

COLEÇÃO

Empreendedorismo e
Gestão para Professores
do Ensino Médio



Criatividade e Atitude Empreendedora

Robson Moreira Cunha
Cristina Cavallo
Sandra R. H. Mariano

ORGANIZAÇÃO

Joysi Moraes
Sandra R. H. Mariano
Robson Moreira Cunha

Volume

3

Departamento de Empreendedorismo e Gestão
Universidade Federal Fluminense

Siga nossas redes sociais



É proibida a reprodução total ou parcial desta obra, por qualquer meio, sem prévia autorização da Universidade Federal Fluminense.

Universidade Federal Fluminense

Reitor

Antônio Claudio Lucas da Nóbrega

Vice-reitor

Fabio Barboza Passos

Diretor da Faculdade de Administração

Martius Vicente Rodriguez y Rodriguez

Chefe do Departamento de Empreendedorismo e Gestão

Joysi Moraes

Autores

Robson Moreira Cunha

Cristina Cavallo

Sandra R. H. Mariano

Organizadores

Joysi Moraes

Sandra R. H. Mariano

Robson Moreira Cunha

Coordenação de Desenvolvimento Instrucional

Cristine Barreto

Desenvolvimento Instrucional

Marcelo Lustosa

Revisão Técnica

Daniella Munhoz da Costa Lima

Monica Garelli Machado

Revisão de Língua Portuguesa

Patrícia Sotello

Projeto Gráfico (versão beta)

Stephanie Lima de Castro

Projeto Gráfico, Capa e Diagramação

Yellow Carbo Design

A **Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio** é composta por 10 volumes.

Volume 1: Fundamentos do Empreendedorismo

Volume 2: Práticas e Processos de Gestão

Volume 3: Criatividade e Atitude Empreendedora

Volume 4: Práticas Pedagógicas para Educação Empreendedora

Volume 5: Modelagem de Negócios

Volume 6: Comunicação e Marketing Digital

Volume 7: Finanças e Viabilidade de Projetos

Volume 8: Elaboração de Produto Tecnológico Educacional

Volume 9: Design e Ofícios Artesanais na Educação

Volume 10: Ferramentas Digitais na Educação

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C972c Cunha, Robson Moreira
Criatividade e atitude empreendedora / Robson Moreira Cunha, Cristina Cavallo, Sandra R. H. Mariano ; organizadores: Joysi Moraes, Sandra R. H. Mariano, Robson Moreira Cunha. – Niterói : Departamento de Empreendedorismo e Gestão / Universidade Federal Fluminense, 2022.

232 p. : il. – (Coleção empreendedorismo e gestão para professores do ensino médio ; 3)

Inclui bibliografia.

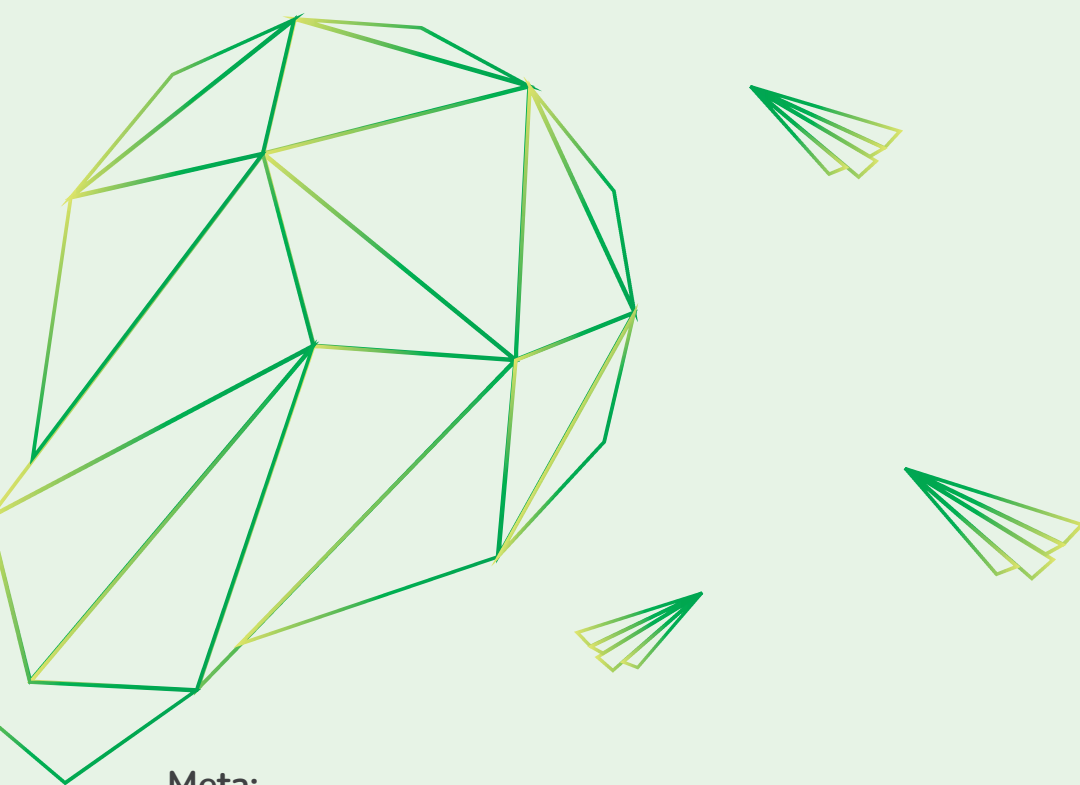
ISBN: 978-65-87875-12-5

1. Empreendedorismo – Administração. I. Título. II. Série.

CDD: 658.4012

Capítulo 7:

Atitude empreendedora



Meta:

Apresentar as bases da atitude empreendedora.

Objetivos:

Ao final deste capítulo, você deverá ser capaz de:

- conceituar atitude e identificar os seus componentes;
- descrever as bases da atitude empreendedora e sua relação com a Teoria do Comportamento Planejado.

1. Introdução

Em 2005, Mônica já acumulava alguns anos de estrada na carreira artística. Havia obtido bons resultados em trabalhos anteriores, mas nada se comparava ao sucesso de seu novo espetáculo. O teatro estava sempre cheio, sessão após sessão. A peça, um monólogo muito bem-humorado, havia recebido boas críticas e estava sendo recomendada por muitos veículos de comunicação como uma excelente sugestão de entretenimento, com divertimento garantido.

Mas o caminho até ali não foi fácil. Quando idealizou o espetáculo, a atriz não tinha os recursos necessários para viabilizar o projeto. Mas não desanimou. Recorreu a familiares para levantar fundos, pensou em parcerias estratégicas e planejou muito bem cada passo, para então conseguir estrear a peça que criou com tanto carinho. Ela acreditava no próprio projeto e nos seus resultados; sabia da aprovação de seus familiares e amigos, que torciam pelo seu sucesso; e, acreditava em sua capacidade de implementar o projeto e levar sua peça adiante.



Figura 7.1: O teatro é uma das formas de arte mais antigas e subsiste até hoje como um meio extremamente popular de entretenimento. Esta é a imagem de um teatro grego, construído na antiga cidade de Epidauro (360-350 a.C.).

Fonte: [Wikipedia](#)

Após uma de suas apresentações, Mônica havia saído para jantar, para relaxar um pouco e, de certa forma, comemorar o bom momento da peça e de sua carreira. Enquanto apreciava seu jantar, foi surpreendida por uma situação inusitada. Um homem se agachou ao lado dela e disse: “Oi, meu nome é Paulo. Também sou ator. Já vi sua peça quatro vezes e queria falar que também quero montar um monólogo. Posso lhe mostrar o meu projeto?”.

Autores

Robson Moreira Cunha, Cristina Cavallo e
Sandra R. H. Mariano

Mônica talvez tenha ficado espantada com a abordagem, mas consentiu. Sem perder tempo, Paulo correu até sua mesa e apanhou uma pasta com o projeto. Ela folheou o documento, gostou do que viu e incentivou o rapaz a prosseguir com a ideia.

Os dois trocaram contatos e, no dia seguinte, Paulo já ligou para Mônica para contar mais detalhes da peça. Conversaram muito dali em diante e construíram uma linda amizade ao longo dos anos.

Um ano após aquele encontro inusitado, Paulo estava realizando seu sonho e estreando sua peça no Teatro Candido Mendes, em Ipanema, Rio de Janeiro, mesmo teatro em que Mônica estreou seu espetáculo. E sabe qual era o título do espetáculo de Paulo? *Minha mãe é uma peça*. Isso mesmo, estamos falando de Paulo Gustavo. E a Mônica de nossa história é a atriz Mônica Martelli, idealizadora da peça, que também virou filme: *Os homens são de Marte... e é pra lá que eu vou*.



Para saber mais detalhes do encontro entre Mônica Martelli e Paulo Gustavo, veja a reportagem disponível nas redes sociais da atriz: [Instagram](#)

Campeões de público!

- *Os homens são de Marte... e é pra lá que eu vou* ficou em cartaz por mais de uma década. Fez tanto sucesso que teve uma adaptação cinematográfica homônima, que obteve a façanha de filme nacional mais assistido de 2014 bem como ganhou o Grande Prêmio do Cinema Brasileiro de 2015.
- *Minha mãe é uma peça* fez sucesso no teatro e também virou filme. Na verdade, filmes, no plural. Foram três versões. O terceiro deles, lançado em 2019, bateu recorde de bilheteria, levando mais de 11 milhões de pessoas ao cinema. Vale destacar também que, considerando as bilheterias do país no período em que foi lançado, o filme ficou à frente de franquias consagradas como *Star Wars* e *Frozen 2*.

Fontes: MÔNICA MARTELLI. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2010]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%B4nica_Martelli. Acesso em: maio 2021.

GREGÓRIO, L. Paulo Gustavo e o sucesso de sua carreira em números. **Revista Quem**, 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2021/05/paulo-gustavo-e-o-sucesso-de-sua-carreira-em-numeros.html>. Acesso em: maio 2021.

Trouxemos aqui um exemplo do teatro para abrirmos o capítulo com uma provocação. Setores como o das artes, da produção cultural e do entretenimento dependem de muito esforço e planejamento para a viabilização dos projetos. Além do talento, profissionais dessas áreas precisam considerar aspectos como captação de recursos,

formação de equipe, planejamento logístico, estratégias de marketing, entre outras coisas. Nesse sentido, podemos dizer que Mônica Martelli e Paulo Gustavo são pessoas com atitude empreendedora? Pare a leitura por alguns instantes e registre aqui sua resposta, acompanhada de uma justificativa.



Assim como temos feito nos capítulos anteriores, responderemos a esse questionamento ao longo do capítulo, pois, para que consigamos dar uma resposta completa, precisamos compreender as bases da atitude empreendedora.



Figura 7.2: Seria Paulo Gustavo uma pessoa com atitude empreendedora? Deixamos aqui nossa homenagem ao ator, que faleceu, precocemente, vítima da Covid-19.

Fonte: [Wikimedia](#)

2. O que é atitude?

Antes de falarmos especificamente de atitude empreendedora, temos que alinhar o entendimento do que vem a ser atitude. A literatura clássica da área de psicologia social trata o termo “atitude” como um estado de prontidão, algo que prepara o indivíduo para a ação (ALLPORT, 1935)¹.

¹ ALLPORT, G. W. Attitudes. In: MURCHISON, C. (ed.). *Handbook of Social Psychology*. Worcester, MA: Clark University Press, 1935. p. 798-844.

Isso pode nos remeter a situações como: a) as vivenciadas por esportistas, que devem estar sempre prontos para realizar uma determinada *performance*, como os competidores de atletismo; ou b) bombeiros, que vivem em estado de alerta, sempre preparados para um chamado de emergência.



Figura 7.3: Usain Bolt momentos antes da largada (à esq.) e bombeiras preparadas para uma situação de resgate (à dir.).

Fonte: Usain Bolt – [Wikimedia](#) e bombeiras – [Wikimedia](#)

No entanto, esse estado de prontidão não necessariamente está relacionado ao contexto de atividades físicas. Tem a ver, também, com uma predisposição aprendida no sentido de responder, favorável ou desfavoravelmente, em relação a um objeto atitudinal — pessoas, situações ou mesmo tarefas —, como empreender (LOPES JR; SOUZA, 2005)².

Essa avaliação favorável, ou desfavorável, que uma pessoa faz em relação a um determinado tema ou contexto, de certa forma, faz com que a atitude seja capaz de prever intenções de comportamento. Ou seja, a **atitude** de uma pessoa nos dá pistas de suas intenções, e estas podem ser concebidas como o esforço que se está disposto a fazer para alcançar um determinado objetivo (AJZEN, 1991)³.

Atitude: Tendência/predisposição a responder de forma favorável ou desfavorável a um determinado objeto social (situação, pessoas, acontecimento). Não é observável diretamente, mas pode ser inferida a partir de um determinado comportamento.

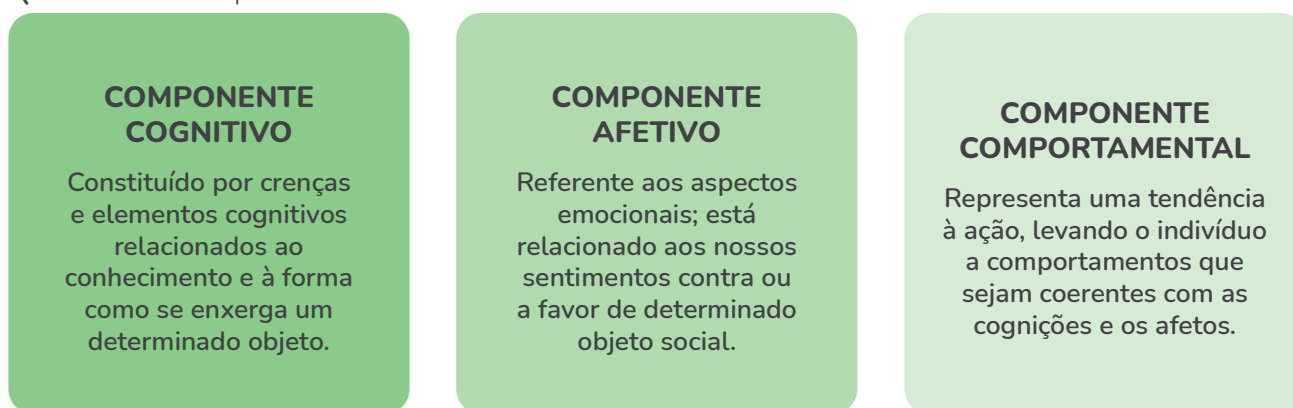
² LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. *Revista Eletrônica de Administração*, Porto Alegre, v. 11, n. 6, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/40616/25830>. Acesso em: maio 2021.

³ AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, p. 179-211, 1991.

É claro que nem tudo depende exclusivamente de nossa vontade ou do que acreditamos ser o correto a se fazer. A concretização de um determinado comportamento, ou seja, a transformação de uma intenção em ação, dependerá, também, de nossa capacidade de execução, que é influenciada por oportunidades e recursos, nem sempre disponíveis.

Outro aspecto importante para a compreensão do conceito de atitude são as crenças. Segundo ANTONIOLI (2007)⁴, fundamentado nos trabalhos de Katz e Stotland (1959)⁵, a atitude é formada por três componentes: o cognitivo, o afetivo e o comportamental.

Quadro 7.1: Componentes da atitude



Fonte: Produção dos próprios autores, baseado em Antonioli (2007)

O componente cognitivo é importante porque para que tenhamos uma atitude em relação a algo é preciso conhecê-lo, não é mesmo? Nossa avaliação de determinado tema depende da quantidade e da qualidade das informações de que dispomos. Quanto maior a nossa familiaridade com determinado assunto, maior o número de crenças que temos sobre ele. É como se fôssemos refinando nossa capacidade de avaliação daquele tema. Dessa forma, conseguimos responder a perguntas como: Isto é algo bom ou ruim? Trata-se de algo desejável ou não?

Os conhecimentos que reunimos em relação a determinado tema (componente cognitivo) são influenciados pelo aspecto emocional, nossos sentimentos positivos ou negativos acerca daquela temática (componente afetivo), e, a partir da combinação

⁴ ANTONIOLI, R. M. **Atitude empreendedora no interior das organizações**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Gestão de Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia.

⁵ KATZ, D.; STOTLAND, E. A preliminary statement to a theory of attitude structure and change. In: KOCH, S. (ed.). **Psychology: A Study of a Science**. New York: McGraw-Hill, 1959. v. 3.

desses aspectos, chegamos a um determinado comportamento ou, pelo menos, a uma intenção de comportamento, pois nem sempre as condições e os recursos serão suficientes para sua concretização (componente comportamental).



Um ponto pacífico para os diferentes autores é que “avaliação” é uma palavra-chave para entender o conceito de atitude. Ou seja, nossas atitudes são, em grande parte, determinadas pela avaliação que fazemos de algo. Já o aspecto afetivo como elemento da atitude não é um consenso na literatura sobre o assunto. No entanto, acreditamos que ele deva ser considerado porque as atitudes são influenciadas pelo nosso estado emocional. Nossos sentimentos afetam nossa avaliação (AJZEN; FISHBEIN, 2000)⁶.

Por exemplo, as pessoas que têm medo de cachorro, provavelmente, avaliarão como uma péssima ideia ter um *pet* desses em suas casas, avaliação que tende a ser totalmente diferente para aqueles que gostam do animal.

Para alguns, um animal fofinho que dá vontade de levar para casa. Para outros, uma fera, prestes a atacar.

Fonte: [Wikimedia](#)



Outro ponto importante a ser mencionado é que as atitudes podem mudar. Mudanças no contexto são capazes de alterar nossas crenças, e, conseqüentemente, nossa avaliação a respeito de determinado tema. Isso abre espaço para o incentivo a determinadas atitudes, o que ocorre, por exemplo, em iniciativas de educação para o empreendedorismo, como forma de estimular a atitude empreendedora, assunto que será abordado na próxima seção.

⁶ AJZEN, I; FISHBEIN, M. Attitudes and Attitude-Behavior Relation: reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*, v. 11, n. 1, p. 1-33, 2000.

ATIVIDADE 1

Análise dos componentes da atitude

Embora o número de fumantes venha diminuindo nos últimos anos, principalmente no Brasil, ainda há, no mundo, cerca de 1 bilhão de dependentes do fumo (FIGUEIREDO, 2021)⁷. Este é um tema interessante para ser analisado sob o prisma do conceito de atitude e seus componentes. Como você analisaria os componentes da atitude na perspectiva de um fumante?



Fonte: Wikimedia

Resposta comentada

Com o conhecimento que se tem hoje sobre o assunto, incluindo estudos científicos e reportagens constantemente divulgadas na grande mídia, é de se esperar que o fumante tenha consciência dos malefícios do cigarro. Ou seja, em relação ao aspecto cognitivo, ele tem conhecimento de que fumar prejudica a sua saúde. Mas, talvez, acredite que seja um hábito charmoso ou algo do tipo. Além disso, a pessoa pode sentir que tal hábito não esteja comprometendo o seu organismo ou que a sensação de prazer compensa os malefícios (aspectos afetivos ou emocionais), o que acaba reforçando a tendência de continuar fumando (componente comportamental).

No entanto, ao perder uma pessoa querida, vítima dos efeitos do cigarro, ou mesmo ao precisar de atendimento médico por problemas decorrentes do fumo, pode ser que a janela do componente afetivo se abra e a pessoa passe a considerar sentimentos contrários ao hábito de fumar, o que pode levar a uma mudança de comportamento.

Situação análoga pode ocorrer em relação a como as pessoas encaram a pandemia ou a questão das vacinas. Muitas vezes, a mudança de atitude vem diante de algum gatilho, como um trauma ou alguma perda.

⁷ FIGUEIREDO, S. Brasil lidera a lista de países na redução de número de fumantes. **Revista Veja**, 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/brasil-lidera-a-lista-de-paises-com-reducao-de-numero-de-fumantes/>. Acesso em: junho 2021.

Autores

Robson Moreira Cunha, Cristina Cavallo e
Sandra R. H. Mariano

3. Atitude empreendedora

Como vimos na seção anterior, a **atitude** pode ser entendida como uma predisposição a responder de maneira favorável ou desfavorável a um determinado tema. Seguindo essa linha, atitude empreendedora seria a predisposição aprendida para atuar de maneira empreendedora (LOPES JR; SOUZA, 2005).

No entanto, quando falamos em atitude empreendedora, precisamos considerar outro aspecto: a intenção. A atitude empreendedora também pode ser vista como um elemento da intenção de agir de acordo com as características do comportamento empreendedor, tema estudado no capítulo anterior (SIQUEIRA *et al.*, 2014; KRÜGER; MINELLO, 2017)⁸.

Isso quer dizer que o comportamento empreendedor observado em uma pessoa, como o comportamento que vimos nos atores mencionados na introdução deste capítulo, é determinado pela intenção de realizar uma ação empreendedora. A intenção antecede o comportamento. A Teoria do Comportamento Planejado, de Ajzen (1985)⁹ explica a combinação desses elementos (atitude — intenção — comportamento). Tal **construto** auxilia a prever e explicar o comportamento humano em contextos específicos (AJZEN, 1991)¹⁰. Empreender pode ser um exemplo de comportamento a ser analisado por meio dessa teoria.

Construto: conceito ou construção teórica, puramente mental, elaborada ou sintetizada com base em dados simples, a partir de fenômenos observáveis, que auxilia os pesquisadores a analisar e entender algum aspecto de um estudo ou ciência.

Fonte: [Michaelis](#)

Para Ajzen (1991) as intenções são determinadas por três fatores independentes, a saber:

- i. as atitudes em relação a determinado comportamento;
- ii. as normas subjetivas; e
- iii. a percepção de controle comportamental.

⁸ SIQUEIRA, W. R.; PEGHINI, P.; SOUZA, L. D.; OLIVEIRA FILHO, J. B. Atitude empreendedora de proprietários e funcionários intraempreendedores: um estudo comparativo entre visionários e visionistas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p. 84-104, 2014.

⁹ KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. Atitude empreendedora em discentes de graduação: entre a teoria e a prática. **Revista Alcance**, v. 24, n. 2, p. 191-208, 2017.

¹⁰ AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: KUHI, J.; BECKMAN, J. (eds.). **Action control: From cognition to behavior**. Heidelberg: Springer, 1985. p. 11-39.

O primeiro fator, a atitude para o comportamento, refere-se à avaliação feita pelo indivíduo em relação ao comportamento em análise, considerando-o como algo favorável ou desfavorável — tema que vimos em detalhes na primeira seção do capítulo.

O segundo fator remete a aspectos sociais, uma vez que as normas subjetivas estão relacionadas com a pressão social percebida para realizar ou não um determinado comportamento. Esse fator incorpora a percepção que temos de aprovação ou não por parte de amigos, familiares ou da sociedade em geral.

Por fim, há o controle comportamental percebido pelo indivíduo, que está relacionado à sua percepção da dificuldade ou facilidade de realizar o comportamento em análise. Isso envolve reflexões sobre experiências passadas e a avaliação que a pessoa faz de suas condições para executar ou não determinada tarefa.

Esses três fatores são influenciados por um conjunto de crenças. Há as chamadas crenças comportamentais, que influenciam a atitude para determinado comportamento; as crenças normativas, das quais se originam as normas subjetivas; e as crenças de controle, relacionadas a recursos e oportunidades, e que formam as bases para a percepção de controle comportamental.

Crenças comportamentais: relação entre o comportamento em análise e seus prováveis resultados. Ou seja, envolve crenças a respeito das consequências positivas ou negativas da realização do comportamento bem como avaliações dessas consequências.

Crenças normativas: relação com as expectativas de aprovação ou desaprovação de outros indivíduos ou grupos (amigos, familiares ou outros atores da sociedade). Ou seja, crenças em relação ao que os outros acham do comportamento em questão, o que se refere à pressão social para a realização ou não do comportamento.

Crenças de controle: relação com a percepção de fatores que podem influenciar a capacidade de desempenhar um determinado comportamento. Ou seja, crenças ligadas à percepção de presença ou ausência de oportunidades, recursos e capacidades.

As crenças descritas no esquema anterior influenciam os três fatores mencionados antes (atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido), e estes interferem na formação de uma intenção que conduz a um determinado comportamento. Quando estamos diante de uma situação em que a atitude é favorável

ao comportamento, as normas subjetivas aprovam e reforçam tal comportamento e há uma percepção de controle comportamental, a tendência é que o indivíduo desenvolva a intenção e esta se materialize, de fato, no comportamento em questão, conforme modelo representado na Figura 7.4, a seguir:

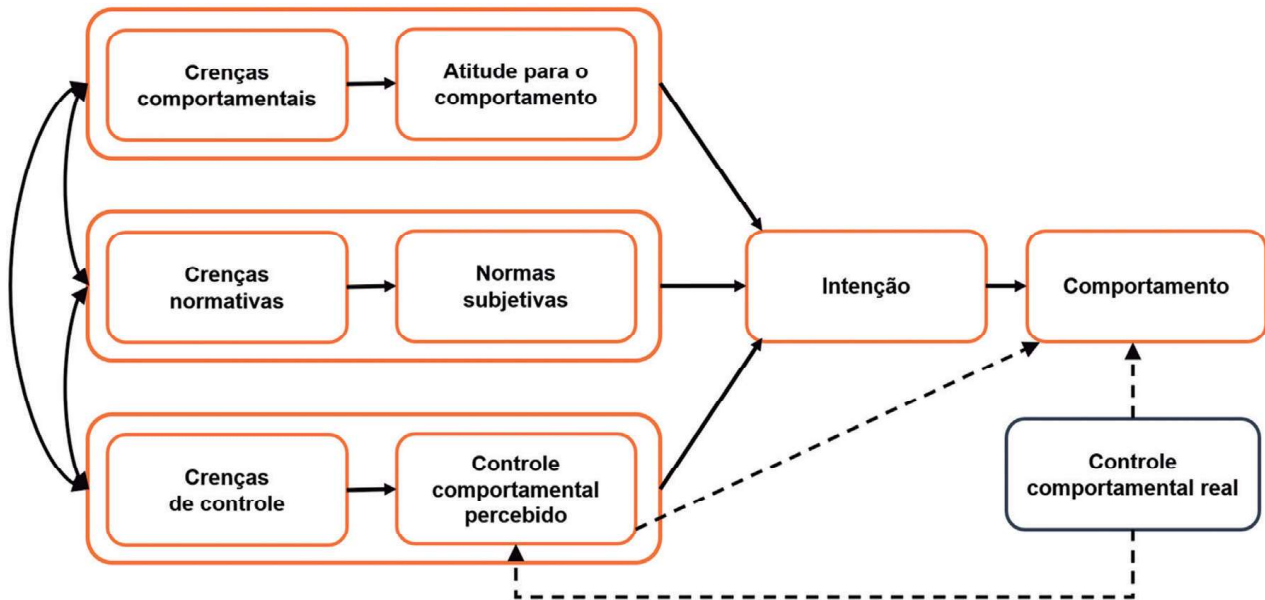


Figura 7.4: Esquema representativo da Teoria do Comportamento Planejado.

Fonte: Ajzen (2002)¹¹

Com base no modelo da Teoria do Comportamento Planejado fica mais fácil compreender o caminho entre a atitude empreendedora e a realização efetiva de um comportamento empreendedor. Voltemos ao exemplo descrito no início do capítulo. Pelo que vimos até aqui, podemos, sim, dizer que Mônica Martelli e Paulo Gustavo são pessoas com atitude empreendedora, pois é possível identificar elementos na trajetória deles que apontam para uma predisposição para agir de maneira empreendedora. Ambos consideravam a realização de seus respectivos projetos como algo favorável e desejável.

Todavia, vimos também que a atitude por si só não garante a ocorrência de determinado comportamento. Eles só foram adiante com seus projetos porque também consideraram questões como normas subjetivas e a percepção de controle comportamental. Acreditavam que a implementação de seus projetos era algo bem visto pelas pessoas, o que inclusive os motivou a recorrer a familiares e amigos para a obtenção de apoio (normas subjetivas). Além disso, acreditavam

¹¹ AJZEN, I. Perceived Behavioral Control, Self- Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 32, p. 1-20, 2002.

em sua capacidade de concretizar aquele projeto empreendedor, tanto no que se refere às habilidades e conhecimentos técnicos como também ao acesso a recursos e oportunidades para a viabilização do empreendimento (percepção de controle comportamental).

Essa combinação de fatores despertou nos atores a intenção de empreender, lançando seus próprios projetos, e essa intenção se desdobrou em ação, no comportamento em si, que foi a concretização de seus respectivos espetáculos.

Contudo, isso só foi possível porque eles não apenas achavam que eram capazes, que dominavam as habilidades indispensáveis para a tarefa e que conseguiriam reunir os recursos necessários (controle comportamental percebido), mas de fato o eram (controle comportamental real).

O esquema da Teoria do Comportamento Planejado faz essa distinção entre controle comportamental percebido e controle comportamental real justamente porque nem sempre a percepção de capacidade do indivíduo está de mãos dadas com a realidade. Por exemplo, você pode acreditar em suas habilidades musicais e pensar que se transforma em um Frank Sinatra quando está no chuveiro cantando, mas seus vizinhos, provavelmente, têm uma opinião diferente.



Figura 7.5: Nem sempre há uma correspondência entre controle comportamental percebido e controle comportamental real.

Fonte: Frank Sinatra – [Wikimedia](#) e Menino com as mãos no ouvido – [Wikimedia](#)



Algumas vezes o conceito de controle comportamental percebido é confundido com o conceito de *lôcus de controle* (visto no Capítulo 6). Mas, cuidado, são conceitos diferentes. O *lôcus de controle* está ligado à percepção das pessoas sobre sua própria influência nos resultados obtidos na tentativa de controle do futuro, mas trata-se de uma expectativa geral, algo relativamente estável e aplicável a diferentes situações. Já o controle comportamental está relacionado à percepção da capacidade de lidar com uma situação específica, que pode e costuma variar dependendo do contexto (ANTONIOLI, 2007).

ATIVIDADE 2

Soltando a voz

Na hora de soltar a voz, muita gente acaba se empolgando, não é mesmo? Veja o vídeo disponível no link a seguir, que traz a performance musical de alguns artistas famosos. Divirta-se!

<https://www.youtube.com/watch?v=xMe9QfKiKuQ>

Fonte: MOMENTOS vergonha alheia: famosos cantando mal!. [S.l.: s.n.], 2019. 1 vídeo (12 min). Publicado pelo canal Canal 90. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xMe9QfKiKuQ&ab_channel=Canal90. Acesso em: jun. 2021.

Agora analise as situações retratadas no vídeo a partir da Teoria do Comportamento Planejado, destacando cada um de seus elementos, a saber:

- crenças comportamentais e atitude;
- crenças normativas e normas subjetivas;
- crenças de controle e controle comportamental percebido;
- intenção e comportamento; e
- diferença entre controle comportamental percebido e controle comportamental real.

Resposta comentada

O vídeo mostra muitas situações divertidas em que as pessoas acreditavam estar se saindo muito bem, mas, na verdade, não tinham a real dimensão de seu desempenho. Aplicando os elementos da Teoria do Comportamento Planejado, podemos fazer as seguintes considerações:

- Crenças comportamentais e atitude – os artistas retratados no vídeo, provavelmente, tinham crenças de que o lançamento de uma carreira musical ou se aventurar a gravar uma música fora do seu repertório original seria algo positivo, que traria bons resultados. Isso pode ter influenciado a atitude, fazendo com que enxergassem tal comportamento como desejável e até mesmo promissor.*
- Crenças normativas e normas subjetivas – nesses casos, certamente, houve apoio do público e de pessoas próximas. Incentivos, provavelmente, não faltaram para encorajar tal comportamento. Ou seja, a pressão social tendia a ser de*

aprovação, pelo menos, antes do lançamento. Após a gravação desses “sucessos”, é provável que esta situação tenha se invertido.

- c. *Crenças de controle e controle comportamental percebido* – os artistas acreditavam em sua capacidade de lançar aqueles projetos musicais bem como nos recursos e oportunidades existentes, o que fazia com que se sentissem preparados e confiantes. De fato, para artistas já conhecidos, a obtenção de recursos e oportunidades parece algo factível. O problema maior nesses casos parece ser a autoavaliação em relação às capacidades técnicas.
- d. *Intenção e comportamento* – a combinação dos elementos acima gerou nos artistas a intenção de lançar seus projetos musicais, o que realmente se concretizou, uma vez que eles colocaram o plano em ação (o comportamento foi observado).
- e. *Diferença entre controle comportamental percebido e controle comportamental real* – aqui está a principal questão dos exemplos que vimos no vídeo. Há, claramente, uma discrepância entre a avaliação que os artistas faziam de sua capacidade de cantar determinadas músicas e suas reais condições de executar determinadas performances. Nos aspectos recursos e oportunidades, os artistas pareciam estar certos, afinal, apesar do resultado, chegaram a ter a oportunidade de apresentar suas músicas.

No entanto, cabe aqui uma ressalva. Muitas vezes é preciso, e até mesmo recomendado, arriscar. Nem sempre conseguimos avaliar com precisão nosso controle comportamental com antecedência. Além disso, é possível ir aperfeiçoando nossas habilidades e a nossa capacidade de avaliação. Por isso, ações de formação e treinamento são muito importantes para nosso desenvolvimento. Um professor de canto, por exemplo, daria várias recomendações para os artistas que aparecem no vídeo, o que permitiria a incorporação de melhorias em suas apresentações.

A mesma análise pode ser aplicada ao contexto do empreendedorismo. Iniciativas de educação para o empreendedorismo são capazes de ampliar o conhecimento sobre o tema e desenvolver habilidades e competências específicas, o que dá mais confiança aos potenciais empreendedores e tende a reduzir a discrepância entre o controle comportamental percebido e o controle comportamental real.



Faça com seus estudantes!

Recomendamos que desenvolva a seguinte atividade com seus estudantes:

- Peça a eles que formem grupos e selecionem exemplos de pessoas que agiram de maneira empreendedora em determinado contexto.
- A partir dos exemplos trazidos, faça uma seleção, em conjunto com os estudantes, dos casos que servirão de base para análise.
- Em seguida, analise os casos selecionados a partir do conceito de atitude empreendedora. Para isso, descreva cada um dos componentes da atitude: cognitivo, afetivo e comportamental.
- Depois, amplie a análise, considerando os elementos da Teoria do Comportamento Planejado.
- Após a discussão desses exemplos, é possível provocar os estudantes para que façam uma autoavaliação, a partir dos conceitos aprendidos durante a atividade.

4. Conclusão

Esperamos que você tenha apreciado a leitura. Ao final deste capítulo, a ideia é que tenha uma compreensão mais detalhada do conceito de atitude e de seus componentes, algo para além do senso comum. Além disso, esperamos, também, que seja capaz de compreender o conceito de atitude empreendedora e suas aplicações bem como identificar a relação desse conceito com os elementos da Teoria do Comportamento Planejado, de Ajzen.

A combinação dos conceitos vistos no capítulo pode contribuir para trazer reflexões sobre como trabalhar a atitude empreendedora na escola. Agora que compreendeu, em detalhes, seus componentes, fica mais fácil ensiná-los a seus estudantes bem como inseri-los em propostas de educação para o empreendedorismo.

5. Resumo

A proposta do capítulo foi apresentar a atitude empreendedora como um conceito amplo, algo que pode ser aplicado à vida em suas variadas dimensões, e que, portanto, transcende a criação de um novo negócio. Nesse sentido, partiu-se de um exemplo de projeto empreendedor no mundo do teatro, estabelecendo conexões do caso introdutório com o conceito de atitude empreendedora.

O capítulo descreveu, em detalhes, o conceito de atitude, visto como uma tendência ou predisposição a responder de forma favorável ou desfavorável a um determinado objeto social (situação, pessoas, acontecimento). Nesse sentido, atitude empreendedora consiste na predisposição aprendida para atuar de maneira empreendedora.

A atitude é formada por três componentes:

- a. componente cognitivo – constituído por crenças e elementos cognitivos relacionados ao conhecimento e à forma como se enxerga um determinado objeto;
- b. componente afetivo – referente aos aspectos emocionais, está relacionado aos nossos sentimentos contra ou a favor de determinado objeto social; e
- c. componente comportamental – representa uma tendência à ação, levando o indivíduo a comportamentos que sejam coerentes com as cognições e os afetos.

O capítulo descreveu, também, a relação da atitude empreendedora com a Teoria do Comportamento Planejado. Baseando-se nessa teoria, o comportamento empreendedor de uma pessoa é determinado pela intenção de realizar uma ação empreendedora. Ou seja, a intenção antecede o comportamento.

Além disso, foi visto também que as intenções são determinadas por três fatores independentes:

- a. as atitudes em relação a determinado comportamento;
- b. as normas subjetivas; e
- c. a percepção de controle comportamental.

E cada um desses fatores sofre influência de crenças específicas (comportamentais, normativas e de controle).

Ao compreender todos esses conceitos, espera-se que o professor participante desta formação seja capaz de reconhecer atitudes que

apoiem ações empreendedoras bem como identifique formas de estimular um comportamento empreendedor em seus estudantes, contribuindo para o desenvolvimento do protagonismo e da autonomia em seus projetos de vida.

6. Leitura recomendada

AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, p. 179-211, 1991.

ANTONIOLI, R. M. **Atitude empreendedora no interior das organizações**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Gestão de Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007.

7. Referências

AJZEN, I. Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 32, p. 1-20, 2002.

AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, p. 179-211, 1991.

AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. *In*: KUHI, J.; BECKMAN, J. (eds.). **Action control**: From cognition to behavior. Heidelberg: Springer, 1985. p. 11-39.

AJZEN, I; FISHBEIN, M. Attitudes and Attitude-Behavior Relation: reasoned and automatic processes. **European Review of Social Psychology**, v. 11, n. 1, p. 1-33, 2000.

ALLPORT, G. W. Attitudes. *In*: MURCHISON, C. (ed.). **Handbook of Social Psychology**. Worcester, MA: Clark University Press, 1935. p. 798-844.

ANTONIOLI, R. M. **Atitude empreendedora no interior das organizações**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Gestão de Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007.

FIGUEIREDO, S. Brasil lidera a lista de países na redução de número de fumantes. **Revista Veja**, 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/brasil-lidera-a-lista-de-paises-com-reducao-de-numero-de-fumantes/>. Acesso em: junho 2021.

GREGÓRIO, L. Paulo Gustavo e o sucesso de sua carreira em números. **Revista Quem**, 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2021/05/paulo-gustavo-e-o-sucesso-de-sua-carreira-em-numeros.html>. Acesso em: maio 2021.

KATZ, D.; STOTLAND, E. A preliminary statement to a theory of attitude structure and change. *In*: KOCH, S. (ed.). **Psychology: A Study of a Science**. New York: McGraw-Hill, 1959. v. 3.

KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. Atitude empreendedora em discentes de graduação: entre a teoria e a prática. **Revista Alcance**, v. 24, n. 2, p. 191-208, 2017.

LOPES JR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 11, n. 6, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/40616/25830>. Acesso em: maio 2021.

MOMENTOS vergonha alheia: famosos cantando mal!. [S.l.: s.n.], 2019. 1 vídeo (12 min). Publicado pelo canal Canal 90. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xMe9QfKiKuQ>. Acesso em: jun. 2021.

MÔNICA MARTELLI. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2010]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%B4nica_Martelli. Acesso em: maio 2021.

SIQUEIRA, W. R.; PEGHINI, P.; SOUZA, L. D.; OLIVEIRA FILHO, J. B. Atitude empreendedora de proprietários e funcionários intraempreendedores: um estudo comparativo entre visionários e visionistas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p. 84-104, 2014.