



Empreendedorismo e Ação Empreendedora

JOSINETE BRAGA BORGES LORDES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU
MESTRADO PROFISSIONAL CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO
Reconhecido pela Portaria MEC / CNE nº 256 de 15/02/2017, publicada no D.O.U. de 16/02/2017.

PRODUTO EDUCACIONAL:

Relatório de Pesquisa

JOSINETE BRAGA BORGES LORDES

PRODUTO EDUCACIONAL

Como consequência da análise dos dados coletados pela pesquisa de campo e das discussões e considerações acerca dos mesmos, elaborou-se um instrumento virtual de informação, composto de um blog e um Instagram, que servirão de fonte de informações sobre o tema empreendedorismo. Este instrumento se presta diretamente ao propósito de auxiliar as pessoas na busca de maiores conhecimentos, a fim de envolver-se, caso seja o desejo, no universo de empreendimentos viáveis à sua realidade.

Em uma explicação sucinta, destaca-se que o blog se trata de um site pessoal ou profissional, atualizado frequentemente e que pode ser usado tanto por empresas, quanto por usuários comuns, os quais desejam ter uma espécie de diário na internet.

E sobre o Instagram, tem-se como informações que este se trata de uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários e que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais disponíveis.

Algumas considerações mais detalhadas são feitas aqui acerca do Produto Educacional, tendo em vista a exploração de ferramentas tecnológicas atuais e inovadoras.

Diante da globalização, o uso das redes de computadores inovou a comunicação e a transferência de informação no mundo inteiro. Com o amplo acesso a todo o conteúdo disponível na rede e considerável velocidade na transmissão dos dados, é impossível fugir dessa realidade tecnológica: a Internet. Com esse grande avanço na tecnologia de comunicação de dados, é indiscutível a importância da Internet para os diversos seguimentos sociais, sendo que a descoberta de novos serviços e recursos é constante.

O surgimento da ideia de conexão se deu na década de 1960, quando a ARPA (*Advanced Research Agency*), órgão criado pelo Departamento de Defesa Americano, precisou desenvolver uma rede que permitisse a conexão entre outras redes, visando à criação de diversas rotas entre os computadores interligados para auxílio do governo Americano durante a Guerra Fria.

A rede de comunicação e interação foi chamada de ARPANET e passou a se expandir cada vez mais a cada dia que passava. E de acordo com o que é ensinado

Rolim,

[...] A comunicação se dava por comutação de pacotes e visava, dessa forma, diminuir a fragilidade das comunicações existentes até aquele momento, visto que, até então, o conceito de rede que existia era o centralizado, onde todos os dados eram armazenados em computadores centrais, onde buscavam todas as informações. Em plena Guerra Fria, isso era uma fragilidade para o governo americano e um problema a ser solucionado. A rede que atendia a solicitação foi chamada de ARPANET. Com a expansão do uso se interconectou com outra rede desenvolvida pela NFS, com os mesmos padrões da ARPANET e os mesmos intuitos. Mas a expansão do uso continuava e o governo americano percebeu que não podia mais controlar essa grande interligação que estava ocorrendo e passou o controle dos acessos para o meio civil e com o passar do tempo, todo esse enlace formou o que chamamos de Internet (ROLIM, 2020, p. 117).

Quando do término da Guerra Fria, o mecanismo tecnológico criado passou a ser utilizado pelas universidades para pesquisa acadêmica, sendo assim amplamente difundida a ideia de compartilhamento de dados e informações em todo o mundo. No que tange ao desenvolvimento da Internet no Brasil, observa-se que as universidades exerceram um papel de forte influência na troca de informações com as universidades americanas:

No final da década de 80, academias brasileiras trocavam informações com instituições americanas, mas foi só em 1995 que provedores puderam comercializar o acesso e expandi-lo, saindo dos domínios do governo e migrando para o público em geral. No mesmo ano, uma novela exibida no horário nobre abordava o advento da Internet e a possibilidade de duas pessoas conversarem, pela rede, de locais opostos no mundo. A partir daí, a Internet deixava de ser um assunto apenas para especialistas em informática para se tornar uma ferramenta de comunicação, entre outras funções que ela assumiria com o passar dos anos. E não foi preciso esperar tanto tempo assim para constatar a transformação da internet e suas consequências para o usuário (PORTAL EDUCAÇÃO, n.d.).

Com a popularização do acesso à Internet, a conexão passou a integrar o dia a dia da sociedade como um fator de estreita relação com a expansão da troca de informações. Diante da constante necessidade de se comunicar, as pessoas passaram a criar seus perfis nas chamadas "redes sociais" que direcionam interesses comuns para interação entre os indivíduos. Em 1995 foi criada por *Randy Conrads* a primeira rede social conhecida como *ClassMates*. Já em 1997, Andrew Winreich criou o site *Six Degress*, o qual permitia que os usuários trocassem mensagens entre si e adicionassem contatos ao seu perfil. Nos anos de 2002 e seguintes surgem o *Frendster*, *MySpace* e o *LinkedIn* (PETRIN, n.d.).

No que diz respeito ao desenvolvimento das redes sociais no Brasil, a criação do Orkut, em 2004, gerou intensa comoção social, sendo superado em 2006 pelo Facebook, sendo esta a rede social mais popular do mundo, "[...] contando com mais de 1 bilhão de usuários, sendo 67 milhões somente no Brasil. O Google+ está em segundo lugar, seguido pelo Youtube e pelo Twitter" (PETRIN, n.d.).

Com os argumentos até aqui postos, é para se admitir que a Internet e suas redes sociais são ferramentas, atualmente, imprescindíveis para o compartilhamento de informações em alta velocidade com eficácia comprovada no que tange à comunicação entre indivíduos, independentemente do espaço físico em que se encontrem. Pensando nisso, o produto final desta dissertação consistiu na criação de um blog e de uma página Instagram, com dedicação integral à temática voltada para a Educação Empreendedora, mantida pela autora desse trabalho.

Vale ressaltar que tanto o Blog quanto o Instagram ocupam lugar de destaque entre as redes sociais no mundo todo. Os milhões de usuários compartilham fotos e vídeos, trocam likes em seus perfis divulgando momentos de sua vida pessoal ou, até mesmo, promovendo suas empresas de forma comercial.

Vamos entender como essas duas redes sociais surgiram, como se destacaram nos universos corporativos e acadêmicos, e como serão utilizados pela autora.

BLOG

De acordo com site blogger.com, a etimologia do termo *weblog*, significa algo como "registro na web, e foi criado por Jorn Barger em 17 de dezembro de 1997. A abreviação *blog*, por sua vez, foi criada por Peter Merholz, que, de brincadeira, desmembrou a palavra *weblog* para formar a frase *we blog* ("nós blogamos"). A expansão da internet pelo mundo e a facilidade de comunicação que ela proporciona, cresceu o interesse das pessoas em possuir seu próprio espaço na web. Contudo, para montar uma home page e publicá-la era necessário ter certo domínio técnico, que poucas pessoas tinham.

Esse interesse e essa dificuldade conflitantes surgiram os *bloggers*, que são serviços que oferecem ferramentas para possibilitar que internautas comuns publiquem seus próprios textos na internet. Segundo

a Wikipédia, blogger é um serviço que oferece ferramentas para indivíduos publicarem textos na Internet sem a necessidade de ter domínio técnico, de programação ou software. Esses espaços individuais disponibilizados pelos bloggers receberam o nome de blogs. O blog é uma das ferramentas de comunicação mais populares da internet. A pessoa que administra o blog é chamada de blogueira(o).

Características dos blogs é que, em geral, eles têm aspectos parecido, isto é, o usuário é limitado no que diz respeito a alterações visuais. Outra característica dos blogs é frequência de atualização. Alguns são atualizados diariamente, outros semanalmente, mensalmente e, em alguns casos, até várias vezes por dia. Cada atualização, publicação no blog é chamada de post (postagem).

Quando surgiram, os blogs eram utilizados com finalidade puramente recreativo, eram usados como "diários virtuais", on-line, onde as pessoas, especialmente adolescentes e jovens, expunham suas ideias, contavam fatos de suas vidas. Com o desenvolvimento, os blogs foram se tornando espaços de ideias e informações mais consistentes.

Sendo assim, os blogs se tornaram ferramenta de trabalho e auxílio de diversos profissionais, especialmente jornalistas, repórteres e professores. Além de publicar conteúdo pessoal, profissional, informativo e educativo, os blogs viraram também ferramenta de divulgação.

A popularização dessa ferramenta permite as empresas passarem a utilizá-la como meios de comunicação. Empresas, mesmo sem atuar diretamente na internet já mantém blogs para se comunicar.

Vantagens de se ter um blog

- ✓ Alta relevância para sistemas de busca.
- ✓ Ideal para abordagem de temáticas segmentadas.
- ✓ Com uma boa frequência de produção e um bom conteúdo, gera atratividade de retorno de público.
- ✓ Os posts podem ser compartilhados em quaisquer redes sociais.
- ✓ Permite liberdade total de criação e personalização.
- ✓ Matérias produzidas por empresas que pagam para que elas sejam publicadas em seu blog.
- ✓ Caso você queira publicar: Escolhendo o blog certo, seu produto pode atingir uma parcela importante do seu público-alvo.
- ✓ Venda direta de espaços publicitários, comercialização direta de espaços para anúncios.
- ✓ Posts próprios publicados em outros blogs.
- ✓ Permite aumentar tráfego para seu canal e gerar autoridade.
- ✓ Buscar parcerias e criar conteúdo em conjunto são excelentes estratégias.

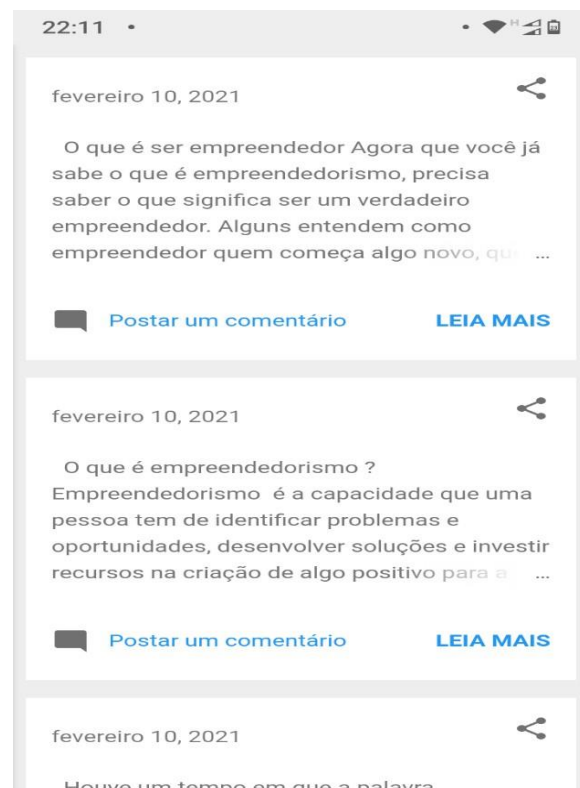
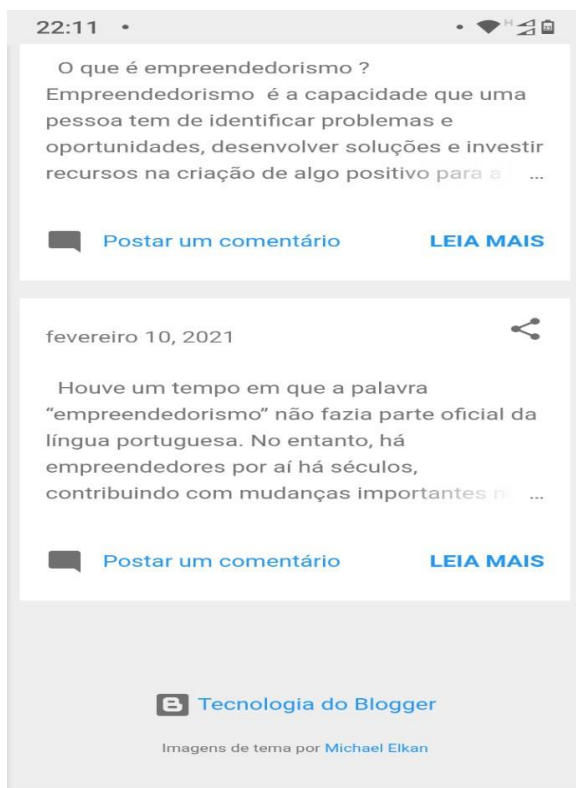
Desvantagens de se ter um blog

- ✓ Seu alcance é passivo, ou seja, são necessárias divulgações em outros meios para que o usuário acesse o blog.

- ✓ Se gasta mais tempo para personalização e criação de layout, bem como para a produção de conteúdo, por serem mais aprofundados.

De acordo com a proposta do produto final a autora criou um blog, <https://empreendedorismoeacaoempreadedora.blogspot.com>, copie e cole o endereço para entrar no blog, o mesmo tem a proposta de levar até aos alunos dos cursos técnicos estudados e cursos técnicos em geral, informações e conhecimento do tema debatido e discorrido nessa dissertação. Segue abaixo algumas imagens.





INSTAGRAM



De acordo com informações no site canaltech.com.br, o Instagram foi fundado, criado em 06 de outubro de 2010, por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, meses depois a rede social se tornou um dos aplicativos mais visados da App Store, em um ano, já tinha 10 milhões de pessoas usando, o serviço estava disponível apenas em *iphones e ipads*.

A rede facebook em 2012 comprou o Instagram, aproximadamente por 1 bilhão de dólares, no mesmo ano liberou o aplicativo para dispositivos android. Segue abaixo algumas vantagens de utilização do aplicativo.

- ✓ É possível compartilhar as postagens do Instagram para outras redes.
- ✓ No Instagram, as hashtags (#) são muito importantes para identificar seu segmento, é importante selecionar um grupo de palavras-chave que tenham ligação com sua atuação e a sua postagem.
- ✓ No lançamento do aplicativo era possível postar vídeos de até 15 segundos. Com a criação do IGTV **do Instagram** que é uma ferramenta que permite a exibição de vídeos mais longos na rede. Ele foi lançado em junho de 2018. Os vídeos podem ter até **60 minutos de duração**, devem ser no formato vertical e são exibidos no próprio Instagram e no aplicativo IGTV do Instagram. Criar vídeos de 60 minutos é possível apenas para quem possui uma **conta verificada** (figuras públicas ou celebridades, geralmente) no Instagram. Quem não possui a conta verificada pode postar vídeos de até 10 minutos no IGTV.
- ✓ É integrado ao facebook;
- ✓ Permite que perfis de empresas sigam os perfis de seu público;
- ✓ Permite vídeos curtos que são trocados automaticamente; ✓ Uso majoritário em mobile, permitindo maior laço com a audiência; ✓ Atualmente com 400 milhões de usuários.

Informações importantes referente ao Instagram



MELHORES HORARIOS

Fonte: Scup

A audiência é noturna.
32% das publicações são feitas no sábado e no domingo. Durante a semana, as publicações costumam crescer a partir das 17h.



MELHORES CORES

Fonte: Quale Digital

Fotos com as cores predominantes vermelho e laranja têm 24% menos curtidas que as azuladas. **Fotos claras tem 24% mais likes** do que as escuras.



MELHORES FILTROS

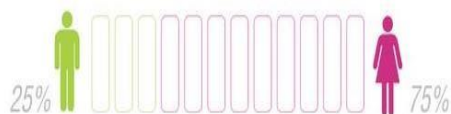
Fonte: Quale Digital

Imagens com saturação entre 0 e 15% têm **18% mais curtidas** do que as vibrantes (20 a 40% de saturação)



COMPOSIÇÃO DO PÚBLICO

Fonte: Multilinks



MAIS INTERAÇÃO

Fonte: Multilinks

O nível de interação é **15 vezes maior** que no Facebook.

A autora, atendendo a proposta de seu produto final, criou o Instagram [@empreendedorismo.e.acao](#), para acessar ao perfil criado entre no seu Instagram, em busca, transcreva o link, segue algumas imagens.

Imagem 01 – Feed de notícias

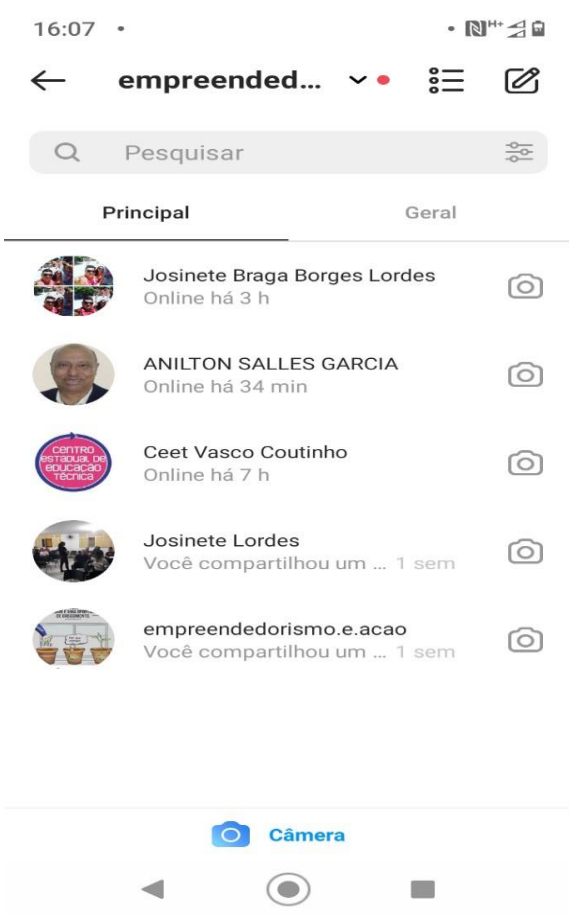


Imagem 02 – Painel de edição



Imagem 03 – Stories

Imagem 04 – Direct



O objetivo de criação dos produtos educacionais é levar aos alunos dos cursos técnicos abordados na pesquisa e outros cursos técnicos, conhecimento e informações referente ao empreendedorismo e suas ações, a proposta é manter estas duas redes atualizadas mensalmente, sempre com informações recentes, que serão importadas de outros canais de informação e centralizadas nas duas redes.

Estes dois produtos disponibilizados para visitação foram escolhidos partindo da premissa de que os jovens os utilizam com maior frequência.