



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM SECRETARIADO EXECUTIVO

ELOIZA MARIA ALVES DA SILVA
VITÓRIA SAMARA HENRIQUE PEDRO FRAGOSO

CRIAR E EMPREENDER: UM ESTUDO SOBRE AS ABORDAGENS DE AMABILE
E CSIKSZENTMIHALYI NO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DO
SECRETÁRIO EXECUTIVO

RECIFE
2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM SECRETARIADO EXECUTIVO

ELOIZA MARIA ALVES DA SILVA
VITÓRIA SAMARA HENRIQUE PEDRO FRAGOSO

CRIAR E EMPREENDER: UM ESTUDO SOBRE AS ABORDAGENS DE AMABILE
E CSIKSZENTMIHALYI NO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DO
SECRETÁRIO EXECUTIVO

TCC apresentado ao curso de Secretariado executivo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Secretariado Executivo.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Christianni Coutinho Marçal

RECIFE
2025

ELOIZA MARIA ALVES DA SILVA
VITÓRIA SAMARA HENRIQUE PEDRO FRAGOSO

**CRIAR E EMPREENDER: UM ESTUDO SOBRE AS ABORDAGENS DE AMABILE
E CSIKSZENTMIHALYI NO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DO
SECRETÁRIO EXECUTIVO**

TCC apresentado ao curso de Secretariado executivo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Secretariado Executivo.

Aprovado em: 09 / 12 / 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Maria Christianni Coutinho Marçal (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Louis Guillaume Théodore Bueno Santos Martins (Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. M^a. Karina Dias Lacerda da Costa (Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

A criatividade manifesta-se de forma transversal em distintos domínios da vida social e constitui um dos pilares fundamentais que sustentam as principais características do comportamento empreendedor. Apesar disso, identifica-se uma lacuna na Associação Brasileira de Pesquisa em Secretariado, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e Revista de Gestão e Secretariado, amplamente utilizadas por estudantes e profissionais do curso de Secretariado Executivo, uma vez que elas não articulam, de forma aprofundada e aplicável, o comportamento empreendedor e as abordagens de criatividade propostas por Amabile e Csikszentmihalyi. Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa foi analisar as contribuições da teoria componencial e do modelo sistêmico para o desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo. A metodologia da pesquisa consistiu em uma revisão narrativa da literatura, com abordagem qualitativa e exploratória. A coleta de dados foi realizada por meio de uma pesquisa bibliográfica nas plataformas citadas anteriormente. A análise e discussão dos dados ocorreram por meio da análise de conteúdo de Bardin (1977), utilizando diferentes fontes a fim de articular as duas abordagens trabalhadas com o comportamento empreendedor, bem como uma análise dos principais conceitos de estímulo à criatividade e sua influência no desenvolvimento desse comportamento no secretário executivo. Como resultados, obtivemos recomendações de aplicação da teoria componencial (o passo a passo dos cinco estágios; (1) identificação do problema ou tarefa, (2) preparação para produção das ideias; (3) geração de resposta; (4) comunicação e validação da resposta, (5) resultado) e do modelo sistêmico (utilização do flow para transformar a criatividade em impulsionador comportamental) para o desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo.

Palavras-chave: criatividade; comportamento empreendedor; teoria componencial; modelo sistêmico; secretário executivo.

ABSTRACT

Creativity manifests itself across different domains of social life and constitutes one of the fundamental pillars that support the main characteristics of entrepreneurial behavior. Despite this, a gap is identified in the Associação Brasileira de Pesquisa em Secretariado, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração and Revista de Gestão e Secretariado, widely used by students and professionals in Executive Secretarial Studies, since they do not articulate, in a thorough and applicable way, the entrepreneurial behavior and creativity approaches proposed by Amabile and Csikszentmihalyi. Therefore, the overall objective of this research was to analyze the contributions of componential theory and the systems model to the development of entrepreneurial behavior in executive secretaries. The research methodology consisted of a narrative literature review, with a qualitative and exploratory approach. Data collection was carried out through a bibliographic search on the platforms mentioned above. The data analysis and discussion were conducted using Bardin's (1977) content analysis, utilizing different sources to articulate the two approaches employed with entrepreneurial behavior, as well as an analysis of the main concepts of stimulating creativity and their influence on the development of this behavior in the executive secretary. As a result, we obtained recommendations for Component Theory (the step-by-step process of the five stages; (1) problem or task identification; (2) preparation for idea generation; (3) response generation; (4) communication and validation of the response, (5) result) and the Systemic Model (use of flow to transform creativity into a behavioral driver) for the development of entrepreneurial behavior in the executive.

Keywords: creativity; entrepreneurial behavior; componential theory; systems model; executive secretary.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REVISÃO DA LITERATURA	8
2.1 Comportamento empreendedor e o secretário executivo	9
2.2 Abordagens da criatividade: Amabile e Csikszentmihalyi	11
2.2.1 <i>A Teoria Componencial de Criatividade de Teresa Amabile</i>	12
2.2.2 <i>O Modelo Sistêmico da Criatividade de Mihaly Csikszentmihalyi</i>	14
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
3.1 Coleta de dados	18
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	21
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	25

1 INTRODUÇÃO

A criatividade manifesta-se de forma transversal em distintos domínios da vida social, a saber: cultura, educação, ciência e tecnologia. Mas, apesar disso, o seu conceito é difícil de ser definido. Existe uma dificuldade em delimitar precisamente a sua concepção, conforme afirma Kneller (1978, p.13): “Tão flexível e caprichoso fenômeno é a criatividade, que mal podemos defini-la”. No entanto, para Sakamoto (2000), criatividade é uma capacidade humana de produzir ideias novas e úteis, como múltiplas formas de solução para algum contexto e se manifesta através de atividades que geram produtos no seu processo, em virtude da expressão do potencial humano.

A partir daqui é possível traçar uma relação entre criatividade e o empreendedorismo, e, mais especificamente, com o comportamento empreendedor, que se estrutura, entre outros aspectos, a partir de processos criativos que impulsionam a inovação e a proposição de novas alternativas comportamentais, bem como a geração de novos negócios. De acordo com Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo é um processo que envolve a descoberta, evolução e exploração de oportunidades para criar algo, e, para que isso aconteça, o perfil do empreendedor deve ser diversificado, mesclando a criatividade e inovação.

Além do exposto, o empreendedor reúne competências que envolvem o autoconhecimento, como afirmam Souza *et al.* (2004). Os aspectos supramencionados são fundamentais para garantir o sucesso da mente criativa, que busca trazer soluções para se manter e crescer no mercado superando concorrentes. Soluções essas que podem emergir por meio da aplicação das abordagens de criatividade estudadas nesse trabalho, que são essenciais para o processo do pensamento inovador e influencia no desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Portanto, através das abordagens estudadas, o empreendedor pode desenvolver competências e habilidades que contribuem para o fortalecimento ou a criação de novos empreendimentos e comportamentos. Nesse contexto, percebe-se a convergência entre o perfil empreendedor e o perfil do profissional de Secretariado Executivo, uma vez que este é apto para atuar como empreendedor no campo secretarial, criando sua própria empresa para prestar serviços de consultoria ou assessoramento, sendo necessário ter um perfil criativo no seu dia a dia com o objetivo de alcançar melhores resultados.

Nesse contexto, o tema central desta pesquisa abrange a teoria componencial de Amabile, e o modelo sistêmico da criatividade de Csikszentmihalyi, e como as duas

abordagens podem ser articuladas ao desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo.

Para compreender o tema, precisamos enxergar o contexto social de mundo acelerado e globalizado, que evidencia cada vez mais a necessidade de o secretário executivo ser empreendedor, inovador e assertivo na criatividade. A capacidade de inovação, que de acordo com Peng, Schroeder e Shah (2008, p. 735) “é força ou a proficiência de um conjunto de práticas organizacionais para o desenvolvimento de novos produtos/processos” é um pilar crucial, interligado ao comportamento empreendedor como forma de se manter em evidência.

No entanto, foram identificadas lacunas na busca que realizamos colocando o termo “criatividade” como palavra-chave, na busca por estudos que abordassem a Teoria Componencial e o Modelo Sistêmico com o comportamento empreendedor do secretário executivo. Como será apresentado na metodologia de forma detalhada, na busca feita na Associação brasileira de pesquisa em secretariado, associação nacional de pós graduação e pesquisa em administração e Revista de gestão e secretariado, entre 2020 a 2025, de 117 artigos, apenas 5 citam as abordagens da criatividade estudadas neste trabalho, portanto, este estudo contribui na aplicação delas ao comportamento empreendedor do secretário executivo.

Com isso, propomos como pergunta norteadora: De que modo a teoria componencial e o modelo sistêmico contribuem para o desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo? O objetivo geral é analisar as contribuições dessas teorias no desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo. Como objetivos específicos: compreender as duas teorias e o comportamento empreendedor; articulá-las com o comportamento empreendedor e propor recomendações para aplicá-las no comportamento empreendedor do secretário executivo.

O presente estudo possui relevância ao cooperar com a investigação científica e trazer implicações práticas, em contextos acadêmicos e organizacionais, a respeito da criatividade e suas contribuições no comportamento empreendedor, trazendo orientações de como aplicá-las no desenvolvimento das competências empreendedoras para o perfil do secretário executivo. Serão apresentadas, nas próximas seções desta pesquisa, o referencial teórico utilizado, a metodologia aplicada, a análise e discussão de dados e as considerações finais.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, primeiramente apresentaremos os conceitos relacionados ao comportamento empreendedor e o secretário executivo, para fundamentar as análises e discussões desenvolvidas ao longo do estudo. Consequentemente, serão desenvolvidas as duas abordagens da criatividade com seus conceitos, autores, características e dimensões que as envolvem.

2.1 Comportamento empreendedor e o secretário executivo

O empreendedorismo vem sendo muito estudado nos últimos anos, por sua vez, o termo empreendedor é antigo e possui origem francesa. Segundo Dantas (2009), o termo empreendedor vem de *entrepreneur*, e se refere ao indivíduo que assume riscos, a palavra teria sido usada pela primeira vez em 1725. Perpetuada até os dias de hoje sem perda de sentido, compreende-se o ato de empreender como uma forma de inovar, realizando algo de uma forma diferente do realizado anteriormente.

Nesse sentido, o ato de empreender seria para Verin (1982, p. 171) “um ato de subversão da ordem predominante.” Ou seja, uma movimentação contra a ordem social dominante da época. O comportamento empreendedor envolve diferentes características, como a busca pela inovação, criatividade e estratégia. Conforme a ideia de Angelo (2003) que apresenta cinco elementos primordiais para o comportamento empreendedor, a saber: criatividade, habilidades de aplicar a criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e a predisposição para correr riscos calculados.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, o autor Gartner (1988) apresenta o empreendedor como a junção de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica. Nesse sentido, o risco é considerado uma característica imprescindível do perfil empreendedor, pois para que o negócio obtenha o sucesso é preciso que o empreendedor assuma riscos calculados, e, para Drucker (1986), sem a coragem de assumir riscos não é possível ser um bom empreendedor.

Sob a ótica do empreendedor, é observado um traço de inovação em seu comportamento, conforme mencionado anteriormente. Para Schumpeter (1987) a inovação é uma característica central do comportamento empreendedor. Ainda a respeito da inovação, é possível observar que a relação entre inovação e o empreendedor influencia a identificação de oportunidades, para isso, os empreendedores precisam buscar fontes de inovação, mudanças e sintomas para garantir o sucesso. Em adição, existem diversas outras características do

Nesse sentido, o profissional de Secretariado Executivo apresenta uma formação diversificada, que envolve competências voltadas às atividades gerenciais, de assessoramento, de empreendedorismo e de consultoria. Tais competências estão presentes na Resolução nº 3, de 23 de Junho de 2005, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Secretariado Executivo. Conforme estabelece o §2º do Art. 2º da referida Resolução:

§2º Os projetos pedagógicos do curso de graduação em Secretariado Executivo poderão admitir linhas de formação específicas, nas diversas áreas relacionadas com atividades gerenciais, de assessoramento, de empreendedorismo e de consultoria, contidas no exercício das funções de Secretário Executivo, para melhor atender às necessidades do perfil profissiográfico que o mercado ou a região exigirem. (Brasil, 2005 p.2)

Ademais, a Resolução apresenta no inciso XIII do Art. 4º, características notáveis que o profissional deve apresentar “iniciativa, criatividade, determinação, vontade de aprender, abertura às mudanças, consciência das implicações e responsabilidades éticas do seu exercício profissional” (Brasil, 2005, p.3). Dessa forma, percebe-se que a formação do Secretário Executivo orienta competências técnicas e comportamentais associadas ao empreendedorismo que visam a criatividade e a adaptação às constantes mudanças no contexto social e organizacional.

Em continuidade, Neiva e D’Élia (2009) apontam características existentes no perfil do secretário executivo como motivação para realizar, flexibilidade, capacidade de realização e criatividade na solução de problemas. Observa-se que tais características convergem com o comportamento empreendedor, oportunizando que estes profissionais as desenvolvam durante sua atuação enquanto empreendedores do campo secretarial.

Nesse contexto, o desenvolvimento de características voltadas ao comportamento empreendedor contribui para que o secretário executivo se destaque enquanto empreendedor em sua área de atuação. Para Basaglia, Neco e Soares (2021), a visão empreendedora e crítica do secretário executivo proporciona identificar possibilidades e falhas de mercado, destacando a importância do desenvolvimento dessas habilidades, que caracterizam esse profissional como um empreendedor.

Assim sendo, percebe-se a relevância do desenvolvimento do comportamento empreendedor para os secretários executivos que buscam empreender no campo secretarial, a fim de aperfeiçoar características cruciais desse comportamento, como, inovação, busca por oportunidades, disposição para correr riscos e criatividade. No tópico a seguir será desenvolvido o referencial teórico sobre as abordagens de criatividade estudadas.

2.2 Abordagens da criatividade: Amabile e Csikszentmihalyi

Nesta seção, apresentaremos os conceitos, autores, características e dimensões da Teoria Componencial de Criatividade de Teresa Amabile e do Modelo Sistêmico, desenvolvido por Mihaly Csikszentmihalyi. Serão apresentadas as ideias, aplicações e exemplos das abordagens desenvolvidas; além disso, ao fim da contextualização, será apresentado um quadro comparativo com as principais características que auxiliará na análise e compreensão do tema.

2.2.1 A Teoria Componencial de Criatividade de Teresa Amabile

A teoria componencial considera a criatividade como uma combinação de atributos pessoais, formada por uma junção de fatores como características particulares de cada indivíduo, fatores situacionais e a combinação deles. Conforme afirma Amabile (1995a, p. 424) em relação a sua definição:

Para a maioria dos leigos, e muitos pesquisadores, criatividade é uma qualidade de pessoas, uma constelação de traços de personalidade, características cognitivas e estilo pessoal. Se nós mudarmos essa perspectiva dispositiva para uma que admita a possibilidade de fortes influências sociais na criatividade, nós devemos abandonar a definição centrada na pessoa. Agora, criatividade torna-se uma qualidade de ideias e produtos que é validada pelo julgamento social, e explicações de criatividade podem englobar características da pessoa, fatores situacionais, e a complexa interação entre eles.

Nesse sentido, a teoria desenvolvida por Amabile relaciona três elementos que comunicam entre si: habilidades de domínio, processos criativos relevantes e motivação (Amabile; Pillemer, 2012; Collins; Amabile, 1999; Conti; Conto; Amabile, 1996). Em adição, a autora considera que o ambiente social também exerce influência em cada etapa do processo criativo (Amabile; Mueller, 2008; Amabile; Tighe, 1993).

Desse modo, as habilidades de domínio englobam diversos componentes que se relacionam ao conhecimento em uma determinada área, seja por meio do talento inato, ensino formal, ou através da vivência. Apesar de algumas das habilidades serem inatas, a educação e as experiências adquiridas também tendem a contribuir para o desenvolvimento de habilidades (Amabile; Tighe, 1993).

Em relação aos processos criativos relevantes, estes englobam os diferentes estilos de trabalho e estilos cognitivos, contribuindo assim para criação de ideias e para os traços de personalidade. Sob a ótica do estilo de trabalho, para Amabile (1989), este se caracteriza pela

habilidade de concentração, persistência, empenho ao trabalho, abandono de estratégias ineficazes e a busca constante pela excelência.

Em adição, sob a perspectiva do estilo cognitivo, as características apresentadas por Amabile (1988; 1996a) incluem: mudanças de pensamento e hábitos, produção de diferentes opções de respostas para um problema, armazenamento e recordação de ideias, entre outras. Em continuidade, os traços de personalidade citados por Amabile (1996a) contribuem para a produção de processos criativos relevantes, tais como: independência, automotivação, disciplina, tolerância, desejo de correr riscos, entre outros.

Em relação ao terceiro elemento, a motivação, é considerada imprescindível para o modelo componencial da criatividade de Amabile, pois avalia o interesse da pessoa na atividade desenvolvida. Para Fleith, Rezende e Alencar (2019), este elemento seria considerado o mais importante do modelo, inclusive pela própria autora. Além disso, a motivação pode ser dividida em dois tipos: intrínseca e extrínseca. A motivação intrínseca, se relaciona a realização da atividade por prazer e satisfação, enquanto a extrínseca refere-se à busca por alguma recompensa externa.

No que se refere ao ambiente social, este possui uma profunda influência em relação à criatividade. Em seus estudos a respeito do ambiente de trabalho, Amabile (1995b; 1999) constatou elementos que impulsionam a criatividade, como: reconhecimento, recursos financeiros e de tempo, recompensas ligadas a motivação intrínseca, entre outros. Enquanto, ao que se refere a elementos com efeito negativo à criatividade identificados foram: críticas excessivas, competição entre colegas, prazos inalcançáveis, entre outros.

Em continuidade, Amabile aborda um processo criativo dividido em cinco estágios (1983; 1996a), o primeiro é a identificação do problema ou tarefa, que deve ter valor para ser solucionado, esse valor é identificado pelo indivíduo e representa o estímulo interno. No entanto, quando apresentado por outro indivíduo, representa o estímulo externo, caso o realizador da tarefa tenha um nível alto de motivação intrínseca pela tarefa, isso é suficiente para engajá-lo no processo.

O segundo estágio é a preparação para produção das ideias, momento para construção ou reativação de informações relevantes para a solução do problema, nesse estágio é necessário saber desenvolver habilidades de domínio. O terceiro estágio é a geração de resposta, onde o nível de originalidade do produto ou resposta é definido e o indivíduo gera possibilidades através de habilidades criativas relevantes e sua motivação intrínseca. O quarto estágio corresponde à comunicação e validação da resposta, a ideia precisa sair da mente do indivíduo e ser testada para gerar frutos (Amabile; 1996a).

Por fim, o último estágio é denominado resultado, é nesse estágio que ocorre a tomada de decisão quanto à resposta com base na fase anterior; caso o produto tenha resolvido o problema, o processo é finalizado, da mesma forma se o produto for considerado um fracasso. No entanto, se for considerado que apresentou um progresso parcial, volta aos estágios anteriores para ser melhor desenvolvido, nesse caso o indivíduo precisa se motivar para continuar ou reiniciar o trabalho (Amabile, 1983; 1996a); no entanto, se essa motivação diminuir ou deixar de existir, o processo é finalizado.

Além disso, Amabile (1998; 1999) e Amabile e Sensabaugh (1989) destacam que o ambiente profissional pode desenvolver práticas gerenciais que promovem a criatividade, como: desafios, liberdade, suporte organizacional, entre outros. Desafio é identificado como mais eficaz, quanto à liberdade, a autora considera que os profissionais devem ter autonomia para desenvolver suas ideias, pois se sentem como participantes e não espectadores. Portanto, estratégias conhecidas em parceria com a autonomia para decidir como fazê-las, promove a criatividade, desde que haja estabilidade quanto aos objetivos.

Por fim, o suporte organizacional deve ser fornecido pela alta cúpula da organização, demonstrando para os profissionais que o apoio à inovação e criatividade não é incentivado apenas pela chefia imediata, e sim pela empresa como um todo. Esse estímulo pode ser através de políticas internas e incentivos para o compartilhamento de ideias e conhecimento de decisões tomadas; bem como a utilização de *feedbacks* para garantir o avanço do processo e o foco. A seguir será abordado o modelo sistêmico da criatividade, teoria desenvolvida por Mihaly Csikszentmihalyi.

2.2.2 O Modelo Sistêmico da Criatividade de Mihaly Csikszentmihalyi

Este modelo foi criado pelo psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi, para entender o sofrimento e a felicidade, estudando e relacionando emoções à criatividade. Para ele, a criatividade está intrinsecamente ligada aos interesses humanos e envolve motivação, alegria, prazer e o sentimento de realização (Csikszentmihalyi, 2014a). No início das suas pesquisas, percebeu que criações que envolviam sentimentos e questões pessoais se destacavam mais (Csikszentmihalyi, 2014a). Apesar disso, observou que esses traços não eram suficientes para explicar as relações criativas nos indivíduos e começou a idealizar o modelo sistêmico que envolve três elementos interligados: domínio, campo e sujeito (Csikszentmihalyi, 1994).

Em seus estudos, o autor definiu a criatividade como um fenômeno apresentado sistemicamente que surge da junção entre o contexto social do indivíduo, o próprio e a

audiência. Através dessa concepção, é possível entender a origem e desenvolvimento do processo criativo (Csikszentmihalyi 1999; 2014a). O desenvolvimento dessa abordagem sistêmica, apresenta uma visão detalhada em uma perspectiva estrutural, logo o autor propõe uma visão contrária à supremacia de criação do sujeito criativo presente na época em que defendeu que os fatores externos são passíveis de influência no comportamento criativo (Csikszentmihalyi, 2014a).

Para além disso, o autor defende que o sujeito criativo cheio de talentos e habilidades não é suficientemente apto para desenvolver a criatividade, é preciso um sistema equilibrado (Csikszentmihalyi, 2007). Para ele, o contexto social representa o significado da criação, que está sujeito ao modelo sistêmico e tem o poder de validar ou não a produção. A partir desse ponto surge o conceito do *Flow*, um estado profundo de entrega no processo de criação, como um encantamento, traduzido como fluidez ou fluência. Seguindo a perspectiva de Csikszentmihalyi (2007), experimentar o estado de *flow* é sentir as ideias fluindo dentro de si, de forma prazerosa, proporcionando experiências, conforme mencionamos a seguir:

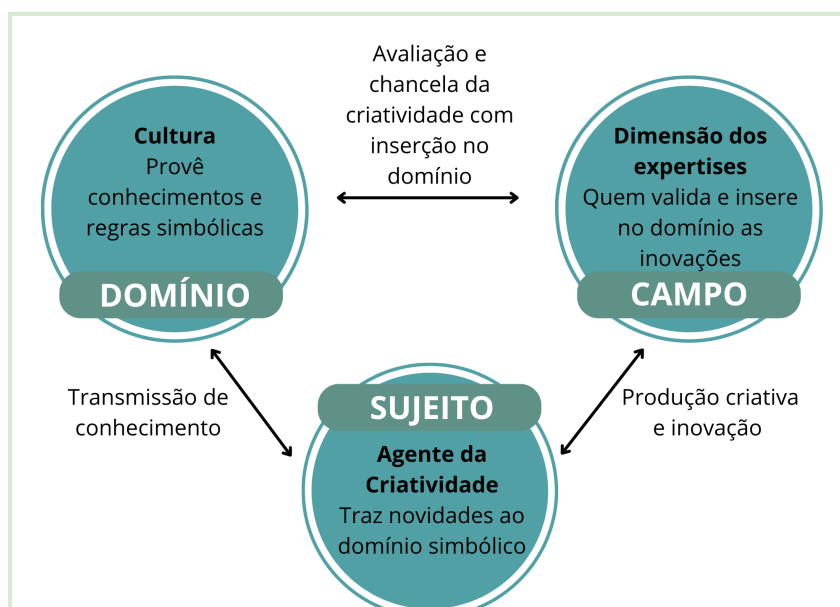
1. Percepção de metas conhecidas: os próximos passos ou objetivos futuros já são conhecidos, pois o *Flow* traz uma sensação de fluidez.
2. Percepção imediata dos resultados: entendimento que os resultados das ações estão alinhados com os propósitos estabelecidos.
3. Equilíbrio entre desafios e habilidades de enfrentá-los: no *Flow*, o indivíduo sabe que tem capacidade de fazer o que se propôs e dificilmente se frustra.
4. Ação e consciência da ação: ocorre a concentração profunda do real com o que está sendo realizado.
5. Distrações excluídas: vivenciar o processo de *Flow* é se concentrar completamente no que está sendo realizado, sem se distrair.
6. Ausência do medo de falhar: a concentração profunda na atividade causa envolvimento do indivíduo com sua criação, reforçando a confiança e diminuindo o medo do fracasso.
7. Esquecimento da consciência de si mesmo: o criador se envolve tanto com seu projeto, que esquece da tarefa de proteção ao ego.
8. Perda do sentido de tempo: o foco está em realizar a tarefa, logo não se percebe o tempo que está sendo gasto ao realizá-la.
9. Atividade autotélica: quando está em realização, não há uma razão para ser feita além do prazer sentido por fazê-la.

De modo complementar, o conceito de *Flow* é o centro do desenvolvimento do modelo sistêmico, nesse raciocínio, o processo do modelo apresenta diversas formas de ser finalizado

e não há uma previsão de sucesso ou realização. Uma vez finalizado o processo criativo, a criação precisa convencer o público para ser bem aceito, isso significa dizer que o mesmo pode não ser bem assimilado ou não provocar o impacto esperado pelo criador; outro fato a se considerar é o momento histórico que pode ser desfavorável para determinada criação, ou passar uma imagem de atraso, diminuindo seu impacto ou invalidando sua inovação.

Nessa mesma perspectiva, alguns aspectos políticos e econômicos também podem inviabilizar a criação em virtude do cenário instável e o surgimento de diversas variáveis. Por outro lado, esse olhar sistêmico considera contextos e amplia a possibilidade de observação sobre as dinâmicas interativas do desenvolvimento criativo. Em virtude da observação dessas dinâmicas, Csikszentmihalyi criou uma sistematização envolvendo três instâncias, são elas: o campo, o domínio e o sujeito; constituindo a criatividade conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Sistematização em três instâncias



Fonte: Adaptado de Csikszentmihalyi (1999a, p. 315).

O campo reúne especialistas que selecionam as produções dos sujeitos criativos para inserir suas criações nos grupos sociais e inclui as instituições ou pessoas que podem afetar o domínio, isso significa que o sujeito não trabalha no vazio e toda criação precisa ser julgada pelo coletivo, uma forma breve de definir o campo é se referindo como a instância social que define se algo é criativo ou não, em uma área específica (Csikszentmihalyi, 2014a). Dando continuidade, o domínio é o espaço sociocultural que habitamos, ele garante a perpetuação do conhecimento para as gerações e transmite esse conhecimento para o agente da criatividade, que está dentro do domínio e está suscetível ao papel do mesmo.

Na perspectiva do autor, o agente é a pessoa que cria novos produtos através das influências recebidas do domínio, uma vez que o campo considera o produto criativo, a

criação é passível de modificar o sistema e transformar as percepções do campo e domínio (Csikszentmihalyi, 2014a). Portanto, estudar apenas o indivíduo não é suficiente para entender o processo criativo, apesar de ser importante, ele é uma parte do processo e provém da interação entre pensamentos e contextos externos. Também é importante destacar que as informações do domínio precisam ser verídicas e de fácil acesso, sob o risco de não haver uma resposta criativa (Csikszentmihalyi, 1996).

Em contrapartida, várias fontes de informação, interesse e curiosidade podem estimular o potencial criativo, desde que sejam em um ambiente propício para o desenvolvimento da criatividade. Csikszentmihalyi também afirma que expectativas altas por parte de conhecidos podem influenciar de forma positiva, no entanto, quando irreais, essas expectativas podem causar efeito contrário e desestimular o processo. Para além disso, o psicólogo também reforça que apoio psicológico e recursos materiais são necessários para auxiliar no processo criativo, bem como um mentor que pode ser um membro mais velho do campo para encorajar o processo, pois, sua natureza é inter e multidisciplinar.

A partir daqui, podemos selecionar algumas características de cada abordagem, por se tratar de uma revisão narrativa da literatura, cujo a metodologia permite a interpretação dos autores sobre os temas estudados, e em adição ao que foi apresentado nesta seção, elencamos 3 características para cada abordagem estudada.

Quadro 2 - Características das Teorias de Criatividade Componencial e Sistêmica

	Teoria Componencial	Modelo Sistêmico
Característica 1	O contexto social afeta a criatividade	A criatividade é dependente do contexto social
Característica 2	Criação em cinco estágios	Flow
Característica 3	A sala de aula como um ambiente estimulador	Não é possível ser criativo na infância

Fonte: Autores

Analisando o que foi visto neste tópico, as duas abordagens defendem que o contexto social afeta a criatividade, para Amabile ele pode influenciar o processo criativo, já para Csikszentmihalyi, a criatividade depende do contexto social (Neves-Pereira e Fleith, 2020). Subsequentemente, na segunda característica, temos o processo criativo dividido em cinco estágios na teoria componencial; e no modelo sistêmico, o Flow também pode ser entendido como um processo, porém ele impulsiona ainda mais o indivíduo no processo criativo. Enquanto os cinco estágios são um passo a passo da criação, o Flow é o incentivo desse passo a passo

Por fim, a abordagem de Amabile apresenta a sala de aula como um ambiente estimulador para crianças, a autora destaca que um ambiente escolar pode impulsionar e fortalecer o processo criativo seguindo alguns princípios, dentre eles: conforto dos alunos, reforçar a ideia de que professores não são perfeitos, cooperação ao invés de competição, e até sobre estímulos que os pais podem dar, entre outros (Amabile, 1999). No entanto, Mihaly acredita que não é possível ser criativo na infância:

Crianças podem se mostrar bastante talentosas, mas elas não podem ser criativas porque criatividade envolve modificar as formas de se realizar ou fazer coisas, mudar modos de pensar, o que, por sua vez, demanda expertise sobre os antigos modos ou caminhos do fazer e do pensar. (1996, p.155)

Essa premissa defendida por Csikszentmihalyi minimiza o impacto da expressão criativa no início da vida do indivíduo (Sawyer *et al.*, 2003; Vygotsky, 2009). Para o autor, a criatividade só existe quando modifica a cultura, crianças não são capazes de fazer isso, logo, não são criativas (Sawyer *et al.*, 2003). Ainda assim, esses traços podem ser trabalhados para que a criança se torne, de fato, criativa. Portanto, podemos observar que as duas abordagens apresentam aspectos próprios de desenvolvimento. No entanto, ambos são aplicáveis ao desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo, de acordo com a abordagem que mais se adequa ao seu contexto, seja ela componencial ou sistêmica.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa trata-se de uma revisão narrativa da literatura sobre os temas abordados, cujas linhas principais são: abordagens teóricas da criatividade e comportamento empreendedor. Quanto à abordagem desta revisão narrativa, é qualitativa e exploratória; ademais, esse estudo se delimita às contribuições que as abordagens da criatividade podem fornecer ao desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo. Em adição, este tópico apresenta seções que abordam a coleta e análise de dados.

3.1 Coleta de dados

A busca foi realizada baseada em fontes secundárias sobre a teoria componencial, o modelo sistêmico e o comportamento empreendedor, articulando-as construtivamente ao secretariado executivo. O método de coleta foi uma pesquisa bibliográfica na Associação

Brasileira de Pesquisa em Secretariado, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e a Revista de Gestão e Secretariado, escolhidas por serem periódicos legítimos e de conhecimento da comunidade. Onde buscamos artigos publicados no período entre 2020 e 2025.

A fim de atingir os objetivos específicos, usamos o levantamento documental nas plataformas citadas. Esse mecanismo apresenta liberdade de escolha, uma vez que esta pesquisa se trata de uma revisão narrativa da literatura, com uma metodologia mais aberta, permitindo aos pesquisadores decidir o que é ou não, pertinente ao tema, como afirma Junior *et al.* (2021). Em adição, para o segundo objetivo específico, definido como: articular as abordagens da criatividade com o comportamento empreendedor, a busca se restringiu a documentos que apresentam a teoria componencial, o modelo sistêmico da criatividade e as competências empreendedoras como interdependentes ou com poder de influência entre si.

Por fim, para alcançar o terceiro objetivo específico, foram analisados estudos que orientem como aplicar as teorias estudadas, no comportamento empreendedor do secretário executivo, considerando estudos atuais e a construção histórica dos temas de pesquisa, em conformidade com Cellard (2008). Desse modo, apresentamos abaixo o passo a passo de como foram coletados os artigos para as análises, após os procedimentos listados, a análise de dados, baseada nos estudos encontrados.

Quadro 3 - Procedimento de pesquisa dos estudos sobre criatividade

Data e Horário	Fonte Consultada	Caminho / Ferramenta utilizada
23/09/2025 - 09:30	ANPAD — Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração	Aba Eventos → Busca de trabalhos → Palavra-chave: Criatividade
23/09/2025 - 10:18	GESEC — Revista de Gestão e Secretariado	Ferramenta de busca da revista → Palavra-chave: Criatividade → Filtro de data: 01/01/2020 a 23/09/2025
24/09/2025 - 09:17	ABPSEC — Associação Brasileira de Pesquisa em Secretariado	A pesquisa → Repositório científico → Anais de Eventos → ENESEC (2023 e 2024) → ENASEC → VII ENASEC → Anais Eletrônicos

Fonte: Dados da pesquisa

A partir dessa coleta, foram encontrados um total de 117 artigos, divididos abaixo conforme as plataformas de busca: Associação brasileira de pesquisa em secretariado, associação nacional de pós graduação e pesquisa em administração e revista de gestão e secretariado, os estudos que citam a teoria componencial e aqueles que citam o modelo sistêmico, além dos que citam o comportamento empreendedor, conforme o quadro 4:

Quadro 4 - Levantamento de Artigos sobre Criatividade nas Plataformas de Pesquisas

Plataforma	Anos de referência	Artigos encontrados	Citam a teoria componencial de Amabile	Citam o modelo sistêmico de Csikszentmihalyi	Citam o comportamento empreendedor
ABPSEC	2020 - 2025	72	0	0	4
ANPAD	2020 - 2025	33	3	2	2
GESEC	2020 - 2025	12	0	0	0

Fonte: Dados da pesquisa

Neste quadro, é possível visualizar, os artigos encontrados nas plataformas de forma superficial. De modo geral, a maioria dos estudos aborda a criatividade como uma característica ampla, por meio de estudos de casos, ou relaciona a criatividade a outras áreas, como a educação não abrangendo, de forma específica, as teorias de criatividade. Por isso, foram adotados como critérios de exclusão os artigos que não citavam a Teoria Componencial de Amabile e Modelo sistêmico de Csikszentmihalyi. Abaixo segue um quadro mais detalhado sobre os artigos que citam a teoria componencial de Amabile:

Quadro 5 - Artigos que abordam a Teoria Componencial

Artigos Teoria Componencial	Plataforma	Abordam a teoria no comportamento empreendedor	Demonstram como aplicar a teoria na prática
Artigo: Gestão da Criatividade Organizacional como a Interseção entre Indivíduo, Liderança e Cultura: Um Estudo Acerca de Startups no Agreste Pernambucano	ANPAD	NÃO	NÃO
Artigo: Criatividade e Objetos: Os papéis do Roteiro na Produção de um Curta-Metragem	ANPAD	NÃO	NÃO
Artigo: Gestão da Criatividade: Um estudo Bibliométrico	ANPAD	NÃO	NÃO

Fonte: Dados da pesquisa

Neste segundo quadro, três artigos citaram a teoria de Amabile, são eles: Gestão da Criatividade Organizacional como a Interseção entre Indivíduo, Liderança e Cultura: Um Estudo Acerca de Startups no Agreste Pernambuco (Ano 2020); Criatividade e Objetos: Os papéis do Roteiro na Produção de um Curta-Metragem (Ano 2020) e Gestão da Criatividade: Um Estudo Bibliométrico (Ano 2024). Apesar de citarem a teoria componencial da criatividade, não se aprofundam, ou conciliam com o comportamento empreendedor. Abaixo, outro quadro sobre artigos que citam o modelo sistêmico:

Quadro 6 - Artigos que abordam o Modelo Sistêmico

Artigos Modelo sistêmico de Csikszentmihalyi	Plataforma	Abordam a teoria no comportamento empreendedor	Demonstram como aplicar a teoria na prática
Artigo: Gestão da Criatividade Organizacional como a Interseção entre Indivíduo, Liderança e Cultura: Um Estudo Acerca de Startups no Agreste Pernambucano	ANPAD	NÃO	NÃO
Artigo: Criatividade e Objetos: Os papéis do Roteiro na Produção de um Curta-Metragem	ANPAD	NÃO	NÃO

Fonte: Dados da Pesquisa

Por fim, o terceiro quadro demonstra os artigos encontrados que citam o modelo sistêmico de Csikszentmihalyi, são eles: Gestão da Criatividade Organizacional como a Interseção entre Indivíduo, Liderança e Cultura: Um Estudo Acerca de Startups no Agreste Pernambuco (Ano 2020); Criatividade e Objetos: Os papéis do Roteiro na Produção de um Curta-Metragem (Ano 2020). Assim como o tópico anterior, estes também abordam o tema de forma superficial e não conciliam o modelo com o comportamento empreendedor. Na próxima seção será feita a articulação das teorias com o comportamento empreendedor.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para alcançar o segundo objetivo específico deste trabalho, a discussão será por meio de uma análise de conteúdo com diferentes fontes, a fim de articular as duas teorias da

criatividade com o comportamento empreendedor e analisar os principais conceitos de estímulo à criatividade e sua influência no desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo. No quadro abaixo estão as principais ideias das duas abordagens, conectadas de acordo com suas similaridades e as características do comportamento empreendedor, conforme o quadro adaptado de Souza (2005).

Quadro 7 - Articulação entre as teorias de Criatividade e o Comportamento Empreendedor

Teoria Componencial	Modelo Sistêmico	Comportamento empreendedor (baseada no quadro adaptado de Souza)
Habilidades de domínio	Domínio	Conhecimento de mercado; conhecimento do produto e proatividade
Motivação	Agente	Correr riscos; iniciativa e liderança
Processos criativos relevantes	Campo	Buscar Oportunidades e visionário
Cinco estágios	Flow	Criatividade; inovação e necessidade de realização

Fonte: Dados da Pesquisa

Podemos observar que o conceito de habilidades de domínio de Amabile e o domínio de Csikszentmihalyi têm ideias similares, estes representam o conhecimento de uma área, passado pela cultura. Dessa forma é possível obter conhecimento de mercado e do produto e consequentemente, antecipar-se quanto aos problemas. Quanto à motivação e o agente, ambos estão ligados pelas premissas, a motivação baseada em fatores internos e externos pode influenciar o agente que cria produtos, isso pode levá-lo a assumir riscos durante o processo, tomar iniciativas por estar motivado e desenvolver a liderança em projetos.

Em adição, os processos criativos se relacionam com o campo, pois englobam diferentes estilos de trabalho, já o campo é a instância social que define se algo é criativo ou não, influenciando o estilo adotado na criação. Logo, a relação entre os dois conceitos, pode afetar a busca por oportunidades e o comportamento de ser visionário, pois, a sociedade pode promover ou não oportunidades com base em sua avaliação sobre o produto e influenciar o estilo de produção. Por fim, o *Flow* representa o grau de envolvimento dos cinco estágios, que através da fluidez de ideias, o indivíduo pode mergulhar nas etapas definidas por Amabile a fim de realizar suas necessidades por meio da criatividade e inovação.

Em relação às recomendações de aplicação das teorias no comportamento empreendedor, terceiro objetivo específico definido anteriormente, serão tratadas nas próximas linhas. Para isso, algumas sugestões de estímulos à criatividade dadas por Teresa Amabile (1983; 1989; 1996a) e Mihaly Csikszentmihalyi (1996), serão exploradas de acordo com sua respectiva contribuição associando-as às características para o desenvolvimento do comportamento empreendedor secretarial, salientando que as duas abordagens exploram diversos contextos, logo, algumas sugestões estão relacionadas ao meio educacional, familiar e profissional.

Por fim, as recomendações das teorias da criatividade serão colocadas em uma imagem de forma organizada, relacionadas com as quatro principais características do comportamento empreendedor, citadas pelos principais autores da área, a saber: criatividade e inovação na primeira imagem; buscar oportunidades e correr riscos na segunda imagem, com isso, finaliza-se o objetivo específico de propor recomendações de aplicação do modelo componencial e sistêmico para o desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo.

Figura 2 - Recomendações das abordagens da criatividade no Desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo



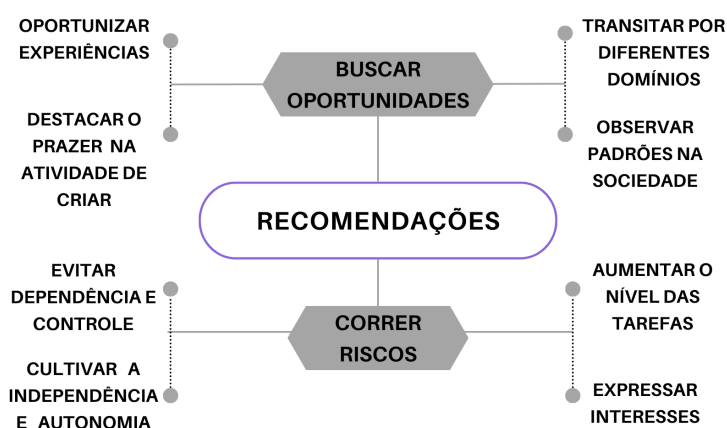
Fonte: Dados da pesquisa

A primeira característica comportamental é a criatividade, segundo Amabile, é possível desenvolvê-la apresentando pessoas criativas ao indivíduo e encorajando a imaginação, essas recomendações podem servir como inspiração e incentivo ao indivíduo que busca desenvolver a criatividade. Já no que diz respeito às recomendações de Csikszentmihalyi, cultivar a curiosidade pode ser uma forma de ampliar perspectivas para o

processo de criação; além disso, produzir novas ideias pode ser visto como uma maneira de trabalhar essa criatividade.

Em continuidade, a inovação se relaciona com encorajar dúvidas e curiosidades e dar feedbacks explicativos, ambas são orientações de Teresa Amabile e são modos de começar o processo de inovação e melhorá-lo, dúvidas e curiosidades podem levar o indivíduo a pensar em coisas novas, já os feedbacks podem ser críticas construtivas para otimizar o fluxo da inovação. Se tratando de Mihaly, ele destaca o tempo de reflexão e pensar em diferentes ideias, esse período para refletir, é parte do passo a passo da dinâmica de inovação, inclusive pode ser usado para ponderar sobre essas diferentes ideias pensadas.

Figura 3 - Recomendações das abordagens da criatividade no Desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo



Fonte: Dados da pesquisa

Na busca por oportunidades, Amabile destaca “oportunarizar experiências” como recomendações, esta pode ser conciliada à essa busca, uma vez que abrir caminhos pode facilitar e potencializar essa busca, já o prazer na atividade de criar pode incentivar o indivíduo a continuar buscando oportunidades de se inserir no mercado, criar ou implementar algo novo. Em adição, para Csikszentmihalyi, transitar por vários domínios e observar padrões na sociedade são recomendações úteis para desenvolver a criatividade, conhecer domínios diversos pode amplificar a visão, enquanto, os padrões podem ser aliados nessa busca por oportunidades.

Por fim, quanto à correr riscos, evitar dependência e controle, e cultivar a independência e autonomia, sugestões de Amabile, podem ser um pontapé inicial para ter um comportamento de assumir os riscos. Ademais, Csikszentmihalyi ressalta que aumentar o

nível das tarefas é uma forma de manter o foco, igualmente pode preparar o indivíduo para correr riscos em sua jornada como secretário executivo empreendedor; de forma adicional, expressar interesses já se torna um risco, pois, o mundo atual apresenta ideias que podem ir contra ou a favor do empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo concluiu que o comportamento empreendedor do secretário executivo pode ser aprimorado quando embasado nos princípios das abordagens da criatividade de Amabile e Csikszentmihalyi; apresentou também que a criatividade não é um fator isolado na vida do secretário executivo, mas um atributo emergente da interação entre ambientes e o sujeito. Nesse sentido, o estudo demonstrou que articular os componentes da criatividade desenvolvidos pelos dois autores, se mostrou uma estratégia eficaz para promover o desenvolvimento do comportamento empreendedor no secretariado.

A metodologia escolhida conseguiu abordar a literatura existente e proporcionar informações relevantes para a construção dessa pesquisa. Através da revisão narrativa da literatura, foi possível reunir fontes confiáveis e precisas para a construção da revisão da literatura e metodologia; a abordagem qualitativa e exploratória permitiu a articulação dos eixos temáticos de forma a alcançar todos os objetivos, sendo o último, propor recomendações para desenvolver características comportamentais empreendedoras através dos modelos criativos no dia a dia secretarial.

Sendo assim, ao retomar a pergunta de pesquisa, que é "De que modo a teoria componencial e o modelo sistêmico contribuem para o desenvolvimento da criatividade no comportamento empreendedor do secretário executivo?" Conclui-se que as abordagens da criatividade proporcionam recomendações aplicáveis para construir o comportamento empreendedor, de forma que são passíveis de aplicação no dia a dia do profissional de secretariado executivo que deseja empreender, fomentando características e habilidades para criar e desenvolver seu negócio.

O desenvolvimento do comportamento empreendedor pode ser potencializado pelo secretário executivo que incorpora as recomendações das abordagens criativas estudadas, proporcionando caminhos sólidos, como se utilizar do Flow para transformar a criatividade em impulsionador comportamental, seguir o passo a passo dos cinco estágios propostos por Amabile (1) identificação do problema ou tarefa, (2) preparação para produção das ideias; (3)

geração de resposta; (4) comunicação e validação da resposta, (5) resultado, e utilizar as recomendações dadas pelos autores das abordagens criativas tratadas, como exposto na análise e discussão de dados.

Quanto às limitações, observamos poucos resultados, pois este estudo explorou apenas três periódicos: ABPSEC, ANPAD e GESEC; outra limitação foi o foco em quatro características comportamentais do empreendedor; por fim, apenas duas teorias foram abordadas. Para essas limitações foi considerado o tamanho do estudo e o tempo que seria levado para analisar profundamente outras características, teorias e plataformas.

Em virtude dessas limitações, futuras pesquisas podem explorar outros periódicos também podem ser articuladas as abordagens da criatividade a outras características do comportamento empreendedor, visando expandir as aplicações e auxiliar no desenvolvimento do comportamento empreendedor do secretário executivo. Por fim, podem ser estudadas outras teorias da criatividade, como a Teoria do Investimento de Robert Sternberg e Todd Lubart e o Modelo da Imaginação Criativa de Lev Vygotsky.

Por fim, a construção deste trabalho de conclusão de curso contribuiu diretamente para a formação acadêmica das autoras no curso de secretariado executivo da Universidade Federal de Pernambuco, pois promoveu a articulação entre conhecimentos teóricos e as competências secretariais. O estudo sobre as abordagens da criatividade articuladas ao comportamento empreendedor possibilitou uma compreensão maior sobre o perfil estratégico do secretário executivo como empreendedor. Por fim, esta pesquisa auxiliou no aperfeiçoamento de habilidades como comunicação, organização e análise de informações e pensamento crítico, características essenciais à atuação do secretário executivo empreendedor

REFERÊNCIAS

- ALVES, Marta Luísa da Cruz; CASTRO, Paulo Francisco de. Criatividade: histórico, definições e avaliação. **Revista Educação**, v. 10, n. 2, p. 47–49, 2015.
- AMABILE, Teresa M. A model of creativity and innovation in organizations. **Research in Organizational Behavior**, v. 10, p. 123–167, 1988.
- AMABILE, Teresa M. Attributions of creativity: what are the consequences? **Creativity Research Journal**, v. 8, p. 423–426, 1995a.

AMABILE, Teresa M. Beyond talent: John Irving and the passionate craft of creativity. **American Psychologist**, v. 56, p. 333–336, 2001.

AMABILE, Teresa M. Como não matar a criatividade. **HSM Management**, n. 112, p. 110–116, 1999.

AMABILE, Teresa M. **Creativity in context**. Boulder, CO: Westview Press, 1996a.

AMABILE, Teresa M. Discovering the unknowable, managing the unmanageable. In: FORD, C. M.; GIOIA, D. A. (Eds.). *Creative action in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995b. p. 77–82.

AMABILE, Teresa M. **Growing up creative**. Buffalo, NY: The Creative Education Foundation Press, 1989.

AMABILE, Teresa M. How to kill creativity. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 5, p. 76–87, Sept./Oct. 1998.

AMABILE, Teresa M. **The social psychology of creativity**. New York: Springer, 1983.

AMABILE, Teresa M.; MUELLER, Jennifer S. Studying creativity, its processes, and its antecedents: an exploration of the componential theory of creativity. In: ZHOU, J.; SHALLEY, C. E. (Eds.). **Handbook of organizational creativity**. New York: Lawrence Erlbaum, 2008. p. 33–64.

AMABILE, Teresa M.; PILLEMER, Julianna. Perspectives on the social psychology of creativity. **Journal of Creative Behavior**, v. 46, p. 3–15, 2012.

AMABILE, Teresa M.; SENSABAUGH, S. J. Public and private creativity. In: WHITING, B. G.; SALOMON, G. T. (Eds.). **Key issues in creativity, innovation, and entrepreneurship**. Buffalo, NY: Bearly, 1989. p. 101–110.

AMABILE, Teresa M.; TIGHE, Elizabeth. Questions of creativity. In: BROCKMAN, J. (Ed.). **Creativity**. New York: Touchstone, 1993. p. 7–27.

ANGELO, Eliane B. O. O empreendedorismo. In: BRITTO, F.; WEVER, L. (Orgs.). **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ANJO, José Edemir da Silva. Criatividade e objetos: os papéis do roteiro na produção de um curta-metragem. In: **Encontro da anpad – EnANPAD**, 44., 2020, Online. Anais [...]. Maringá: ANPAD, 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BASAGLIA, Marcela Moura; NECO, Mayara de Oliveira; SOARES, Jheni Maria de Fátima. Empreendedorismo e Secretariado Executivo: estudo de caso da abertura de um empreendimento por uma graduanda em Secretariado Executivo. In: **Encontro nacional acadêmico de secretariado executivo**, 7., 2021, Online. Anais [...]. Disponível em: https://abpsec.com.br/abpsec/?page_id=6670. Acesso em: 20 nov. 2025.

BERNARDES, Antonio Henrique; ARAÚJO, Dayana Paes. O que é teoria? In: **Teorias na geografia: avaliação crítica do pensamento geográfico**. São Paulo: Ed. UFSCar, 2020. p. 45–60.

CANARIM, Cechinel et al. Estudo/análise documental: uma revisão teórica e metodológica. **Criar Educação: Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação – UNESCO**, v. 5, n. 1, p. 1–7, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://periodicos.unesc.net/criaredu/article/view/8504>. Acesso em: 30 jul. 2025.

CANUTO, Livia Teixeira; OLIVEIRA, Adélia Augusta Souto de. Métodos de revisão bibliográfica nos estudos científicos. **Psicologia em Revista**, v. 26, n. 1, p. 83–102, 2020.

GARTNER, William B. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. **American Journal of Small Business**, v. 12, n. 4, p. 33–39, 1988. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237360637_Who_Is_an_Entrepreneur_Is_the_Wrong_Question. Acesso em: 02 set. 2025.

CHEN, Chao Chuan; GREENE, Patricia Gene; CRICK, Ann. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 4, p. 295–316, 1998.

COLLINS, Mary Ann; AMABILE, Teresa M. Motivation and creativity. In: STERNBERG, R. J. (Ed.). **Handbook of creativity**. New York: Cambridge University Press, 1999. p. 297–312.

CONTI, Regina; COON, Heather; AMABILE, Teresa M. Evidence to support the componential of creativity: secondary analyses of three studies. **Creativity Research Journal**, v. 9, p. 385–389, 1996.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Creativity**: flow and the psychology of discovery and invention. New York: HarperCollins, 1996.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Creativity**: flow and the psychology of discovery and invention. New York: HarperCollins e-books, 2007.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Implications of a systems perspective for the study of creativity. In: STERNBERG, R. J. (Ed.). **Handbook of creativity**. New York: Cambridge University Press, 1999. p. 313–335.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. The domain of creativity. In: FELDMAN, D. H.; CSIKSZENTMIHALYI, M.; GARDNER, H. (Eds.). **Changing the world: a framework for the study of creativity**. Westport, CT: Praeger, 1994. p. 135–158.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. The systems model of creativity. In: **The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi**. New York: Springer, 2014. E-book.

DE SOUSA, Angélica Silva; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2009.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Innovation and entrepreneurship: practice and principles**. New York: Harper Business, 1985.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 7, n. 3, p. 2–7, 2000.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Liber Livro, 2005.

FRITZ, Marina; PINHEIRO, Cristiano Max Pereira; BARTH, Maurício; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Criatividade e educação empreendedora: uma revisão bibliométrica. **Revista Científica da FVS**, v. 13, n. 2, p. 101–114, 2022. DOI: <https://doi.org/10.31994/rvs.v13i2.907>.

KAUFMAN, Luiz. **Passaporte para o ano 2000**. São Paulo: Makron Books, 1991.

MARKMAN, Gideon D.; BARON, Robert A. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human Resource Management Review**, v. 13, n. 2, p. 281–301, 2003.

NEIVA, Edméia Garcia.; D'ELIA, Maria Elizabete Silva. **As novas competências do profissional do secretariado**. 2. ed. São Paulo: IOB, 2009.

SAWYER, Keith; JOHN-STEINER, Vera; MORAN, Seana; STERNBERG, Robert J.; FELDMAN, David Henry; NAKAMURA, Jeanne; CSIKSZENTMIHALYI, Mihali. **Creativity and development**. New York: Oxford University Press, 2003.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; SOUZA, Cristina Castro Lucas de; ASSIS, Simone de Araujo Góes; ZERBINI, Thais. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: **Encontro nacional da associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração – enanpad**, 28., 2004, Curitiba. *Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO. **Projeto Pedagógico do Curso de Secretariado Executivo – Bacharelado**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2016. Aprovado em 24 abr. 2017.

VALENÇA, Marília Nunes; BARROSO, Henrique Cesar Muzzio de Paiva. Gestão da criatividade: um estudo bibliométrico. In: **Encontro da ANPAD – enanpad**, 48., 2024, Florianópolis. *Anais [...]*. Maringá: ANPAD, 2024.

VIEIRA, Gutemberg Alves; BARROSO, Henrique Cesar Muzzio de Paiva. Gestão da criatividade organizacional como a interseção entre indivíduo, liderança e cultura: um estudo acerca de startups no Agreste Pernambucano. In: **Encontro da anpad – EnANPAD**, 44., 2020, Online. *Anais [...]*. Maringá: ANPAD, 2020.

VYGOTSKY, Lev. **A imaginação e a arte na infância**. Lisboa: Relógio D'Água, 2009.