

O Conceito de Empreendedorismo Segundo a Teoria das Representações Sociais

The Concept of Entrepreneurship According to the Theory of Social Representations

Ana Maria de Oliveira Paz

Doutorado em Linguística Aplicada, Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Docente, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, RN, Brasil

✉ hamopaz@yahoo.com.br

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-5621-4938>

Marcossuel Soares Batista da Silva

Mestrado em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Docente, Secretaria Estadual de Educação do Rio Grande do Norte, Currais Novos, RN, Brasil

✉ marcossuelsoares1@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0009-0004-6233-9867>

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi identificar quais as representações sociais que alunos e professores da modalidade EJA (Educação de Jovens e Adultos) dão ao termo empreendedorismo. Nosso trabalho buscou como referencial teórico a Teoria das Representações Sociais proposta por Moscovici (1995; 2003). Tratou-se de uma pesquisa exploratória, conforme Andrade (2010). Como metodologia para análise dos dados, utilizamos o método qualitativo de acordo com Minayo (2001). A proposta foi compreender o que os participantes entendiam sobre o conceito de empreendedorismo. Ao final do estudo pudemos observar que a maioria dos participantes relaciona o termo empreendedorismo a ter o próprio negócio.

Palavras-chave: Representações Sociais; Empreendedorismo; EJA.

ABSTRACT

The aim of this study was to identify the social representations that students and teachers in the EJA (Youth and Adult Education) program attribute to the term entrepreneurship. Our work used the Social Representations Theory proposed by Moscovici (1995; 2003) as its theoretical framework. It was an exploratory research study, as described by Andrade (2010). For data analysis, we employed a qualitative method, following Minayo (2001). The proposal was to understand how the participants perceived the concept of entrepreneurship. At the end of the

study, we observed that most participants associated the term entrepreneurship with owning a business.

Keywords: Social Representations; Entrepreneurship; EJA.

Introdução

A noção do significado do termo empreendedorismo, muitas vezes, está relacionada ao mundo dos negócios e da administração de empresas. Por se tratar de um termo criado há pouco tempo e, por muitas vezes, circular apenas dentro da esfera empresarial, as pessoas não têm um conceito definido do que seja empreendedorismo.

Para avaliarmos como a construção desse conceito acontece, realizamos uma pesquisa com 24 participantes, sendo eles 20 alunos da EJA (Educação de Jovens e Adultos) dos ensinos Fundamental e Médio, assim como com 4 professores de uma escola pública estadual localizada na cidade de Currais Novos/RN.

A referida cidade fica a uma distância de 186 quilômetros da capital Natal. De acordo com dados do Censo do IBGE (2022), possui uma população de 41.313, sendo a maioria habitantes da zona urbana. As principais fontes de renda do município são as verbas oriundas da União e do comércio local que emprega mais da metade da população.

Com relação à escola utilizada como *lócus* de pesquisa, está situada próxima de variadas espécies de comércios locais, que atende a uma clientela composta por moradores adjacentes e por estudantes de baixa renda.

O objetivo do nosso estudo foi verificarmos qual é a primeira imagem/conceito que os participantes têm ao ouvirem a palavra empreendedorismo.

Para analisarmos as respostas dos estudantes, baseamos o nosso estudo na Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 1995; 2003), uma vez que ela foi considerada a mais adequada para a proposta deste trabalho. Como metodologia, utilizamos a pesquisa exploratória (Andrade, 2010) e como método de análise de dados, a pesquisa qualitativa, conforme estabelece os aportes propostos por Minayo (2001).

A importância do presente estudo se dá pelo fato de podermos compreender através da Teoria das Representações Sociais, como os sujeitos constroem a noção de empreendedorismo de acordo com as suas vivências pessoais e de acordo com os contextos nos quais eles estão inseridos. Dessa forma, pudemos perceber quais conceitos cada pessoa adota, considerando aspectos como: idade, gênero, profissão, nível de escolaridade.

No intuito de favorecer o entendimento da parte dos leitores, optamos por organizar o trabalho proposto da seguinte forma: inicialmente, apresentamos na introdução informações capazes de situar a temática abordada, o objetivo e a justificativa da relevância da proposta. Na segunda seção, focalizamos o referencial teórico tomado como base para as discussões previstas. Na terceira seção, mencionamos a metodologia utilizada para a construção da pesquisa e abordagem dos dados. Na quarta, por sua vez, trouxemos a análise do *corpus* gerado; e, por fim, na última seção, apontamos as nossas considerações finais.

A Teoria das Representações Sociais

Os conceitos criados pela sociedade derivam de séculos de compartilhamento de opiniões sobre o mundo e as coisas que nele existem. Graças a esse compartilhamento criamos em nossas mentes ideias sobre aquilo que nos rodeia. Ao ouvirmos determinada palavra buscamos em nosso subconsciente o que sabemos sobre ela a partir do conhecimento de mundo que adquirimos em nossas relações sociais.

Nosso estudo se alicerça sob a perspectiva da Teoria das Representações Sociais proposta por Moscovici, que nos diz o seguinte:

[...] todas as culturas que conhecemos possuem instituições e normas formais que conduzem, de uma parte, à individuação, e de outra à socialização. As representações que elas elaboram carregam a marca desta tensão conferindo-lhe um sentido e procurando mantê-la nos limites do suportável. Não existe sujeito sem sistema nem sistema sem sujeito. O papel das representações partilhadas é o de assegurar que sua coexistência é possível (Moscovici, 1995, p. 12).

Para Moscovici, nossas representações sociais do mundo são feitas de forma coletiva, haja vista que fazemos parte de uma sociedade e é a partir do conhecimento que cada indivíduo constrói que o banco de dados coletivo é compartilhado. É através desses conhecimentos que criamos os nossos conceitos de mundo.

As representações sociais evidenciam a pluralidade da sociedade, uma vez que cada sociedade é diferente e vai se modificando com o passar do tempo, o que acaba contribuindo para as mudanças de conceitos constituídos anteriormente por aqueles que nela viveram.

Podemos compreender o papel do pensamento social, segundo Moscovici (2003), a partir de três concepções: *psicológica*, *sociológica* e *psicossociológica*. Dentre estas três, a concepção psicossociológica abrange as duas primeiras e é, para o autor, o alicerce da Teoria das Representações Sociais.

Na concepção sociológica, temos uma visão da imposição das ideologias das classes sociais sobre os sujeitos e grupos. Na psicológica, os sujeitos processam e modificam as informações que recebem. E, por fim, é na psicossociológica, que os sujeitos integram a construção da sociedade e a partir de suas interações sociais não apenas processam conhecimentos como também introjetam ideologias (Moscovici, 2003).

Partindo desse pressuposto, Jovchelovitch (1995, p. 78 apud Matos; Fell; Fell; & Rolim, 2010, p. 5) aponta que “o sujeito não está subtraído da realidade social, nem meramente condenado a reproduzi-la. Sua tarefa é elaborar a permanente tensão entre um mundo que já se encontra constituído e seus próprios esforços para ser um sujeito”.

A esse respeito, Jodelet (1992, p. 123), afirma que a “representação social é uma forma de conhecimento específico ou saber do senso comum, cujos conteúdos se constroem a partir de processos socialmente marcados”.

Para a autora, portanto, tais processos ocorrem quando os sujeitos realizam práticas cotidianas como conversar, discutir nas práticas do trabalho, por exemplo, ao utilizarem os meios de comunicação e ao receberem influências das histórias passadas de geração em geração pelos seus antepassados. Todas essas práticas

são responsáveis pelo processo de construção e fortalecimento das representações sociais.

A Origem do Termo Empreendedorismo

Ainda há muitos equívocos acerca do termo empreendedorismo. Muitas pessoas ao serem indagadas sobre o seu significado, não sabem explicar o que ele significa e, geralmente, tentam associá-lo a alguma coisa que esteja mais próximo do conhecimento de mundo que possuem.

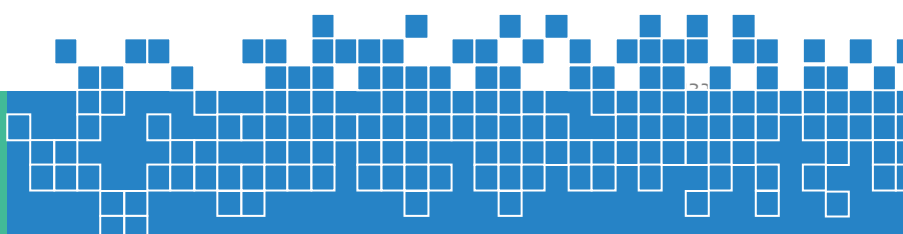
Isso é muito comum pelo fato de não se tratar de uma palavra que seja do uso habitual de pessoas que não são da área de administração de empresas e por ela ser uma palavra que foi introduzida na Língua Portuguesa “recentemente”. Segundo Dolabela (2006), o empreendedorismo é uma tradução da palavra inglesa “*entrepreneurship*”, que está relacionada às ideias de iniciativa e inovação. Também diz respeito à forma como alguém (o empreendedor) vê e se relaciona com o mundo, buscando soluções para problemas que afligem a sociedade.

O termo empreendedorismo surgiu no ano de 1725, sendo utilizado primeiramente pelos franceses, oriundo do verbo “*entrepreneur*”, que significa “empreender” ou “iniciar”. Entretanto, é somente no ano de 1945 que a palavra vai adquirir o significado que é mais atribuído hoje, graças ao economista Joseph Schumpeter que ajudou a modelar o termo empreendedorismo à nova era.

No Brasil, a palavra só começa a ser utilizada, porém, nos anos 90. Ainda assim, sendo empregada somente em sua escrita original no Inglês. Nos dicionários de Língua Portuguesa, a palavra empreendedorismo só vai aparecer no início dos anos 2000, recebendo uma tradução.

A palavra empreendedorismo, no entanto, ficava à época restrita ao mundo dos negócios e discussões no âmbito dos cursos de administração, marketing, gestão de negócios, dentre outros.

Para o público em geral, muitas vezes, o termo empreendedorismo ainda está ligado à sua origem francesa. Os franceses criaram o termo para diferenciar o empresário comum daquela pessoa que tinha o perfil inovador e que assumia riscos.



Eles sentiram a necessidade criar uma palavra para diferenciar esses dois tipos de pessoas, por isso que, por muitas vezes, as pessoas acreditam que os termos “empresário” e “empreendedor” significam a mesma coisa, por ainda acharem que quem é proprietário de um negócio é necessariamente um empreendedor.

Metodologia

A metodologia utilizada para realizarmos o presente estudo de acordo com os nossos objetivos foi a pesquisa exploratória, uma vez que, segundo Andrade (2010):

A pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente (Andrade, 2010, p. 112).

A pesquisa exploratória nos serviu de base para reunir e analisar as respostas dos participantes para serem utilizadas em um estudo que realizaríamos *a posteriori*.

Considerando a natureza da pesquisa, adotamos a abordagem de investigação qualitativa que, segundo Minayo (2001):

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (Minayo, 2001, p. 22).

Com relação aos procedimentos adotados, realizamos uma pesquisa de campo, que de acordo com Andrade (2010) é baseada na observação dos fatos de tais como eles acontecem na realidade. Em razão disso, o pesquisador gera os dados no campo de investigação, mediante o uso da observação *in loco*, aplicação de questionários e de entrevistas, dentre outros instrumentais.

Quanto aos procedimentos da pesquisa, realizamos a geração das representações da parte dos colaboradores a partir da utilização de folhas de ofício e

lápiz, mediante a qual esses participantes foram solicitados que mencionassem no referido papel o que vinha à sua mente ao ouvirem a palavra “empreendedorismo”. Nesse caso, eles poderiam responder utilizando uma frase, uma palavra ou um desenho.

Participaram desta investigação 20 alunos e 4 professores de uma escola pública estadual, localizada na cidade de Currais Novos/RN, da modalidade EJA (Educação de Jovens e Adultos) vinculados aos ensinos Fundamental e Médio, inseridos na faixa etária entre 15 e 49 anos, dos sexos masculino e feminino. No total, foram analisadas 24 respostas dos participantes.

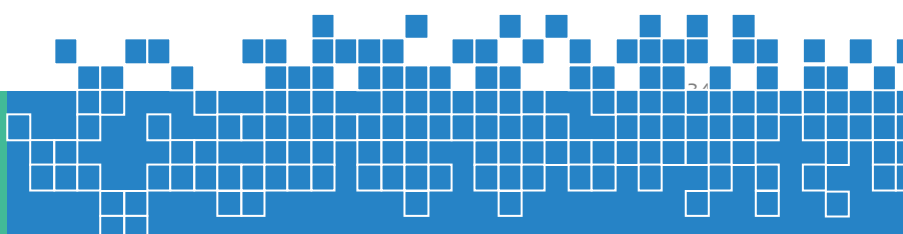
Geramos as informações pessoais dos participantes para analisarmos e compararmos se havia fatores sociais que as aproximavam ou as distanciavam dos conceitos que cada colaborador tinha sobre o termo “empreendedorismo”.

Para analisarmos as respostas geradas, apoiamo-nos nos pressupostos da Teoria das Representações Sociais de Moscovici (1995). Por meio desta teoria, pudemos perceber como o público-alvo de nosso estudo concebia o significado do termo empreendedorismo e se havia alguma recorrência nas respostas dadas por eles.

Também solicitamos aos participantes que respondessem qual a sua profissão, para que assim pudessemos analisar se isso teria algum grau de influência em suas respostas.

Dessa forma, observamos que, em sua maioria, os participantes eram estudantes, trabalhadores no comércio da região, donas de casa, professores e um colaborador respondeu que era microempreendedor.

A fim de observar mais detalhadamente as respostas obtidas, elaboramos uma tabela com as principais recorrências que encontramos e evidenciamos quantas vezes elas seriam mencionadas, assim podíamos analisar se existia um padrão para aquilo que os participantes entendiam como sendo o conceito de empreendedorismo. É importante ressaltar que essa tabulação foi realizada com o intuito de perceber as recorrências e não para mensurá-las numericamente, uma vez que não se configura como propósito do presente estudo.



Análise e Resultados

Para realizarmos a análise dos dados gerados a partir do objetivo identificar quais as representações sociais dos colaboradores da pesquisa acerca do termo empreendedorismo, criamos uma tabela com as respostas dadas pelos participantes a fim de também observar com que recorrência determinadas respostas eram apresentadas.

Os participantes tinham que responder ao seguinte questionamento: “O que é empreendedorismo?”. Eles tinham a opção de responder utilizando uma frase, uma palavra ou um desenho. Ao final da solicitação proposta, as respostas dadas foram as seguintes:

Quadro 1

Respostas dos entrevistados

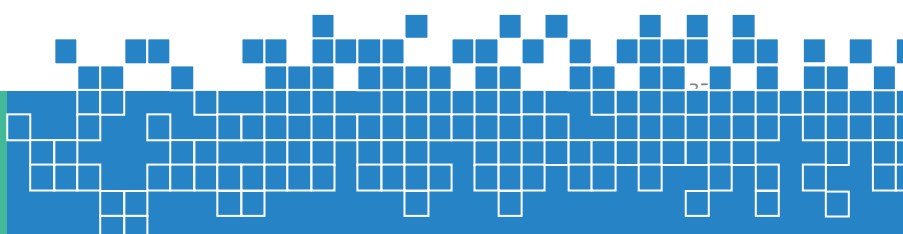
O QUE É EMPREENDEDORISMO?		
RESPOSTA DO PARTICIPANTE	FREQUÊNCIA DA RESPOSTA	PROFISSÃO
Empreendedorismo é ter um pequeno negócio ou uma grande empresa.	1 participante	Estudante
Não conheço o que é, mas gostaria de aprender sobre.	1 participante	Estudante
É uma iniciativa de implementar novos negócios ou algo que já exista.	1 participante	Microempreendedora/Estudante
Não sei muito o que é empreendedorismo.	1 participante	Agricultor/Estudante
Não conheço muita coisa, apenas o básico.	1 participante	Estudante

É uma prática profissional em que a pessoa investe na oferta de um produto, geralmente se torna dona do próprio negócio.	1 participante	Professora
O empreendedorismo é uma forma de se manter, é um trabalho.	1 participante	Estudante
É ter o espírito de comercializar e saber a necessidade do produto naquela área comercial, saber investir e oferecer produtos de qualidade.	1 participante	Professora
Gestão, liderança e bons profissionais.	1 participante	Vendedora/Estudante
Empreender é ter a coragem para superar desafios diários.	1 participante	Marmorista/Estudante
É uma maneira de investir seu dinheiro e ter lucro. Saber investir com segurança.	1 participante	Professora
A iniciativa de criar uma alternativa de inovação, para atuar em um contexto social, econômico e pessoal, objetivando ofertar algo novo ao mercado e garantir sua sobrevivência.	1 participante	Professor

Empreendedorismo é investir em seu próprio negócio.	1 participante	Estudante
Trabalho.	1 participante	Estudante
É pegar seu próprio negócio e expandir, abrir mais trabalhos e oportunidades.	1 participante	Agricultor/Estudante
Gerar um negócio para obter lucro.	1 participante	Estudante
Negócio lucrativo.	1 participante	Estudante
Empreendedorismo é para quem sonha grande e quer ter seu próprio negócio e sabe administrar.	1 participante	Estudante
Empreendedorismo é uma disposição para identificar problemas e oportunidades. Você criar seu próprio negócio e ter um planejamento do seu próprio negócio.	1 participante	Estudante
Saber fazer o dinheiro girar. Ter plano de negócios. Prestar bom atendimento.	1 participante	Minerador/Estudante
Não respondeu.	4 participantes	3 Estudantes/1 Lava a jato

Fonte: Tabela elaborada pelos autores, 2022.

Como pudemos observar nas respostas apresentadas pelos participantes, um terço deles conceituou empreendedorismo “como ter o próprio negócio” (8 participantes). Essas respostas nos possibilitam inferir que a noção de



empreendedorismo, segundo a ótica dos colaboradores, está fortemente vinculada a noção de “ter uma empresa”.

A partir dessa informação, podemos perceber que, conforme Alves-Mazzotti (2000), ao citar Moscovici, é possível pensar que:

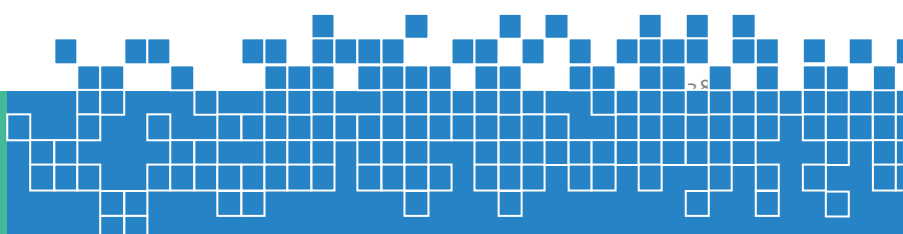
[...] não existe separação entre o universo externo e o universo interno do sujeito: em sua atividade representativa, ele não reproduz passivamente um objeto dado, mas, de certa forma, o reconstrói e, ao fazê-lo, se constitui como sujeito, na medida em que, ao apreendê-lo de uma dada maneira, ele próprio se situa no universo social e material (Alves-Mazzotti, 2000, p. 59).

Dessa forma, podemos compreender que a ideia que os sujeitos participantes da pesquisa têm do termo empreendedorismo reflete a forma como a sociedade ainda pensa, ou seja, na inter-relação entre empresa-negócio-comércio e empreendedorismo. Nesse sentido, fica evidente que dentre as respostas dadas, a ligação entre empreendedorismo e ter uma empresa se destaca entre os participantes, embora alguns apenas mudaram a forma de elaborar a resposta, mas, no fim acabaram adotando a mesma ideia sobre o conceito.

Poucos participantes se distanciaram desse conceito, citando palavras como “gestão”, “inovação”, “liderança”, “trabalho”, “investir”, “produto de qualidade”, “superar desafios”, “ter lucros”, “identificar problemas e oportunidades” e “administrar”.

Todas essas palavras estão relacionadas ao termo “empreendedorismo”, o que demonstra que os participantes que deram essas respostas têm a noção de que empreendedorismo não se restringe a apenas a ter um negócio próprio. Atualmente essa palavra não está mais atrelada à área da administração de negócios, uma vez que, novos termos foram surgindo para ampliá-la como: empreendedorismo social, intraempreendedorismo, empreendedorismo digital, empreendedorismo verde, entre outros.

Infelizmente, tais termos ainda são de desconhecimento de muitas pessoas, o que explica a dificuldade de fugir do conceito primário de empreendedorismo como ter uma empresa.



Alves-Mazzotti (2000) destaca que as representações elaboradas pelos sujeitos não são apenas opiniões ou imagens sobre determinado assunto, mas teorias coletivas sobre a realidade. Essas teorias possuem uma lógica e uma linguagem individual, assim como estruturas baseadas em valores e conceitos construídos pelos sujeitos.

Assim, as representações sociais que os participantes fizeram estão ligadas ao mundo social em que se inserem. Os estudantes deram respostas mais ligadas ao empreendedorismo como ter um negócio e, em sua maioria, apresentaram respostas breves e sucintas, enquanto os professores atribuíram respostas mais elaboradas e que se distanciavam mais da ideia estabelecida pelos alunos. Observamos igualmente que aqueles participantes com atuação no comércio local deram respostas que estavam mais próximas ao conceito de empreendedorismo, a exemplo de empreendedorismo tendo relação com inovação, gestão e liderança, como também citaram características do empreendedor.

Por fim, o que também nos chamou a atenção é que sete participantes (quase um terço) do total, não souberam conceituar o que para eles é empreendedorismo, sendo que quatro deixaram a resposta em branco e três disseram que não sabiam responder ou responderam muito vagamente que sabiam muito pouco ou o básico, sem mencionar mais informações.

Em vista do exposto, podemos concluir que a Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 1995; 2003) nos ajudou a compreender como os sujeitos criam os seus conceitos e como eles são compartilhados entre si, o que evidencia como a sociedade é e como os sujeitos que nela vivem são influenciados pelas compreensões construídas nas interações que estabelecem cotidianamente com seus pares ao longo do tempo.

Considerações Finais

O trabalho por ora realizado é de muita importância para a nossa compreensão acerca do que estabelecem os estudos pautados na Teoria das Representações Sociais (1995; 2003), que tem como percussor Serge de Moscovici. Essa relevância

LETRA MAGNA

também se justifica no fato da existência de poucas pesquisas realizada sobre essa teoria acerca do empreendedorismo e no domínio dos que atuam na EJA (Educação de Jovens e Adultos).

Os dados obtidos serviram para a construção de uma visão que continua sendo difundida pela sociedade no que diz respeito à noção de que o empreendedorismo está alinhado unicamente ao fato de ter a própria empresa. Apesar dessa noção não ter sido uma totalidade das respostas dos participantes, ela continua bastante presente na imagem por eles construída.

A temática ora estudada à luz da Teoria das Representações Sociais não se encerra aqui, haja vista que em função de sua relevância e dos subsídios que poderá oferecer, futuros estudos podem ocorrer na mesma perspectiva a fim de ampliar ou refutar os resultados apresentados; considerando-se que a nossa pesquisa representa dados correspondentes a um determinado momento histórico e específico de a um público, como também o fato que as representações sociais construídas pela atual sociedade não são inertes, mas estão em evolução constante, atualizando-se com o transcorrer do tempo.

Conforme afirma Moscovici (2003), o ser humano não é apenas uma construção da sociedade, ele também a constrói a partir das suas relações sociais que desenvolve com seus pares. Portanto, cada sociedade é irrepetível, pois ela sempre vai ser um reflexo da sua época. Nesse sentido, representações sociais por ela construída vão sendo modificadas graças à constante evolução do tempo, cujos impactos repercutem diretamente na sociedade e em seus integrantes, sobretudo em sua forma de pensar, representar e agir no mundo.

Referências

Alves-Mazzotti, A. J. (2000). Representações sociais: Desenvolvimentos atuais e aplicações à educação. In V. M. Candau (Org.), *Linguagem: espaços e tempo no ensinar e aprender* (Anais do 10º Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino – ENDIPE). LP&A.

Andrade, M. M. (2010). *Introdução à metodologia do trabalho científico: Elaboração de trabalhos na graduação* (10ª ed.). Atlas.

Crusoé, N. M. de C. (2014). A teoria das representações sociais em Moscovici e sua importância para a pesquisa em educação. *Aprender – Caderno de Filosofia e Psicologia da Educação*, s/v.

Dias, J. M. B., & Santos, G. T. (2015). Teoria das representações sociais: Uma abordagem sociopsicológica. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 8(1), 173–187.

Dolabela, F. (2006). *O segredo de Luísa* (30ª ed.). Editora de Cultura.

Jesuíno, J. C., Lopes, M. J., & Mendes, F. R. P. (2015). *As representações sociais nas sociedades em mudança*. Vozes.

Jodelet, D. (1992). Folie et représentations sociales. In A. Arruda (Org.), *Representações sociais: Emergência e conflito na psicologia social*. Brasiliense.

Jovchelovitch, S. (1995). Vivendo a vida com os outros: Intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In P. A. Guareschi & S. Jovchelovitch (Orgs.), *Textos em representações sociais* (2ª ed.). Vozes.

Marková, I. (2017). A fabricação da teoria de representações sociais. *Cadernos de Pesquisa*, 47(163), 358–375. <https://doi.org/10.1590/198053143760>

Matos, F. R. N., Fell, A. F. A., Fell, N. S. P., & Rolim, G. F. (2010). Representações sociais e empreendedorismo: O significado do termo para alunos do curso de administração de empresas. In *Anais do VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. Recife, PE.

Minayo, M. C. S. (Org.). (2001). *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade* (18ª ed.). Vozes.

Moscovici, S. (1995a). Prefácio. In P. Guareschi & S. Jovchelovitch (Orgs.), *Textos em representações sociais* (2ª ed.). Vozes.

Moscovici, S. (1995b). *Representações sociais: Investigações em psicologia social*. Vozes.

Reses, E. S. (2003). Do conhecimento sociológico à teoria das representações sociais. *Sociedade e Cultura*, 6(2), 189–199.

Villas Boas, L. P. S. (2004). Teoria das representações sociais e o conceito de emoção: Diálogos possíveis entre Serge Moscovici e Humberto Maturana. *Psicologia da Educação*, (19), 143–166.

