



Roda de Conversas

PROFESSORES EMPREENDEDORES: CONCEITOS, REFLEXÕES E SUAS RELAÇÕES COM AS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Thais Cerqueira Faria¹, Jussara de Paula da Silva Moura²

¹Mestre em Ensino e suas Tecnologias/Instituto Federal Fluminense campus Campos Centro, thaiscerqf@gmail.com

²Especialista em Docência do ensino superior e Tutoria a distância/Faculdade Ibra Minas Gerais, sara.bji@hotmail.com

Resumo: Este artigo objetiva compreender conceitos e reflexões que envolvem o magistério e o empreendedorismo e sua relação com as redes sociais digitais (RSD). A abordagem metodológica, a partir de uma pesquisa bibliográfica, analisou algumas perspectivas do empreendedorismo na docência e aspectos que envolvem conhecimentos de marketing e das RSD. Conclui-se que o empreendedorismo no magistério tem crescido e as RSD estão sendo primordial para manter relacionamentos e atrair clientes, além de promover autonomia para o professor.

Palavras-chave: Professor, empreendedorismo, redes sociais digitais.

1. Introdução

Nas redes sociais digitais (RSD) é possível perceber muitos professores divulgando seu trabalho a fim de vender seus cursos, aulas ou materiais didáticos. Nesse sentido, considera-se que o domínio das tecnologias, das RSD e de programas ou plataformas virtuais têm sido mais uma forma de trabalho dentro da educação, principalmente, nestes tempos de pandemia da COVID-19 em que não é possível frequentar cursos presenciais.

No geral, as tecnologias da informação e comunicação (TICs) estão alterando as noções de tempo e espaço, promovendo mudanças acentuadas na vida das pessoas, nas formas de trabalho e nos relacionamentos com os outros. Para o empreendedorismo, o acesso à essas tecnologias podem se tornar um meio importante de



Roda de Conversas divulgar seu trabalho, aumentar as vendas, conquistar clientes e manter um relacionamento com eles.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo compreender conceitos e reflexões sobre professores que também empreendem e sua relação com as redes sociais digitais que corroboram para que esses profissionais divulguem seu trabalho. Além da introdução está dividido nas seguintes seções: 2. Reflexões e conceitos de empreendedorismo no magistério; 3. Metodologia; 4. Conclusão e Referências.

2. Reflexões e conceitos de empreendedorismo no magistério

Segundo Silva e Patrus (2017, p. 3), o empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico que tem “[...] alcançado cada vez maior posição de destaque mundial e ratificado sua relevância através da difusão de diversos estudos nas últimas décadas.”

A palavra empreendedorismo vem da tradução *entrepreneurship*, que se derivou do latim *imprender*, no século XV, que traz como significado a tentativa de se abrir uma empresa laboriosa e difícil e colocá-la em execução (CUNHA, 2004).

Entretanto, a palavra *entrepreneur* (empreendedor), originou-se na França no século XIII que se referia àquele que “incentiva as brigas.” No século XVI, a palavra caracterizava pessoas que assumiam responsabilidades em uma ação militar. Mas, somente no final do século XVII que a palavra passou a ser conceituada como o indivíduo que cria e conduz projetos e empreendimentos (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2008).

Quando se trata da educação, há de se considerar um crescente número de professores que estão empreendendo na área, inovando com novas metodologias e usando os espaços das redes sociais digitais e de ambientes virtuais de aprendizagem para vender seus cursos ou lecionar suas aulas particulares. De acordo com Allan (2019, p.1) para a revista EXAME,



Roda de Conversas

O professor como conhecemos hoje, exclusivamente atrelado a uma instituição de ensino, aos poucos, dará espaço a um profissional capaz de preencher a lacuna existente entre o docente tradicional, o administrador e o formulador de políticas educacionais. Estamos falando do chamado teacherpreneur, ou professor-empendedor em tradução livre. Afirmo isto diante da realidade de que, apesar dos avanços tecnológicos, a maioria das escolas conta com uma hierarquia que separa as pessoas que criam políticas educacionais (administradores) daquelas que realmente entregam a educação (professores) (ALLAN, 2019, p. 1).

Com o campo do empreendedorismo sempre se inovando, é também necessário que professores empreendedores estejam preparados para realizar ações significativas na profissão, procurando novos recursos e usando tudo que estiver ao seu alcance para tornar a educação um processo democrático e acessível.

Dessa forma, os professores empreendedores não podem ignorar que as tecnologias digitais são recursos relevantes e valiosos. As redes sociais digitais, por exemplo, facilitam a disseminação da informação, mas o papel do professor empreendedor ainda é crucial na seleção e uso delas.

Um professor empreendedor, além dos recursos disponíveis para suas vendas, também deve entender conceitos básicos de Marketing Digital. Segundo Baroni (2011, p.80), o marketing digital tem se tornado essencial para pequenas e grandes empresas, pois tem atraído novos clientes e mantido aqueles já existentes, principalmente, nas RSD, pois sua utilização “[...] pode ser uma estratégia inovadora para a viabilização de informação e diálogo, requisitos importantes para uma troca verdadeira. ”

As redes sociais digitais têm mudado a forma das pessoas de se comunicarem. Isso acontece por causa do seu grande alcance de influenciar opiniões, mobilizar pessoas e criar grupos, além da rapidez de explicar informações (SILVA; MACHADO; MELO, 2012). Segundo Torres (2018, p.111) “[...] as mídias sociais têm um enorme poder formador de opinião e podem ajudar a construir ou destruir uma marca, um produto ou uma campanha publicitária. ”



Roda de Conversas
Silva e Patrus (2017) afirmam que as redes sociais digitais não só corroboram para as vendas como também mantêm interação com os seus clientes. Quando se trata do relacionamento com o cliente, os pesquisadores Alves, Barbosa e Rolon (2014), afirmam que essa interação cresceu de forma significativa com as redes sociais digitais e o gerenciamento desses relacionamentos são essenciais para a empresa.

Em relação ao trabalho professor empreendedor, ele deve ter seu foco no ensino e na qualidade seguindo determinados pilares como: aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser, além de saber tomar decisões diante aos desafios (MARTINS, 2010).

Além desses pilares o empreendedor deve se embasar em um quinto pilar: “[...] o aprender a empreender, pois novas habilidades vêm sendo exigidas dos profissionais da educação para poderem enfrentar a globalização com responsabilidade, competência e autonomia” (MARTINS, 2010, p. 36).

Diante dos pressupostos apresentados, considera-se que o empreendedorismo dentro do magistério tem crescido, principalmente, neste momento pandêmico da COVID-19 que desempregou ou reduziu a renda de muitos professores que não podem lecionar presencialmente.

3. Metodologia

Esta pesquisa possui uma abordagem qualitativa de natureza bibliográfica. Segundo Vergara (2010, p. 48), a pesquisa bibliográfica “[...] é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”. O desenvolvimento deste trabalho se assenta em conceitos e reflexões que acercam professores empreendedores e a relevância das redes sociais digitais para a venda. Usou-se artigos e livros pesquisados no Google Acadêmico.





5. Conclusão

Os conceitos e reflexões sobre o professor empreendedor e sua relação com as redes sociais digitais dá mais uma opção para quem trabalhar com a educação. Seja vendendo cursos, seja oferecendo aulas específicas ou materiais o empreendedorismo na educação se intensificou, além de se tornar mais uma ferramenta viável para o desenvolvimento do aprendizado que, muitas vezes, proporciona para que o aluno atue como sujeito ativo, tornando-se capaz de desenvolver habilidades e competências técnicas que lhe permitam alcançar seus objetivos.

Além disso, o professor que empreende deve entender um pouco do empreendedorismo e do marketing digital que são essenciais para se conquistar alunos e assim, vender seu curso ou material. Também, é necessário que o professor tenha seu foco na qualidade e na metodologia daquilo que ele pretende ensinar para se ter um diferencial dentro do mercado.

O professor que empreende, assim como outros empresários, pode usar as tecnologias digitais ao seu favor, principalmente, as redes sociais digitais. Quando se trata das redes sociais digitais, considera-se que elas corroboram para manter um relacionamento com os clientes, além de conquistar novos.

Pode-se concluir que o professor empreendedor possui maior autonomia, visto que pode organizar seus cursos e aulas da forma que acredita ser o melhor para seu público. A capacidade do professor empreendedor traz um importante olhar sobre o ensino e aprendizado a respeito de suas próprias possibilidades como educador.

Referências

ALLAN, L. Exame. **Por que você precisa se tornar um professor empreendedor? Crescer em Rede**. A educação na visão de Luciana Allan, diretora do Instituto Crescer. 24 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://exame.com/blog/crescer-em-rede/por-que-voce-precisa-se-tornar-um-professor-empreendedor/>. Acesso em: 21 de jan. de 2020.



Roda de Conversas

BARONI, M. Comunicação 2.0: o virtual construindo pontes para o marketing digital. CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. **Comunicação e marketing digitais: conceitos, práticas, métricas e inovações**. Salvador, BA: Edições VNI, p. 44-82, 2011.

CUNHA, E. R. **Práticas avaliativas bem-sucedidas de professoras dos ciclos de formação da Escola Cabana de Belém**. Tese (Doutorado em Educação) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2003. Disponível em: <http://27reuniao.anped.org.br/gt04/t042.pdf>. Acesso em: 13 ago.2017.

MACHADO, J. A.; NASCIMENTO, J. ; MELO, P. G. S. O MARKETING DIGITAL NAS REDES SOCIAIS: O caso do IEL/RR. In: **XIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2016, Resende-RJ. Desenvolvimento de Competências Frente aos Desafios do Amanhã, 2016.

MARTINS, S. N. **Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores**. 2010. 156 f. Tese (Doutorado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: o caso da Feevale. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 14, n. 1, p. 187-213, 2008.

SILVA, J. F.; PATRUS, R. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

TORRES, C. **A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. Novatec Editora, 2018.

VERGARA S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

