanto nos indivíduos quanto na sociedade, como condição para se entender a complexa conexão entre os dois e como base para o entendimento das mudanças sociais.

Dessa forma, destaca-se a importância e a relevância das interações entre as instituições de ensino para psicólogos e as demandas que emergem, pois as decisões e exigências definidas pelas instituições de ensino acabam definindo muito o modo como os profissionais exercerão suas tarefas, ensinando com enfoque nas necessidades do mercado e da sociedade e com base na ética profissional.

Moura (1999) comenta que os cursos de graduação em Psicologia, ao formularem seus currículos, se comprometem com uma vinculação articulada com os sistemas políticos vigentes, de forma a evitar e a descaracterizar qualquer tentativa de apropriação do aspecto social por parte dos psicólogos, apresentando uma formação reducionista e tecnicista, que se refletem no distanciamento teórico-conceitual e prático da profissão perante as demandas sociais de atenção à saúde. (TOREZAN et al., 2013, p. 135).

No início a profissão estava diretamente ligada a procedimentos técnicos, envolvendo testagens, padronização e organização de indivíduos, sendo pouco relatada sua função de estudo da subjetividade humana, que é o que diferencia a Psicologia enquanto ciência (BOCK, 2006).

O que apoia o desenvolvimento da Psicologia enquanto ciência, além de fatores culturais e éticos, são os procedimentos técnicos desenvolvidos e aprimorados por meio de pesquisa. A necessidade de formação dos graduandos a partir de atividades de pesquisa é uma temática já comentada por Weber (1985), pois, mais importante do que acrescentar à graduação novas disciplinas ou objetivos, as agências formadoras deveriam pensar em formas de estruturar o Curso de Psicologia que possibilitassem a participação dos alunos no processo de construção do conhecimento.

Somente transcendendo a dimensão técnica é que o psicólogo se torna capaz de questionar sobre o que faz, com que finalidade e para quem dirige a sua prática, incluindo as relações de saber e poder que ele próprio estabelece no lugar que ocupa. Assim, o psicólogo conseguirá realizar uma análise crítica de sua prática e das implicações decorrentes dela, não apenas estando atento ao que produz, mas a como esta o afeta e o constitui (COIMBRA; NASCIMENTO, 2007).

Partindo da subjetividade humana, muito além da técnica, é necessário que o profissional esteja preparado e obtenha domínio e conhecimento sobre si. O psicólogo é um profissional que realiza intervenções intencionais e planejadas no processo psicológico dos sujeitos, fortalecendo-os para lidar com suas dificuldades e conflitos do cotidiano, ajudando-os a se conhecer melhor, e, para isso, utiliza-se de técnicas e instrumentos científicos, afinal a Psicologia é uma profissão e uma ciência (BOCK, 2006).

Por ser ciência e profissão, a Psicologia está delimitada como dentro da ciência da saúde. Dessa forma, esse campo de trabalho exige um olhar constante às mudanças e alterações nos modelos de pensar e adoecer psíquico dos indivíduos, podendo o profissional atuar não somente de maneira terapêutica, mas preventiva e educativa no seu devido campo de conhecimento.

A partir desse novo campo de trabalho que se apresentava ao psicólogo, surgiram vários questionamentos referentes à sua formação e à sua capacitação para ampliar suas atividades nesse espaço, o que demandaria um repensar em torno da saúde e da doença e seus diversos aspectos – políticos, sociais, econômicos e psicológicos. Com a presente demanda de psicólogos, fez-se necessária a procura pela definição do campo, do lugar e especialmente das aptidões, conhecimentos e habilidades que devem compor o currículo para a formação desses profissionais. (CANTELE; ARPINI; ROSO, 2012, p. 913).

Paparelli e Nogueira-Martins (2007), ao fazerem uma reflexão crítica a respeito, avaliam que a formação profissional do psicólogo é marcada por deficiências, não estando ele preparado, muitas vezes, para atender às necessidades da população. Em cenários como o vivenciado hoje, em pleno século XXI, com a agilidade da informação e as mudanças crescentes, fica clara a importância de se desenvolverem características que apoiem os profissionais da Psicologia no cumprimento de suas funções, e algo que pode ser destacado é o desenvolvimento de características empreendedoras e conhecimentos acerca do empreendedorismo.

3 EMPREENDEDORISMO

Dolabela (1999) e Fillion (2003) destacaram que é importante entender o empreendedorismo como algo absorvido por pessoas com diferentes graus de necessidades, não existindo uma fórmula que permita inferir o sucesso ou o fracasso profissional. Da mesma forma, não há padrões psicológicos que possam definir o perfil do indivíduo empreendedor, deixando clara a ideia de que determinados perfis crescem com a prática.

Empreendedorismo, como descreve Fillion (2003), é aprendido, geralmente, pela transmissão de valores, em contato com o empreendedor, e por trocas de saber com aqueles que o praticam. Para tanto, é preciso que, além da instituição, o aluno possua um conceito concreto do que se trata ser empreendedor. Diferente do que o senso comum rotula, empreendedores não são apenas os profissionais autônomos que abrem seus próprios negócios ou criam um diferencial.

Dornelas (2008) coloca que empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. Para Menezes (2003), o empreendedor, a partir de um comportamento criativo e inovador, sabe transformar contextos, estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais e gerar resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, dedicação, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização.

Entende-se empreendedorismo, assim como para Dib e Dias (2003), “como possibilidade de autonomia e gerenciamento de qualquer tipo de carreira (e não algo exclusivo àqueles que pretendem montar o próprio negócio).” Com isso, destaca-se a importância de deixar claro que empreender não é apenas fazer algo novo, mas com valor e relevância à individualidade do sujeito que o faz, interferindo na sua forma de perceber e de interagir e no bem-estar, podendo refletir na saúde física e psíquica do indivíduo.

Alguns sujeitos são mais propensos a ser empreendedores de forma nata, e outros acabam desenvolvendo tais características. Segundo Carvalho Filho (2005), após uma pesquisa feita com mais de 400 estudantes, os homens possuem naturalmente propensão a ser mais empreendedores que as mulheres, porém características que podem ser aprendidas foram destacadas por ele como as principais em jovens empreendedores, e são a criatividade e a inovação. “Atualmente tem-se como um diferencial competitivo ter criatividade e saber aplicar na empresa e na vida pessoal. A inovação começa com uma ideia, e a criatividade é a ferramenta para essa inovação ser colocada em prática.” (LAGO et al., 2008, p. 83).

Por se tratar de um tema considerado novo, principalmente no Brasil, o empreendedorismo ainda não possui um significado nem características delimitadas como específicas e únicas para sua classificação. Porém, nos últimos 10 anos os estudos sobre o tema habilidades principais para empreendedores.

Dornelas (2008) sintetiza, a partir de diversos autores, um quadro que apresenta as seguintes características dos empreendedores bem-sucedidos: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o

próprio destino, ficam ricos, são líderes formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Os profissionais de hoje estão buscando meios de atualizar seus serviços e produtos para assegurar o êxito. Com isso, fica clara a necessidade de se desenvolverem características de empreendedorismo, como visão ampla da situação do mercado, de seu desenvolvimento e dos meios para efetivar essas mudanças e se alcançar um diferencial.

Da mesma forma, os estudantes, antes mesmo de entrarem no mercado de trabalho, já estão buscando conhecer o meio e as formas como podem atuar. Com isso surge uma oportunidade de garantir que se tornem profissionais já inseridos nesse novo contexto, com uma efetiva busca ainda durante o período de formação, nas escolas e universidades, por conhecimentos e, por conseguinte, com o desenvolvimento de características empreendedoras e de inovação.

Segundo Freitas Júnior et al. (2013), enquanto no exterior a inovação e o empreendedorismo se configuram dentro das empresas, no Brasil o melhor campo para se desenvolver inovação são as universidades, que além de promoverem a inovação, devem fomentar a transferência de conhecimentos.

Verifica-se que a universidade se constitui em um ambiente propício à inovação, pela concentração de capital intelectual e pela geração, compartilhamento e disseminação de ativos de informação e conhecimento. Além disso, a universidade deve combinar seus recursos e potenciais na área de pesquisa, visando estimular o surgimento de ambientes de inovação. (FREITAS JÚNIOR et al., 2013, p. 55).

Com isso, apresenta-se a necessidade de um olhar mais abrangente no sentido de avaliar se há efetivamente uma influência positiva como estímulo dessas características, buscando meios de avaliar esses fatores, facilitando o processo de identificação e de como realizar melhorias e implementar técnicas e conteúdos no processo de formação dos jovens.

Para Dib e Dias (2003), em síntese, a forma mais efetiva de ensinar o empreendedorismo é aproximando o mundo da educação (qualquer seja seu nível) do mundo do trabalho, fazendo com que os alunos estejam inteirados e cientes de como ocorrem as mudanças no mercado, da forma prática como podem e vão executar suas funções e, com isso, de como podem melhorar e empreender na profissão segundo os avanços do mercado global.

Destacando a importância e influência da gestão das instituições de ensino no papel de incentivadores e desenvolvedores diretos ou indiretos dessas características de inovação, aparece também como fator determinante a disposição de cada indivíduo com sua subjetividade e suas determinantes nesse processo.

Muito mais do que os estímulos propostos pelas instituições, as características natas e os determinantes socioeconômicos dos sujeitos acabam por interferir nesse processo de formação empreendedora. "Independentemente do sexo, a presença de background familiar em atividades empreendedoras é significativa na opção pessoal pelo negócio próprio, reforçando o papel do exemplo familiar." (CARVALHO FILHO, 2005, p. 293).

Esses fatores associados às características podem e devem, por sua extrema importância, ser desenvolvidos pelos jovens ainda durante a formação, para um desenvolvimento do indivíduo como sujeito, seu bem-estar e confiança na realização pessoal mediante a profissão escolhida. Além disso, o trabalho feito por profissionais que apresentam tais características tem obtido grande procura e vem ganhando destaque no mercado por apresentar qualidade e meios de execução práticos e eficazes, proporcionando sucesso e satisfação dos clientes.

4 MÉTODO

Trata-se de uma pesquisa descritiva, que consiste em descrever as características de determinada população (GIL, 2008 apud SANTOS, 2010), objetivando analisar e conhecer características e ações dos sujeitos quanto ao tema empreendedorismo.

Os sujeitos que compuseram a amostra deste estudo foram um total de 70 alunos, 43 alunos cursando a segunda fase e 27 alunos cursando a décima fase do Curso de Psicologia de uma universidade do Oeste de Santa Catarina no ano 2017.

O instrumento para coleta de dados foi a aplicação de um questionário semiestruturado elaborado pelas pesquisadoras composto por 12 questões fechadas e seis abertas, buscando classificar o perfil socioeconômico dos alunos, além de investigar a percepção destes quanto ao conceito de empreendedorismo; o questionário segue o modelo *survey*, que “é apropriada quando a ênfase da pesquisa é analisar traços, opiniões ou ações de indivíduos.” (ROESCH, 1999, p. 197). Além disso, foi utilizada a Escala Carland Entrepreneurship Index (CEI), na versão em português (INÁCIO JÚNIOR; GIMENEZ, 2004), que consiste em um questionário de autorresposta com 36 pares de afirmações, no formato de escolha forçada. Esse instrumento, quanto a sua tabulação, permite a separação dos respondentes entre os valores de 0 a 33 pontos, contidos em três faixas: de microempreendedor (0 a 15) a macroempreendedor (26 a 33), passando pela faixa intermediária de empreendedor (16 a 25), além de possibilitar medir o nível de características empreendedoras separadas em quatro categorias.

A coleta de dados aconteceu em sala de aula, de forma coletiva, com a autorização prévia da coordenação do Curso, em datas previamente agendadas com os professores. A aplicação dos instrumentos foi realizada em duas etapas, em um primeiro momento foi feita a aplicação do questionário e, posteriormente, a aplicação da Escala CEI. Como aconteceram dois momentos distintos, houve uma discrepância no número de acadêmicos presentes participantes, 12 alunos que estiveram presentes na aplicação do questionário, faltaram no momento da aplicação da escala. No total, 70 alunos participaram da aplicação do questionário, e 58, da aplicação da Escala. Cada sujeito respondeu ao questionário e realizou a Escala de maneira individual.

No momento da aplicação, foi esclarecido o objetivo da pesquisa e entregue aos participantes o termo de consentimento livre e esclarecido.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A análise e a interpretação dos resultados foram realizadas de forma descritiva, produzindo uma comparação entre a segunda e a décima fases do Curso, bem como, com a literatura pesquisada acerca do tema empreendedorismo, visando facilitar a compreensão e a leitura.

Foi aplicada uma escala CEI, a qual possibilitou medir o nível de características empreendedoras separadas em quatro categorias: propensão à inovação, propensão ao risco, traços de personalidade e postura estratégica. Além disso, foi possível medir utilizando os dados da mesma escala se os alunos se classificam dentro de níveis: microempreendedor, empreendedor ou macroempreendedor.

Por meio do questionário aplicado, foi possível identificar, mediante a percepção dos acadêmicos participantes da pesquisa, se há um conhecimento técnico sobre o tema empreendedorismo e quais são as características básicas de um empreendedor, e como os próprios acadêmicos as percebem em si e seu desenvolvimento ao longo da graduação. O questionário também possibilita verificar a existência de algum familiar ou figura empreendedora no convívio dos acadêmicos, pois essa informação fica exposta em seus relatos, o que colabora para o desenvolvimento de tais características.

A escala e as categorias do questionário serão apresentadas na sequência, iniciando pela descrição das características básicas dos sujeitos. Os dados foram categorizados de forma total e por fase, para facilitar a análise e observância de mudanças e crescimento, ou não, dessas características ao longo da graduação.

5.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Dos 70 sujeitos que participaram deste trabalho de investigação, 29 possuem idades entre 16 e 20 anos, 35 sujeitos têm de 21 a 30 anos, e seis, acima de 30 anos. Na segunda fase do Curso estão 43 alunos, sendo 19 anos a idade da maioria, e a décima fase, com 27 alunos, apresenta 23 anos como a idade predominante. De acordo com o Portal Brasil (2015), é previsto pelo Plano Nacional de Educação (PNE), aprovado em 2001, o ingresso na universidade de 30% das pessoas com idades entre 18 e 24 anos em todo o Brasil.

Do total de 70 acadêmicos que responderam à pesquisa, a maioria (65) são do gênero feminino, e os demais (cinco) são do gênero masculino. Esse dado é confirmado pelo Conselho Federal de Psicologia (2004), que afirma que “[...] a psicologia continua sendo uma profissão exercida predominantemente por mulheres.” Ainda, de acordo com o Portal Brasil (2015), em 2010, havia um contingente maior de mulheres entre os universitários de 18 a 24 anos de idade, representando 57,1% do total de estudantes que frequentam o ensino superior nessa faixa etária. Dentro da população total na faixa etária citada (não apenas formada por universitários), 15,1% das mulheres frequentavam ensino superior contra 11,4% dos homens.

Quanto ao estado civil, apenas seis dos sujeitos pesquisados são casados, e a maior parte deles (64) são solteiros; “isso reflete a pouca idade dos alunos e a intenção de estruturação profissional como prioridade antes do matrimônio.” (ROSETTI JUNIOR; SCHIMIGUEL, 2011).

5.2 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS EM ACADÊMICOS DE PSICOLOGIA

Apesar das várias pesquisas para traçar o perfil do indivíduo empreendedor, alguns autores concordam que ainda não foi possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico (FILION, 1999; DORNELAS, 2008; CARLAND; CARLAND, 1996). Isso se deve à existência de uma ampla variedade de pontos de vista, lógicas e metodologias adotadas para estudar o fenômeno.

Inácio Júnior e Gimenez (2004) afirmam que Carland e Carland (1996) atribuem ao empreendedor a existência de quatro elementos: propensão à inovação (PI); propensão ao risco (PR); traços de personalidade (TP) (necessidade de realização e criatividade); e postura estratégica (PE). Os autores explicam que a maior ou menor presença desses elementos em um indivíduo o classifica como microempreendedor, empreendedor ou macroempreendedor. E esse foi o tratamento escolhido para trabalhar o conceito de empreendedorismo e os acadêmicos da Psicologia, o que pode ser observado na Tabela 1, que contém os dados colhidos e analisados por meio da Escala CEI.

A Escala determina quatro níveis: insatisfatório, baixo, médio e satisfatório às características empreendedoras que Carland e Carland (1996) atribuem ao empreendedor, demonstrando o número de alunos da segunda e décima fases em cada um dos níveis com suas respectivas porcentagens, bem como o total de alunos classificados em cada um dos níveis com o percentil total.

Tabela 1 – Dados da pesquisa analisados por meio da Escala CEI

Propensão	Nível	Série	2ª Fase		10ª Fase		Total	% total
			f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	nº alunos	Amostra total
Inovação	insatisfatório	0~25	6	19,35	5	18,52	11	18,97
	baixo	25~50	6	19,35	9	33,33	15	25,86
	médio	50~75	11	35,48	3	11,11	14	24,14
	satisfatório	75↔100	8	25,81	10	37,04	18	31,03
	total		31	100,00	27	100,00	58	100,00
Propensão	Nível	série	2ª Fase		10ª Fase		Total	% total
			f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	nº alunos	Amostra total
Risco	insatisfatório	0~25	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	baixo	25~50	4	12,90	5	18,52	9	15,52
	médio	50~75	16	51,61	11	40,74	27	46,55
	satisfatório	75↔100	11	35,48	11	40,74	22	37,93
	total		31	100,00	27	100,00	58	100,00
Personalidade	Nível	série	2ª Fase		10ª Fase		Total	% total
			f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	nº alunos	Amostra total
Personalidade	insatisfatório	0~25	1	3,23	0	0,00	1	1,72
	baixo	25~50	14	45,16	7	25,93	21	36,21
	médio	50~75	16	51,61	19	70,37	35	60,34
	satisfatório	75↔100	0	0,00	1	3,70	1	1,72
	total		31	100,00	27	100,00	58	100,00
Propensão	Nível	série	2ª Fase		10ª Fase		Total	% total
			f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	f (nº de alunos)	F (% p/ com o total da fase)	nº alunos	Amostra total
Estratégica	insatisfatório	0~25	0	0,00	1	3,70	1	1,72
	baixo	25~50	9	29,03	12	44,44	21	36,21
	médio	50~75	18	58,06	13	48,15	31	53,45
	satisfatório	75↔100	4	12,90	1	3,70	5	8,62
	total		31	100,00	27	100,00	58	100,00

Fonte: os autores.

A Tabela 1 apresenta as características empreendedoras relacionadas aos discentes do Curso de Psicologia da segunda e décima fases, demonstrando as quatro dimensões de características empreendedoras e os acadêmicos as possuem ou não. Colocando-as de forma comparativa, pode-se observar que há pouca variação entre as fases do Curso de forma geral, ou seja, as características de quando os alunos ingressam e quando concluem o Curso possuem pouca variação, nem mesmo em proporções, o que indica que não há grandes mudanças durante o período de formação acadêmica. Por haver pouca variação os dados seguintes serão apontados de forma geral para melhor compreensão.

A primeira dimensão é a Propensão à Inovação (PI), que demonstra o comportamento do empreendedor na busca por oportunidades e práticas de negócios, identifica os processos administrativos que podem trazer resultados significativos em relação à criatividade e à motivação dos colaboradores da empresa e, ainda, age partindo de uma perspectiva empreendedora para gerar competência aos

processos gerenciais, a fim de poder proporcionar inovação em seus serviços e atividades para gerar um diferencial competitivo no mercado em que atua (DORNELAS, 2008).

A PI trata-se de uma dimensão em que se verifica a existência de habilidades de transformar, gerar novas situações e criar; no geral, a classificação foi a seguinte: insatisfatório (11 alunos), baixo (15 alunos), médio (14 alunos) e satisfatório (18 alunos). Percebe-se que o número de alunos abaixo da média é relativamente alto, por isso se pode afirmar que apesar de haver características presentes nos acadêmicos de forma satisfatória, há um número expressivo na amostragem que sugere a necessidade de se trabalhar temas referentes à inovação, que é uma particularidade a ser desenvolvida pelos empreendedores.

Quanto às características empreendedoras de Propensão ao Risco (PR), os acadêmicos apresentaram, em geral, uma PR mediana, apesar de também alcançarem níveis satisfatórios altos nessa dimensão com: médio (27 alunos), satisfatório (22 alunos), baixo (nove alunos), e nenhum se classificou como insatisfatório. Esse dado demonstra que os alunos possuem propensão a serem ativos, audazes e menos inatos, buscando agir mediante o risco e não reagindo negativamente, em sua maioria, ao medo. Esta compõe a dimensão que mais apresentou destaque no sentido positivo, propensão e relação dos sujeitos com situações que envolvam riscos, o que constitui uma das características-base para um bom profissional empreendedor.

Toda profissão segue se desenvolvendo, e com a Psicologia não é diferente. Muitos campos de atuação têm se fixado, e para poder perceber essas mudanças e fazer parte desse processo o profissional precisa estar preparado, ter visão, possuir características de inovação e conhecimentos de mercado, saber arriscar e conhecer sobre empreendedorismo. Como cita Carvalho (1988 apud BASTOS; GOMIDE, 1989, p. 235), “há sinais, embora ainda numericamente inexpressivos, de uma tendência à diversificação da atuação.” Uma série de atividades foi citada por profissionais que se formaram recentemente, como: orientação a gestantes, pesquisas de mercado, diagnóstico situacional, assistência a pacientes clínicos e cirúrgicos, orientação sexual (a partir de 1971), criação publicitária, estimulação precoce e planejamento de políticas educacionais (a partir de 1975). Além desses citados pelo autor, existem inúmeros outros campos de atuação para o profissional da Psicologia, como os apresentados dentro das ramificações e especificidades nas áreas de atuação do psicólogo descritas na Resolução do CFP n. 13/2007, sendo elas: desenvolver estudos e pesquisas na área criminal; elaborar e participar de programas e estudos de atividades esportivas educacionais, de lazer e de reabilitação; e participar de equipes multiprofissionais no planejamento e realização das políticas de segurança para o trânsito, por isso a importância de se desenvolverem características de inovação, visão e que envolvam o risco e as formas corretas de fazê-lo.

Quanto às características empreendedoras da dimensão Traços de Personalidade (TP), Hall, Lindzey e Campebell (2000, p. 229 apud TORMEN et al., 2015) compreendem que a “personalidade é constituída por tendências determinantes que desempenham um papel ativo no comportamento do indivíduo.” Nessa dimensão a classificação geral foi: insatisfatório (um aluno), baixo (21 alunos), médio (35 alunos) e satisfatório (um aluno). Os alunos possuem, de modo geral, classificação média, o que não impede de ressaltar a importância de manter a atenção ao grande número de classificados como baixos, que, se estimulados, podem vir a desenvolver características que os apoiem tanto pessoal quanto profissionalmente, pois se tratando da dimensão personalidade, há um determinante relacionado ao autoconhecimento que, para os psicólogos em especial, é essencial na execução exitosa e ética enquanto profissional, considerando que dá suporte, gerando bem-estar e qualidade na vida pessoal.

Na última dimensão, classificada pela escala CEI como Postura Estratégica (PE), a classificação foi: insatisfatório (um aluno), baixo (21 alunos), médio (31 alunos) e satisfatório (cinco alunos). Os alunos possuem, de modo geral, classificação média, o que é positivo. Nessa dimensão, assim como no

TP, o nível baixo encontra-se alto, determinando que, apesar da classificação média, é necessária uma atenção a essa dimensão. Culti-Gimenez et al. (2006) ressaltam que essa dimensão busca identificar as oportunidades que os indivíduos têm de tomar decisões de acordo com suas necessidades, para determinar suas percepções referentes às suas intenções dentro da empresa e, ainda, com o intuito de proporcionar o crescimento do seu negócio com base em seus ideais próprios.

Resumidamente a escala CEI possibilitou medir o nível de características empreendedoras separadas em quatro categorias:

- a) propensão à inovação (PI): classificando-se como satisfatória;
- b) propensão ao risco (PR): classificando-se como média, porém bastante positiva, com número alto de classificações satisfatórias, destacando-se como a dimensão de nível mais positivo entre as quatro;
- c) traços de personalidade (TP) e postura estratégica (PE): alcançaram classificação média com necessidade de atenção em razão de os classificados baixos também terem obtido classificação elevada.

Isso demonstra que os alunos participantes possuem características medianas no geral dos indicadores, mas o aparecimento de níveis baixos indica que há a necessidade de se olhar com atenção para o desenvolvimento dessas características na formação desses profissionais.

O psicólogo precisa mais do que saber a técnica, pois se tornar psicólogo desenvolvendo características empreendedoras ao longo da formação facilita o processo. Langenbach e Negreiros (1988 apud BASTOS; GOMIDE, 1989) citam a pesquisa de duas psicoterapeutas que fizeram uma análise da trajetória percorrida pelo psicólogo durante e após a formatura. As autoras chamam atenção para a abrangência e complexidade dessa caminhada, mostrando que esta não se limita à aquisição contínua do saber, mas também envolve um permanente aperfeiçoamento da própria personalidade do sujeito.

Os resultados da aplicação do Carland Entrepreneurship Index (CEI), que classifica em microempreendedor, empreendedor e macroempreendedor os acadêmicos de um curso de Psicologia de uma instituição de ensino superior localizada no Oeste do Estado de Santa Catarina, estão expostos na Tabela 2.

Tabela 2 – Resultados da aplicação do Carland Entrepreneurship Index

Classificação	2ª fase	10ª fase	Total
Microempreendedor	6	3	9
Empreendedor	25	24	49
Macroempreendedor	0	0	0
Total de alunos	31	27	58

Fonte: os autores.

A partir das informações apresentadas na Tabela 2, percebe-se que a maioria dos discentes pesquisados demonstra um potencial denominado Empreendedor, com 49 das respostas, sendo elas 25 da segunda fase e 24 da décima. Para Inácio Júnior e Gimenez (2004), os denominados empreendedores são os indivíduos que concentram seus esforços no lucro e no crescimento do seu negócio. Seus objetivos são ousados e, ao atingirem um padrão desejado de sucesso, possivelmente seu foco mudará para interesses externos ao negócio. Esse tipo de sujeito busca a inovação, normalmente procurando melhorias para os produtos, serviços e procedimentos já existentes e estabelecidos, em vez de engendrar algo totalmente novo, pois essas melhorias têm menos probabilidade de desestabilizar o caminho para o

sucesso, que é tão importante para o empreendedor. O sucesso para as pessoas que se enquadram nessa categoria pode ser simbolizado pelo reconhecimento, admiração e riqueza (CARLAND; CARLAND; HOY, 1992 apud TORMEN et al., 2015).

Um profissional empreendedor saberá como alcançar seus objetivos, buscando reconhecimento justo e melhoramento contínuo, sabendo mais do que aproveitar oportunidades, ou seja, criar oportunidades. Para o profissional da Psicologia, é algo essencial criar oportunidades no momento de desenvolvimento e transformação das profissões na atualidade, em que ainda existe a falta de reconhecimento, muitas vezes, e baixos salários, fazendo com que muitos abandonem a profissão. As razões apresentadas com maior frequência entre os psicólogos que querem mudar de profissão são as de natureza econômica e de remuneração; em seguida vêm as razões psicológicas e de insatisfação com as características sociais da profissão; por último aparecem os interesses por outras profissões e as razões de mercado e oportunidades (BASTOS; GOMIDE, 1989). E é por isso que é grande a importância de empreender e desenvolver características empreendedoras, bem como inovar nas formas de fazer psicologia dentro das possibilidades, criando oportunidades e gerando valor e reconhecimento não apenas para si enquanto profissional, mas também para a profissão, agregando valor ao ser psicólogo.

Na segunda posição estão os microempreendedores, com nove respostas dos entrevistados (seis da segunda fase e três da décima fase do Curso). O denominado microempreendedor, conforme Carland, Carland e Hoy (1992 apud TORMEN et al., 2015), possui um negócio que não visa ao crescimento direto, mas que pode se tornar referência em uma cidade ou comunidade. Esse tipo de empreendedor visualiza seu negócio como fonte primária para estabelecer emprego familiar, considera sua empresa algo importante, mas não investe muito do seu tempo nela e busca a sua satisfação pessoal por meio de alguma atividade externa a esse negócio. O sucesso para o microempreendedor pode ser medido pelo seu grau de liberdade e suas condições de aproveitar a vida que lhe são garantidas pela estabilidade de seu negócio (INÁCIO JÚNIOR; GIMENEZ, 2004).

Ser microempreendedor em um mundo capitalista para alguns é necessidade básica, um mínimo de segurança financeira para viver bem em qualquer profissão. Não é diferente na Psicologia; o microempreendedor vai buscar estabilidade para poder realizar seu trabalho de forma mais tranquila, sem pressões relacionadas à sua vida pessoal, o que inclui a financeira. Para o psicólogo, outro fator importante é o destaque na comunidade, visto que esse reconhecimento gera a visibilidade que dá suporte à amplitude de sua rede de contatos e à manutenção do sucesso de seu trabalho.

O macroempreendedor acredita que o seu próprio envolvimento com seu negócio é o caminho para a autorrealização, e nesta pesquisa nenhum dos discentes foi classificado nessa categoria. O macroempreendedor costuma associar o seu sucesso ao crescimento e ao lucro do seu negócio, mas o seu interesse não é monetário, mas, sim, como um placar para medir o seu sucesso pessoal, pois o que realmente deseja é dominar o seu mercado. Esse tipo é considerado inovador e criativo e está constantemente em busca de novos caminhos para transformar seus sonhos em novos produtos, mercados, indústrias e desafios. Um macroempreendedor verá seu negócio como um meio de mudar a indústria e se tornar uma força dominante (INÁCIO JÚNIOR; GIMENEZ, 2004).

Ser macroempreendedor é ser agente da mudança dentro da sua área de atuação; portanto em qualquer profissão é importante, essencial e necessário que se desenvolvam macroempreendedores para a não estagnação do ser e fazer, assim como na Psicologia. Com os novos *startups* e as novas profissões, é possível pensar em novas formas de fazer e ser psicólogo. Visto que hoje a sociedade está modificada e a demanda também é outra, diferente de 20 anos atrás, o profissional precisa ser novo, no sentido de atender às necessidades; ser esse agente de mudança auxilia no desenvolvimento e fortalecimento da

profissão, gerando reconhecimento, resultados positivos e pessoais para o profissional, além de bem-estar e satisfação pelo cumprimento do dever de forma concreta e ética.

Os acadêmicos participantes da pesquisa, de forma geral, possuem características de microempreendedores e de empreendedores, o que os determina como capazes de criar oportunidades e inovar em algumas áreas, podendo gerar diferencial e agregar valor enquanto profissionais da Psicologia e podendo alcançar níveis positivos de bem-estar pessoal, além de ter reconhecimento na comunidade e capacidade para construir uma rede de contatos. Contudo, demonstram isso sutilmente e com certa confusão, além de mostrarem necessidade de estímulo e desconhecimento sobre o tema empreendedorismo e as variáveis que o envolvem.

De acordo com os autores da Escala CEI, a maior ou menor presença dos quatro elementos comportamentais em nível empreendedor resulta em uma das três categorias/faixas de atitude empreendedora, e quanto maior a presença, mais facilidade em se trabalhar com questões relacionadas a elas. Esses comportamentos, em linhas gerais, auxiliam no desenvolvimento dos sujeitos em quaisquer áreas da vida. Possuir atitudes e uma postura empreendedora incentiva as pessoas a empreenderem tanto na vida pessoal quanto na profissional, as quais não se dissociam. Portanto, é importante ressaltar a relevância e a amplitude de os profissionais da Psicologia desenvolverem tais características essenciais, pois, além de buscarem empreender nas próprias vidas, colaboram para o processo de vidas alheias, dentro de suas responsabilidades e competências.

3.3 PERCEPÇÕES DOS ACADÊMICOS SOBRE EMPREENDEDORISMO

Para Reis e Armond (2012 apud TORMEN et al., 2015), um empreendedor não tem seu perfil propriamente definido, mas ele deve ter características como: disciplina, saber identificar os riscos, ter capacidade de planejamento, ser capaz de visualizar uma oportunidade de negócio antes de realizar um investimento, ser tolerante com os erros e buscar aprender com eles e ser um líder capaz de motivar e gerenciar pessoas e processos que envolvem uma organização. Ainda, de acordo com Kickul et al. (2009 apud TORMEN et al., 2015), a criação de um negócio está atrelada à busca por oportunidades, ao planejamento para o novo empreendimento, a recursos, entre outras questões.

Empreender é muito mais do que apenas abrir um negócio, diferentemente do que o senso comum acredita. Isso fica claro na fala dos alunos sobre empreendedorismo, já que dos 70 alunos que responderam aos questionários aplicados, 29 disseram apenas que empreender se relaciona a ter um negócio ou administrar algo.

Forma de trabalho independente de empregador. Empresa própria. (10ª fase, 22 anos).

Tentar ter seu próprio negócio. (2ª fase, 17 anos).

É investir em algum negócio comercial para dar certo no futuro. (10ª fase, 24 anos).

É montar um negócio e gerenciá-lo. (2ª fase, 19 anos).

É a capacidade de adentrar no mercado de trabalho com negócios próprios. (2ª fase, 20 anos). (informações verbais).

Segundo Drucker (1989), os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento do espírito empreendedor. Empreender também aparece nos relatos de 11 alunos bastante associado, e não erroneamente, à inovação, em afirmações como: “Uma forma inovadora de fazer ‘a mesma coisa’ de forma diferente e criativa.” (2ª fase, 19 anos). “É criar, inventar, inovar algo gerando sustentabilidade.” (10ª fase, 23 anos). “Criar algo novo para trabalhar.” (2ª fase, 19 anos) (informações verbais). Porém, apesar de não ser uma visão totalmente incorreta, ainda é uma forma pouco expansiva e fechada, que demonstra desconhecimento acerca do real significado do tema empreender. Do total de alunos, uma

quantidade considerável demonstrou desconhecimento total sobre o tema; além de três acadêmicos que não responderam a essa pergunta, houve 15 que demonstraram desconhecimento total sobre o tema, por meio de afirmações como: “É a capacidade de tomar a existência aquilo que está no âmbito do pensamento.” (10ª fase, 23 anos). “Capacidade de idealizar.” (10ª fase, 26 anos). “É o ato de empreender.” (2ª fase, 18 anos) (informações verbais). É possível afirmar que os alunos se caracterizam com um potencial empreendedor, porém poucos demonstram na fala o real entendimento do conceito.

Apenas 12 acadêmicos apresentaram respostas condizentes com o significado real e intrínseco do ser e fazer empreendedorismo, com respostas como:

Acho que se trata de usar a criatividade para resolver um problema, aproveitar as oportunidades, transformando as situações em possibilidades de negócios. (10ª fase, 24 anos).

É criar, inovar, melhorar algo para alcançar determinados objetivos que devem ser traçados e planejados. (2ª fase, 19 anos).

É uma iniciativa de inovar, ser criativo. Capacidade de ser otimista diante dos desafios e ter um perfil visionário dos negócios. (10ª fase, 23 anos) (informações verbais).

Dornelas (2008) destaca que os empreendedores são pessoas com visões diferentes, que gostam do que fazem, são motivados, ousam e buscam por algo diferente no mercado e, ainda, são capazes de fazer acontecer e empreender. Muito mais do que apenas ter um negócio próprio, para ser empreendedor é preciso saber como fazer, ser líder, criar oportunidades, manter boas redes de contatos, desenvolver características como persistência, saber se arriscar, entre vários outros fatores que se complementam.

O mundo empresarial se constitui como uma fonte essencial do conhecimento do empreendedorismo, principalmente para os estudantes, sobretudo os acadêmicos. Pode-se dizer que este é o ambiente ideal para se extrair o aprendizado necessário, uma vez que nele se encontram as forças produtivas, econômicas, sociais e políticas para se desenvolver um perfil empreendedor (DOLABELA, 1999). Quando questionados se é importante para o profissional da Psicologia empreender, 39 alunos da segunda fase responderam que sim, e apenas quatro acreditam que não seja importante; quanto aos acadêmicos da décima fase, de forma unânime, os 27 responderam que sim, acreditam ser importante para os profissionais da Psicologia empreender.

Quanto à percepção dos acadêmicos em relação ao desenvolvimento de características empreendedoras durante a formação acadêmica, os resultados apontaram o seguinte: 41 alunos (29 da segunda fase e 12 da décima) afirmam que a instituição colabora no desenvolvimento de características empreendedoras, apontando a opção Atividades Práticas como a principal atividade de contato, como apoio referente e relevante ao tema empreendedorismo, seguida pelos “estágios”. “Apoia a ser organizada, responsável e dedicada.” (2ª fase, 18 anos). “Relação interpessoal, planejamento e responsabilidade.” (10ª fase, 26 anos); “Autoconhecimento, desenvolvendo autoestima.” (10ª fase, 23 anos) (informações verbais).

Em contrapartida, 29 alunos (14 da segunda fase e 15 da décima) responderam que acreditam que a instituição de ensino poderia colaborar mais para desenvolver tais características empreendedoras; desses acadêmicos, 11 da décima fase justificaram o porquê de não acreditarem:

Poderia haver mais contato com outras áreas não focadas somente na psicologia clínica. (10ª fase, 23 anos).

Acho que o curso não oferece estímulo suficiente para desenvolver características empreendedoras. (10ª fase, 22 anos).

As práticas limitadas, voltadas para o modelo clínico tradicional. (10ª fase, 24 anos).

Alguns exemplos são dados pelos professores, mas não o suficiente. (10ª fase, 23 anos). (informações verbais).

Para Ferreira Neto (2004, p. 157), a partir da promulgação da Lei de Diretrizes de Bases (1996), que configura um avanço, na medida em que, para o psicólogo, o currículo não é mais pensado a partir

de conteúdos fundamentais que devem ser assimilados para posterior aplicação, a preocupação com conteúdos dá lugar a uma priorização do desenvolvimento de competências e habilidades durante a formação. Esse fato deveria facilitar tal processo e apoiar o aluno no processo de conhecer, ao longo da formação, o máximo de áreas de atuação para poder compreendê-las e fazer sua escolha de atuação, ou, ainda, no momento de empreender com mais confiança e conhecimento, porém é um processo contínuo e gradual que deve ser cobrado das instituições e incentivado pelos próprios alunos, os maiores interessados.

Busca-se analisar, ainda, um dos últimos pontos: a responsabilidade e o interesse do próprio aluno em desenvolver características empreendedoras. Não basta a instituição de ensino estimular ou o indivíduo obter predisposição “genética” por conviver com empreendedores. Para que ocorra o desenvolvimento de características empreendedoras é necessário que os indivíduos busquem conhecer o tema e desenvolver tais características. Com isso, torna-se importante identificar quais as características individuais que determinam e envolvem a figura do empreendedor, uma vez que se diferem as qualidades e influências predominantes em cada comportamento, que permitem desenvolver interesses, valores e percepções nos negócios (BERNARDI, 2012).

Os conjuntos de estímulos propostos pelas instituições às características individuais e aos determinantes socioeconômicos dos sujeitos acabam por interferir nesse processo de formação empreendedora. Carvalho Filho (2005) afirma que a existência de familiares empreendedores, principalmente o pai ou a mãe, facilita para a formação e o desenvolvimento de habilidades empreendedoras. Vinte e sete acadêmicos da segunda fase e 11 da décima responderam que consideram alguém da sua família empreendedor, citando nomes e descrevendo algumas características, como: “Tem visão e planejamento.” (10ª fase, 22 anos); “Tem ideias inovadoras e realistas.” (2ª fase, 19 anos) (informações verbais).

Metade das respostas remetia a ter um negócio próprio e saber administrá-lo. Fica claro que os acadêmicos possuem pouco conhecimento a respeito do que abrange ser empreendedor, detendo-se apenas à área empresarial. Apesar de demonstrarem interesse em desenvolver características empreendedoras, não possuem conhecimento do que realmente é o empreendedorismo e demonstram confusão em suas respostas e pouca habilidade de expressão assertiva quanto ao tema.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa buscou-se analisar o potencial e os níveis de características empreendedoras, bem como sua variação durante a vida acadêmica de estudantes de um Curso de Psicologia e avaliar sua percepção sobre o tema empreendedorismo.

Os resultados apontaram que 49 dos acadêmicos entrevistados se classificaram como empreendedores, enquanto nove foram classificados como microempreendedores, e nenhum acadêmico obteve a classificação de macroempreendedor. Isso não se altera em níveis entre os acadêmicos ingressantes e concluintes, e o mesmo acontece com os resultados referentes aos níveis de características empreendedoras, que não demonstram variação nem mesmo em proporções, o que sugere que os estímulos oriundos dos esforços da instituição de ensino em desenvolver essa variável nos acadêmicos não estão sendo suficientes para ocorrerem mudanças significativas ao longo do processo de formação do futuro profissional de Psicologia. Ainda sobre os níveis de características empreendedoras, de forma geral, os resultados apontaram que os alunos possuem as quatro dimensões em uma classificação média, destacando a PR como a mais positiva, o que determina os sujeitos como audazes e capazes de ariscar, que não paralisam diante do medo; porém é preciso dispensar uma atenção maior aos quesitos TP e PE,

que compreendem desenvolver o sujeito desde o seu autoconhecimento e ensiná-lo a ser estratégico e lógico, bem como usar a mente de forma positiva, criando oportunidades.

Foi possível, com esta pesquisa, ainda, perceber que há um desconhecimento dos acadêmicos sobre o tema empreendedorismo, de forma geral, associando-o ao seu conceito de forma parcial, focando na obtenção de um negócio próprio e na administração deste. O significado associado às competências e características empreendedoras é quase totalmente desconhecido pelos alunos, apesar de afirmarem ser algo importante para eles, concordando que há a necessidade de o profissional da Psicologia saber empreender. Com isso, é necessário reforçar a importância de trazer a responsabilidade ao aluno, e não apenas à instituição, da conquista de tais características. Além disso, foi possível perceber que a presença de uma figura empreendedora próxima na família auxilia no sentido de gerar estímulo e confiança.

Houve uma dificuldade durante a pesquisa em encontrar material teórico específico sobre o tema empreendedorismo relacionado à Psicologia, sendo que somente existem pesquisas em outras áreas sobre o tema, bem como pesquisas relativamente atuais sobre a Psicologia, seu comportamento no mercado de trabalho e o funcionamento de suas novas áreas na prática que não remetessem à área clínica ou organizacional.

O fato de não existirem pesquisas recentes sobre temas que envolvam os profissionais da Psicologia, no sentido de compreender como um todo o ser psicólogo e sua dinâmica no mercado de trabalho, já indica uma falta de características empreendedoras nos estudantes dessa área para visualizar o campo de pesquisa. Mediante a pesquisa realizada, é possível sugerir que sejam feitas novas pesquisas sobre o tema, pois há uma visível necessidade de se aprofundar e elucidar questões para estudantes e profissionais da Psicologia sobre o empreendedorismo e o desenvolvimento de características empreendedoras como benefício no exercício da profissão.

REFERÊNCIAS

AMENDOLA, Marcia Ferreira. Formação em Psicologia, demandas sociais contemporâneas e ética: uma perspectiva. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 34, n. 4. 2014.

BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt; GOMES, William Barbosa. Polaridades conceituais e tensões teóricas no campo da psicologia: o falso paradoxo indivíduo/coletividade. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 32, n. 3, p. 662-673, 2012.

BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt; GOMIDE, Paula Incz Cunha. O Psicólogo brasileiro: sua atuação e formação profissional. **Psicologia Ciência e Profissão**, Brasília, DF, v. 9, n. 1, p. 6-15, 1989.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedor e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BOCK, Ana Mercedes Bahia. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

CABRAL, Álvaro; NICK, Eva. **Dicionário técnico de psicologia**. 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

CANTELE, Juliana; ARPINI, Dorian Monica; ROSO, Adriane. A Psicologia no Modelo Atual de Atenção em Saúde Mental. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 32, n. 4, 2012.

CARLAND, Joann C.; CARLAND, J. W. The theoretical bases and dimensionality of the carland entrepreneurship index. In: RISE CONFERENCE, 1996, Filand. **Anais...** University of Jyväskylä, Filand, 1996. p. 1-24. Disponível em: <<http://www.thedrscarland.com>>. Acesso em: 20 out. 2017.

CARVALHO FILHO, A. F. et al. Propensão a empreender de estudantes universitários no Brasil. In: EGEPE, 4., 2005, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2005.

CHING, Hong Yuh; KITAHARA, José Renato. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 99-111, dez. 2015.

COIMBRA, Cecília Maria Bouças; NASCIMENTO, Maria Livia do. Sobreimplicação: práticas de esvaziamento político? In: ARANTES, Esther Maria; NASCIMENTO, Maria Livia do; FONSECA, Tania Mara Galli. (Org.). **Práticas PSI: inventando a vida**. Niterói: Ed UFF, 2007. p. 27-38.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Lei n. 4.119, de 27 de agosto de 1962. In: **Profissão Psicólogo**. Legislação e resoluções para a prática profissional. Brasília, DF: 2007. p. 15-20.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Pesquisa de opinião com psicólogos inscritos no Conselho Federal de Psicologia**. 2004. Disponível em: <<http://www.pol.org.br/pol/export/sites/default/pol/f%20%20%20aq/faqDocumentos/PesquisaIBOPE.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Resolução CFP N. 007/2003**. Manual de elaboração de documentos decorrentes de avaliação psicológica. Brasília, DF, 2003.

CULTI-GIMENEZ, Sara et al. Comportamento empreendedor de alunos do curso de turismo. **Cadernos da Escola de Negócios**, v. 4, n. 4, jan./dez. 2006.

DIB, S. K.; DIAS, C. G. de S. **Inserção profissional dos jovens: o empreendedorismo e as formas de participação**. In: CICLO DE PALESTRAS DE ENGENHARIA CIVIL E ARQUITETURA, 3., 2003. **Anais...** 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **As novas realidades**. São Paulo: Pioneira, 1989.

FERREIRA NETO, João Leite. **A formação do psicólogo: clínica, social e mercado**. São Paulo: Escuta; Belo Horizonte: Fumec/FCH, 2004.

FILARDI, Fernando; BARROS, Filipe D.; FISHMANN, Adalberto Américo. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, jul./set. 2014.

FILION, Louis Jacques. **Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo**. Recife: IEL, 2003.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREITAS JÚNIOR, Olival de Gusmão et al. Uma arquitetura da informação para portais da inovação das universidades públicas brasileiras. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 3, n. 2, p. 54-74, jul./dez. 2013.

INÁCIO JÚNIOR, Edmundo; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. Potencial empreendedor: um instrumento para mensuração. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, p. 107-116, 2004.

- JUCKES, T.; BARRESI, J. A dimensão subjetivo-objetiva na conexão indivíduo-sociedade: uma perspectiva de dualidade. **Jornal the Theory of Social Behavior**, v. 23, n. 2, p. 197-216, 1993.
- LAGO, Adriano et al. Potencialidades e espaços ao empreendedorismo. **Revista do Departamento de Ciências Econômicas – Estudos do CEPE – UNISC**, n. 27, jan./jun. 2008.
- MENEZES, Luís César de Moura. **Gestão de Projetos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- PAPARELLI, Rosélia Bezerra; NOGUEIRA-MARTINS, Maria Cezira Fantini. Psicólogos em formação: vivências, demandas em plantão psicológico. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 27, n. 1, p. 64-79, 2007.
- PORTAL BRASIL. **Censo mostra que ingresso de alunos cresceu 8,5% em 2008**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/212-educacao-superior-1690610854/14698-censo-aponta-crescimento-no-ingresso-de-alunos-em-2008>>. Acesso em: 26 out. 2017.
- PORTAL BRASIL. **Mulheres são maioria da população e ocupam mais espaço no mercado de trabalho**. 2015. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/03/mulheres-sao-maioria-da-populacao-e-ocupam-mais-espaco-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 31 jul. 2017.
- ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertação e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROSETTI JUNIOR, Helio; SCHIMIGUEL, Juliano. Perfil econômico e social dos estudantes de cursos superiores de tecnologia em instituições particulares de ensino. **Revista Acadêmica de Economia**, 2011. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/11/rjjs.html>>. Acesso em: 31 jul. 2017.
- SANTOS, Carlos José Giudice dos Santos dos. Tipos de pesquisa. **Oficina da Pesquisa**, 2010. Disponível em: <http://www.oficinadapesquisa.com.br/APOSTILAS/METODOL/_OF.TIPOS_PESQUISA.PDF>. Acesso em: 21 maio 2017.
- SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 366 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- TOREZAN, Zeila Facci et al. A graduação em Psicologia prepara para o trabalho no hospital? **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, DF, v. 33, n. 1, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932013000100011>. Acesso em: 21 maio 2017.
- TORMEN, Juthielli et al. Potencial empreendedor dos estudantes das Ciências Sociais Aplicadas de uma instituição de ensino superior sob a ótica do Carland Entrepreneurship Index (CEI). **Revista ADMpg Gestão Estratégica**, Ponta Grossa, v. 8, n. 2, p. 17-25, 2015.
- WEBER, Silke. Currículo mínimo e o espaço da pesquisa na formação do psicólogo. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 5, n. 2, p. 11-13, 1985.