



## ENSINO PELO LINKEDIN: UMA EXPERIÊNCIA DE EMPREENDEDORISMO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

Bianka Ribeiro Nunes Macedo (bianka.macedo@yahoo.com, Ifes)

Márcia Gonçalves de Oliveira (clickmarcia@gmail.com, Ifes)

Vanessa Battestin (vanessa@ifes.edu.br, Ifes)

**RESUMO.** O Empreendedorismo tem sido discutido nos contextos educacionais sinalizando para a necessidade de uma educação empreendedora. Neste estudo, iremos abordar o ensino do Intraempreendedorismo, uma ramificação do empreendedorismo, com problemática pautada em analisar como os recursos do LinkedIn podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo aos discentes de licenciatura em Educação Física. Através das análises e interpretação dos dados, identificamos que a plataforma LinkedIn favorece um olhar empreendedor sobre a formação e desenvolvimento profissional, potencializando o ensino de empreendedorismo e proporcionando vivências em relação ao mercado de trabalho e sua forma online de recrutamento.

**Palavras-chave:** Redes sociais. LinkedIn. Formação de Professores. Intraempreendedorismo.

**ABSTRACT. Teaching through LinkedIn: an entrepreneurial experience in Physical Education.** Entrepreneurship has been discussed in educational contexts, signaling the need for entrepreneurial education. In this study, we will address the teaching of intrapreneurship, a branch of entrepreneurship, with a problematic based on analyzing how LinkedIn resources can assist in teaching intrapreneurship to undergraduate Physical Education students? Through the analysis and interpretation of data, we identified that the LinkedIn platform favors an entrepreneurial look at training and professional development, enhancing the teaching of entrepreneurship and providing experiences in relation to the labor market and its form of online recruitment.

**Keywords:** Social networks; LinkedIn; Teacher training; Intrapreneurship

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente o Empreendedorismo tem sido uma temática muito discutida assim como suas ramificações nos contextos educacionais sinalizando para a necessidade de uma educação empreendedora que abarque alunos desde o ensino fundamental até o ensino superior. As universidades possuem em muitos dos seus cursos de graduação a disciplina de Empreendedorismo, que até certo tempo era exclusiva aos cursos de bacharelado, em especial o de administração, mas que, com as demandas do mercado, estão elencando já há algum tempo as licenciaturas.

No universo corporativo, as redes sociais têm desempenhado papel fundamental na procura e divulgação de oportunidades dentro do mercado de trabalho e a maioria da população, incluindo os universitários, passa grande parte do seu dia “conectada” potencializando também suas conexões de trabalho através das redes sociais.

Neste estudo, iremos abordar o ensino do Intraempreendedorismo, uma ramificação do empreendedorismo, que propõe o empreendedorismo interno, incentivando os profissionais que buscam se diferenciar dentro de mercados competitivos a empreenderem em seus postos de trabalho. A mediação desse ensino se dará pela plataforma *LinkedIn*, criada em 2005, com o objetivo de promover relações de interação para conectar profissionais tornando-os mais produtivos, conhecidos e bem sucedidos em suas profissões.

Essa proposta de intervenção será realizada através da disciplina Empreendedorismo e Administração dos Esportes e da Educação Física, ministrada a acadêmicos do 8º período de um curso de licenciatura em Educação Física. A problemática dessa intervenção está pautada em analisar como os recursos do *LinkedIn* podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo. E dentro dos objetivos estabelecidos, intencionamos como objetivo geral analisar como os recursos do *LinkedIn* podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo, e, como objetivos específicos, destacamos:

- 1) Potencializar o ensino do Intraempreendedorismo a partir dos recursos utilizados no *LinkedIn*;
- 2) Proporcionar aos universitários vivências em relação ao mercado de trabalho e sua forma online de recrutamento;
- 3) Identificar a percepção dos universitários sobre a funcionalidade da plataforma para divulgação profissional.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Nascimento e Araújo (2013) O *LinkedIn* foi criado em 2002 pelo americano Reid Hoffman, e é uma das maiores redes profissionais da internet, permitindo que seus usuários disponibilizem informações pessoais e profissionais e também compartilhem através de seus currículos suas experiências de trabalho.

Uma frase célebre quando se fala sobre o futuro de um país, propõe que o jovem ocupe este lugar, seja este futuro. No entanto, as estatísticas apontam para muitos jovens que ainda não sabem o que querem do seu próprio futuro. Nos tempos de hoje, quando pensamos em futuro, é inevitável associá-lo à tecnologia. Nesse sentido as redes sociais ocupam um

considerável tempo no cotidiano das pessoas, abarcando nesse grupo o público universitário:

Como se sabe, os jovens são, em boa medida, definidores do futuro de um país. Quando são estudantes universitários em uma economia emergente em que uma pequena parcela da população faz estudos superiores, como ocorre no Brasil, a preparação oferecida pela educação superior pode aumentar seu potencial de impacto no futuro do país em relação à maior parte da população. (LIMA, 2015 p. 2).

Para tanto, muito se tem discutido sobre educação empreendedora e sobre uma educação que se aproxime mais da vida real dos estudantes. De acordo com Chagas (2002) não adianta mais acumularmos um estoque de conhecimentos, o autor reitera que é preciso que saibamos aprender sozinhos e sempre, pois assim acontece com o empreendedor na sua vida real em ações de fazer, errar e aprender.

O Empreendedorismo, na perspectiva de Dolabela (2010), Barreto (1998) e Dornelas (2008), caracteriza-se por dar possibilidades de criar a partir de pouco ou quase nada, transformar sonhos em realidade e oportunizar negócios com riscos calculados. Para Pessoa (2005), são três os principais tipos de empreendedores: O empreendedor corporativo (intraempreendedor ou empreendedor interno), o empreendedor *start-up* (que cria novos negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimentos com missão social), são pessoas que se destacam onde quer que trabalhem.

Neste estudo, vamos nos ater ao Intraempreendedorismo ou empreendedor corporativo, que se destaca por suas ações empreendedoras no seu local de trabalho dentro das organizações. A escolha do Intraempreendedorismo se deu pelo perfil do grupo de estudantes que estão em uma formação de professores e que almejam colocação profissional em instituições de ensino públicas e privadas.

Ao que tange a proposta de ensino de Intraempreendedorismo, através das ferramentas da plataforma *LinkedIn*,

Num sentido amplo, toda a aprendizagem é ativa em algum grau, porque exige do aprendiz e do docente formas diferentes de movimentação interna e externa, de motivação, seleção, interpretação, comparação, avaliação, aplicação. Aprendemos também de muitas maneiras, com diversas técnicas, procedimentos, mais ou menos eficazes para conseguir os objetivos desejados. (MORAN, 2018, p.1)

Dentro desse contexto o ensino de Intraempreendedorismo aos futuros profissionais passa por metodologias que possibilitem o protagonismo deste, para que a vida empreendedora não aconteça pós-formatura e sim seja construída durante o processo de formação inicial.

## 2.1 Trabalhos Relacionados

Acerca deste trabalho, através de um levantamento da literatura temática, nas plataformas *Scielo* e *Google Acadêmico*, não encontramos artigo utilizando o *LinkedIn* como recurso de ensino. Encontramos através da pesquisa oito trabalhos utilizando rede sociais e tecnologias como aporte de ensino de empreendedorismo. Dessa forma, esse trabalho se torna inovador pelo protagonismo identificado, e relevante pela utilização de uma ferramenta gratuita, de fácil acesso e que, através de seus recursos, em grande parte instrutivos, leva o usuário a partir da sua foto de perfil a uma postura mais empreendedora que se faz indispensável nos dias atuais ao mercado profissional.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Tipo de pesquisa

Temos como proposta de pesquisa analisar como os recursos do *LinkedIn* podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo. Para tanto a estratégia adotada será uma pesquisa qualitativa, que, para Godoy (1995):

Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo em parte documental. (GODOY, 1995, p.21).

#### 3.2 Alinhamentos da metodologia com os objetivos

Dentro do caminho metodológico escolhido, em um primeiro momento, no que tange potencializar o ensino do empreendedorismo, a partir dos recursos utilizados no *LinkedIn*, está planejado a partir do escopo dos planos de aulas da disciplina de *Administração e Empreendedorismo dos Esportes e da Educação Física* um encontro de duas horas/aula que objetiva abordar empreendedorismo com mediação das redes sociais, apresentando seus recursos e sua relevância no desenvolvimento profissional dos professores.

Para proporcionar aos universitários vivências em relação ao mercado de trabalho e sua forma *online* de recrutamento, inicialmente, os acadêmicos assistirão dois tutoriais *online* sobre o uso e as ferramentas disponíveis do *LinkedIn* e deverão se cadastrar na referida plataforma, obedecendo às seguintes orientações: (1) preencher dados cadastrais/profissionais, (2) anexar foto de perfil e (3) convidar e aceitar solicitações de convites.

Em um segundo momento os estudantes deverão acompanhar diariamente por no mínimo 21 dias (ou três semanas), as solicitações, compartilhamentos, visitas e curtidas, como também atualizar a rede social com *posts* profissionais referentes ao campo de atuação profissional da Educação Física.

No que se refere a Identificar a percepção dos universitários sobre a funcionalidade da plataforma para divulgação profissional, foi elaborado um questionário semiestruturado, compreendendo uma breve descrição da experiência com o uso do *LinkedIn*, a foto do perfil utilizada na plataforma e oito perguntas, a saber:

- 1) Qual dia iniciou sua conta?
- 2) Você conseguiu acompanhar seu perfil?
- 3) Se não, por qual motivo?
- 4) Quantas pessoas te convidaram?
- 5) Quantas pessoas você convidou?
- 6) Algum contato para trabalho?
- 7) Se sim. Qual?
- 8) Continuará utilizando o *LinkedIn* após a entrega do seu trabalho? Por qual motivo?

### 3.3 Sujeitos da pesquisa

Nosso estudo terá como sujeitos licenciandos concluintes de um curso presencial de Educação Física, que estão em vias da busca do primeiro emprego docente. A turma é formada por vinte acadêmicos com idade entre 21 e 40 anos, onde 35% estão concluindo estágios remunerados em escolas e projetos sociais e 40% trabalham em áreas distintas da Educação Física e 25% não estão inseridos no mercado de trabalho.

### 3.4 Coletas de dados

Os dados serão coletados por meio de um questionário semiestruturado já mencionado acima e aplicados aos sujeitos das pesquisas, após a observação dos mesmos por um período proposto de no mínimo 21 dias, compreendendo o uso e a funcionalidade do *LinkedIn* para divulgação profissional.

### 3.5 Análises de dados

Segundo Mozatto (2011):

Qualquer técnica de análise de dados, em última instância, significa uma metodologia de interpretação. Como tal, possui procedimentos peculiares, envolvendo a preparação dos dados para a análise, visto que esse processo “consiste em extrair sentido dos dados de texto e imagem”. (MOZZATTO, 2011, p.03).

Neste sentido, sugere transformação dos dados coletados em uma análise clara, compreensível e confiável. Para tanto, realizaremos a análise, interpretação e discussão dos dados, através do questionário aplicado aos alunos do curso, guiado pelas perguntas do mesmo.

### 3.6 Limites da Pesquisa

O estudo em questão se limita a analisar como os recursos do *LinkedIn* podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo aos discentes de licenciatura em Educação Física. Apesar de haver um universo propenso para estudos que versem sobre a rede social *LinkedIn* e seu potencial engajamento profissional, poucas referenciam o assunto *LinkedIn* de uma forma mais ampla, e nenhuma sobre *LinkedIn* como recurso de ensino. Como resultados esperados com este estudo, temos: oportunidades no mercado de trabalho para os sujeitos da pesquisa, visibilidade profissional para o recém-formado e desenvolvimento profissional.

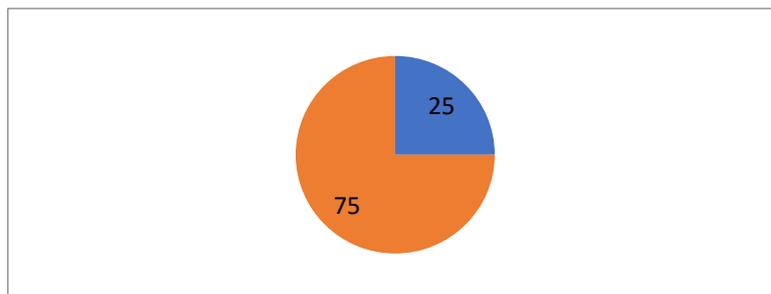
Vale ressaltar que mesmo com o advento das redes sociais e todo engajamento promovido por estas, a rede social *LinkedIn* ainda é pouco conhecida no meio acadêmico onde nosso estudo foi realizado, isso pode ter sido o motivo que, a priori, não despertou o interesse por parte dos estudantes a desenvolver o trabalho proposto. Desta forma, com o atraso nas entregas das tarefas os resultados alcançados divergiram em parte dos resultados esperados.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da metodologia escolhida e coleta dos dados, seguem os resultados obtidos.

Ao perguntarmos aos acadêmicos sobre quando iniciaram suas contas no *LinkedIn*, dos 100% representado na Figura 1, 75% responderam que ao solicitarmos a tarefa e 25% relataram que já possuíam cadastro na plataforma.

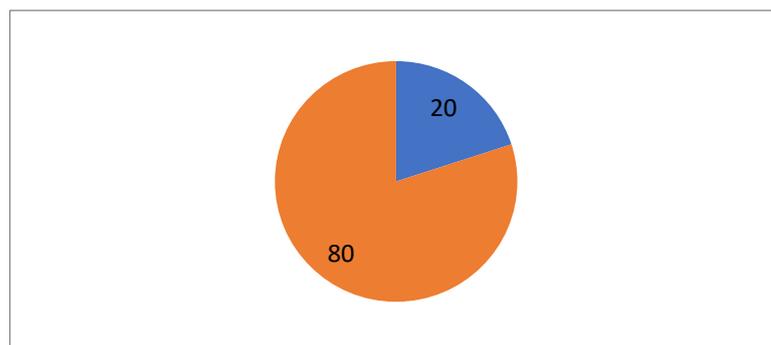
**Figura 1 - Utilização da Plataforma**



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada.

Na Figura 2, perguntamos sobre a questão de conseguir realizar postagens e acompanhar diariamente suas solicitações, 80% dos estudantes disseram não conseguir cumprir a tarefa prescrita, frente a 20% que relatou que interagiram com a rede social, porém não todos os dias, tendo uma média de 11 a 200 solicitações e 1 a 45 aceites durante o tempo de realização da tarefa.

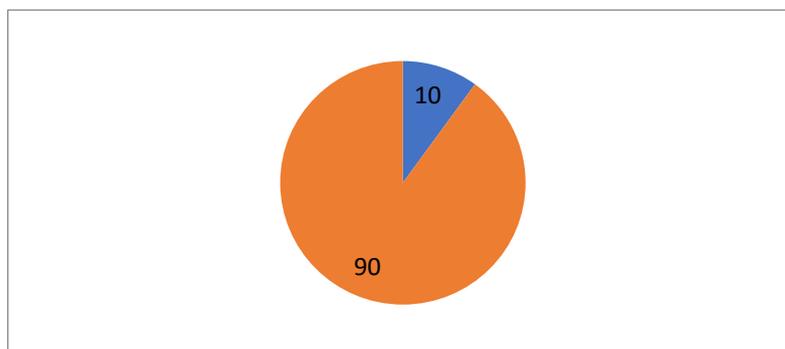
**Figura 2 - Conseguiu acompanhar seu perfil durante a tarefa?**



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada.

No universo dos vinte estudantes pesquisados representados na Figura 3, tivemos relatos de dois estudantes que receberam convites para proposta de trabalho, sendo que o primeiro estudante foi sondado por uma empresa interessada em um profissional que apareceu ao lado dele em uma postagem e o outro recebeu convite para entrevista em duas empresas para vagas de emprego em uma área de atuação distinta da Educação Física.

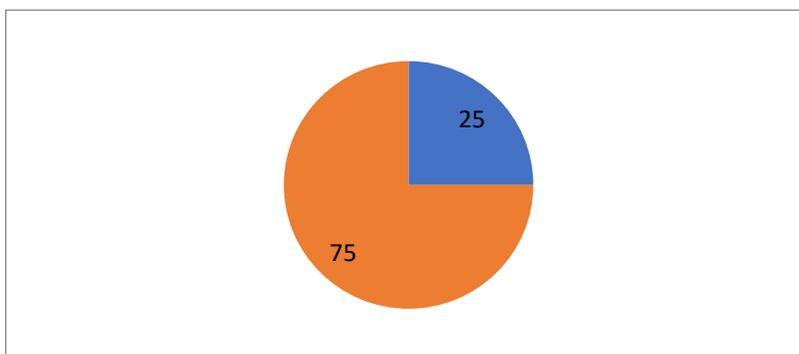
**Figura 3 - Contatos e propostas de trabalho**



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada.

A Figura 4 traz a questão da experiência vivenciada na plataforma *LinkedIn*, 100% dos alunos relataram que a plataforma é propícia para os relacionamentos profissionais e fizeram menção da diferença entre *LinkedIn* e *Facebook*, principalmente em relação aos tipos de postagens. Porém, 25% dos alunos relataram que pelo menos nesse momento, ou seja, ao final da entrega deste trabalho, não utilizariam a plataforma, frente a 75% que continuaram utilizando.

**Figura 3 - Uso da plataforma com finalidade profissional**



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada

Sobre a questão norteadora desse estudo de **como os recursos do LinkedIn podem auxiliar no ensino do Intraempreendedorismo**, bem como as demais perguntas abordadas no questionário, porém não contempladas em gráfico, os estudantes apresentaram cinco principais motivos pelos quais utilizariam ou não a plataforma, a saber: (1) Compartilhar experiências profissionais; (2) Abrir oportunidades de empregos; (3) Visibilidade nas postagens; (4) Falta de visibilidade nas postagens; (5) Não intenciona arrumar emprego na área de educação física no atual momento.

Um relato a ser destacado é do acadêmico que aqui será identificado como **F.** O aluno **F.**, ao orientarmos para o trabalho, não se interessou pela proposta inicialmente em virtude de acreditar que “*é uma besteira, não vai levar a nada*”. Contudo ao se aproximar o dia da entrega do trabalho, em virtude da pontuação atribuída ao mesmo, cadastrou-se na plataforma, e a partir desse momento seguem os registros da experiência do estudante **F.**

*“Achei que era um trabalho sem importância, mas quando me cadastrei na plataforma LinkedIn, em 48 horas recebi um convite para dar uma palestra com atleta que treino, fechamos um valor bacana e eu estou surpreso com a repercussão das minhas postagens, vou formar e aprimorar minhas postagens e meus dados.”*

Por fim, no que tange a percepção dos universitários sobre a funcionalidade da plataforma para divulgação profissional, entendemos que houve motivos pelos quais alguns universitários não utilizariam a plataforma. Contudo, nos dias de hoje, em que os processos de ensino e de aprendizagem cada vez mais exigirão uma educação empreendedora e tecnológica, entendemos ser o *LinkedIn* um potencial recurso para isso.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensando no cenário da turma em questão, que está concluindo seu curso superior em educação física, e observando a dificuldade que os egressos licenciados encontram na busca do seu primeiro emprego docente, escolhemos a plataforma *LinkedIn* como possibilidades para potencializar o ensino de empreendedorismo, com destaque para o Intraempreendedorismo e também possibilitar aos acadêmicos vivências reais em uma rede social destinada a conectar profissionais na busca de oportunidades.

Na busca de referências acerca de redes sociais como mediadora dos processos de ensino e de aprendizagem, não encontramos bibliografias sobre a plataforma *LinkedIn* e ensino de empreendedorismo, e os poucos trabalhos com a temática *LinkedIn* estão relacionados a recrutamento e gestão profissional. Desta forma os estudos sobre *LinkedIn* e mediação de ensino e aprendizagem possuem desafios pela escassez, porém oportunidades pela novidade.

A relação entre Empreendedorismo/ Intraempreendedorismo e *LinkedIn* pode ser caracterizada neste estudo pelos relatos dos alunos, principalmente ao que tange às iniciativas de se permitir a conhecer o novo, de buscar profissionais relevantes na área de Educação Física para se conectar, de se preocupar com as informações a serem postadas e principalmente no desejo de criar projetos e ações que atraiam pessoas para sua rede profissional.

Identificamos também através dos relatos apresentados que o perfil e a missão da plataforma *LinkedIn* favorece um olhar empreendedor sobre a formação e desenvolvimento profissional principalmente pelo contato e exemplo dos pares, potencializando assim o ensino de empreendedorismo e proporcionando aos universitários vivências em relação ao mercado de trabalho e sua forma *online* de recrutamento.

O estudo em questão foi realizado na modalidade presencial de ensino, porém os cursos de educação física tem crescido, consideravelmente e atualmente estou lecionando em um curso de licenciatura na modalidade ensino a distancia

Para Moran (2018)

As redes também estão provocando mudanças profundas na educação a distância. Antes a EAD era uma atividade muito solitária e exigia muito auto-disciplina. Agora com as redes, a EAD continua como uma atividade individual, combinada com a possibilidade de comunicação instantânea, de criar grupos de aprendizagem, integrando a aprendizagem pessoal com a grupal. A educação presencial está incorporando tecnologias, funções, atividades que eram típicas da educação a distância, e a EAD está descobrindo que pode ensinar de menos individualista, mantendo um equilíbrio entre a flexibilidade e a interação. (MORAN, 2018,p.5)

Considerando as atuais perspectivas de ensino e como continuidade de estudos e futuras discussões na temática *Linkedin* e formação profissional, pretendemos analisar a probabilidade de resultados distintos, caso a pesquisa fosse aplicada na modalidade de ensino a distância. Pelo fato de nessa modalidade os universitários já se encontrarem em maior fator de conectividade na sua formação profissional, poderiam ter maior adesão à realização das tarefas propostas.

## 6. REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BARRETO, Luiz Pondé. Educação para o empreendedorismo. **Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador**, 1998.

DOLABELA, Fernando. Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor. **São Paulo: Saraiva**, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

LIMA, Edmilson et al. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-sea Educação Superior em Empreendedorismo. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015.

MORAN, José. Metodologias ativas para uma aprendizagem mais profunda. **Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática**. Porto Alegre: Penso, p. 02-25, 2018.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

NASCIMENTO, M<sup>a</sup> Ines Santos; JUNQUEIRA, Wagner Araújo. DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO PROFISSIONAL NO LINKEDIN: uma análise sob a ótica das redes sociais. **Biblionline, João Pessoa**, v. 9, n. 1, p. 40-51, 2013.

PESSOA, Eliana. Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças. **Portal Administradores**, 2005.