

O uso de vídeos do TikTok como proposta metodológica para as aulas de empreendedorismo

The use of TikTok videos as a methodological proposal for entrepreneurship classes

Lucas Braga da Silva
Universidade Federal do Tocantins (UFT)
Palmas/To-Brasil

Resumo

Recentemente, três acontecimentos, modificaram as formas de ensino e de aprendizagem: a transformação digital de modo geral, a pandemia e a notoriedade de mídias sociais como o TikTok. Ainda hoje, percebe-se uma lacuna em relação às propostas metodológicas envolvendo vídeos dessa plataforma com foco na aprendizagem em empreendedorismo. Considerando o exposto, o objetivo do artigo é apresentar uma proposta metodológica para as aulas de empreendedorismo, por meio de um concurso de criação e de divulgação de conteúdo sobre a disciplina no TikTok. Para a construção e aplicação da proposta, recorreu-se, principalmente, aos trabalhos de Ulrich e Cole (1987), Schaefer e Minello (2016), Khlaif e Salha (2021) e Dornelas (2007; 2020). Mediante a aplicação dessa proposta em duas turmas do ensino médio de uma instituição federal, constatou-se um profundo empenho dos alunos para a criação de vídeos inovadores e criativos, além do engajamento na divulgação dos vídeos em suas redes sociais, bem como o desenvolvimento de características empreendedoras.

Palavras-chave: Redes sociais; Ensino; Aprendizagem.

Abstract

Recently, three events have changed the ways of teaching and learning: the overall digital transformation, the pandemic, and the notoriety of social media platforms such as TikTok. Presently, there is still a gap regarding methodological proposals involving videos from this platform focused on entrepreneurship learning. Considering the above, the aim of this article is to present a methodological proposal for entrepreneurship classes through a creation and dissemination content contest on TikTok. To build and apply this proposal, we relied mainly on the works of Ulrich and Cole (1987), Schaefer and Minello (2016), Khlaif and Salha (2021), and Dornelas (2007; 2020). Through the implementation of this proposal in two high school classes of a federal institution, a profound commitment from students was observed in creating innovative and creative videos, as well as engagement in disseminating them on their social networks, as well as the development of entrepreneurial characteristics.

Keywords: Social media; Teaching; Learning.

1. Introdução

O período que compreende a década de 1980 é significativo para a educação empreendedora e a formação em empreendedorismo (ULRICH; COLE, 1987). O enfoque tradicional e conteudista vem perdendo espaço para novas formas ativas de ensino e aprendizagem com foco no indivíduo empreendedor (SCHAEFER; MINELLO, 2016). O aprimoramento de cursos e programas de aperfeiçoamento em empreendedorismo tem ganhado cada vez mais espaço (KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019).

O ensino de disciplinas da área de gestão e negócios tem evoluído em relação à sua oferta em cursos técnicos, graduação e pós-graduação e formação de profissionais e a disciplina de empreendedorismo não se encontra restrita apenas aos cursos superiores, técnicos e pós-graduação. Ademais, os cursos de ensino fundamental e médio da educação básica também passaram a ofertar a disciplina e/ou explanar seus conteúdos em disciplinas específicas.

O empreendedorismo e a educação empreendedora são componentes essenciais para o desenvolvimento econômico e social de um país (SCHAEFER; MINELLO, 2016; SILVA; PENA, 2017) e a sua importância tem sido reconhecida em nível mundial (RATTEN; USMANIJ, 2021). Por isso, é fundamental que haja a inserção de recursos metodológicos e práticas pedagógicas diferenciadas, com foco no ensino e na aprendizagem empreendedora. Considerando o contexto de transformação recente das atividades de ensino e aprendizado, especialmente com a transformação digital decorrente da pandemia da Covid (SILVA et al., 2022), percebe-se o TikTok como um mecanismo de estímulo às práticas empreendedoras (SIMANJORANG; NAWAWI, 2022) e de aprendizado (KHLAIF; SALHA, 2021).

Ao baixar o aplicativo nas lojas Apple, Android e Amazon e criar um conta é possível o direcionamento do usuário a temas, interesses e conteúdos distintos (ANDERSON, 2020). O acesso a essa mídia social e aos seus recursos permite a criação de vídeos curtos referentes a temas e vivências distintas. Os conteúdos e ferramentas que a plataforma dispõe podem auxiliar no ensino e na aprendizagem de tópicos complexos e outros como empreendedorismo e gestão de negócios.

Nesse sentido, Khlaif e Salha (2021) explicam que a interação entre o aluno e o aplicativo reflete no que eles chamam de microaprendizagem e nanoaprendizagem. O que significa novas maneiras de o professor introduzir conteúdos em suas aulas e dos alunos

aprenderem com o auxílio de modelos pedagógicos inovadores e criativos. Os tipos de aprendizagem apresentados pelos autores concentram-se em sistemas de aprendizado curtos e conectados em redes digitais.

As últimas décadas revelaram um avanço em relação à visibilidade e à importância do empreendedorismo como tema de pesquisa (GUIMARÃES; SANTOS, 2020; RATTEN; USMANIJ, 2021; SIMANJORANG; NAWAWI, 2022), mas a educação empreendedora e seus aspectos metodológicos permanecem como uma lacuna na literatura (RATTEN; USMANIJ, 2021), e mais especificamente, o ensino e aprendizagem em empreendedorismo por meio de mídias sociais como o TikTok (KHLAIF; SALHA, 2021). Nesse sentido, o objetivo do artigo é apresentar uma proposta metodológica para as aulas de empreendedorismo no ensino médio, por meio de um concurso de criação e divulgação de conteúdo sobre a disciplina no TikTok, com foco na combinação da teoria com práticas vivenciais, interativas e dinâmicas, uma vez que o assunto merece atenção pela possibilidade de contribuir para a vida profissional dos alunos e formar uma atitude empreendedora que pode ser aplicada em todo e qualquer tipo de situação.

A criação e a divulgação de conteúdos sobre empreendedorismo no aplicativo, conseqüentemente, a competitividade entre os alunos, é um dos exemplos de novos modelos pedagógicos, defendidos por Schaefer e Minello (2016). O aluno, quando da criação do vídeo, associa os conteúdos teóricos à prática com inovação e criatividade. A divulgação possibilita aprendizado tanto ao aluno como a comunidade externa com acesso aos conteúdos. A competição é uma maneira de estimular o empreendedorismo com o auxílio de habilidades e competências de comunicação e persuasão. O aplicativo “permite a entrega de pequenas unidades de aprendizado [vídeos] em um curto espaço de tempo [60 segundos ou menos]” (KHLAIF; SALHA, 2021, p. 213).

O interesse pela proposta surgiu em decorrência dos seguintes fatores: (a) estimular a criatividade e inovação dos alunos em relação aos conteúdos sobre empreendedorismo; (b) despertar a atitude empreendedora em todo e qualquer espaço organizacional; (c) estimular o uso das mídias sociais (em especial o TikTok) como uma maneira de aprendizado do conteúdo; (d) necessidade de considerar novas formas de ministrar aulas; (e) explorar os recursos e benefícios dessas mídias e (f) necessidade de explorar o aluno como sujeito ativo no processo de ensino-aprendizagem.

As seções dois e três apresentam discussões teóricas sobre empreendedorismo e educação empreendedora. A seção três apresenta a proposta metodológica e as considerações sobre a sua aplicação. As considerações finais são apresentadas na seção final.

2. Empreendedorismo

Os posicionamentos de economistas e comportamentalistas quanto ao conceito de empreendedor são distintos. A inovação é um quesito defendido pelo primeiro grupo e a criatividade e a intuição pelo segundo. O primeiro grupo defende o empreendedorismo como um desdobramento exclusivo das ciências econômicas e o segundo, das ciências comportamentais (FILION, 1999). Os anos 1980 representam uma expansão do empreendedorismo e o surgimento de novas dinâmicas organizacionais (ULRICH; COLE, 1987) e nos idos da década de 90 ganha mais notoriedade no Brasil (HENRIQUE; CUNHA, 2007).

O empreendedor em Filion (1999) é uma pessoa criativa que estabelece e atinge objetivos e detecta oportunidades onde os outros veem problemas, não está contente com o aprendizado adquirido e sempre está buscando novos conhecimentos, assume riscos em suas decisões, além de ser inovador e visionário em relação ao negócio. Ainda é entendido por Schumpeter (2002) como aquele sujeito criativo e inovador com potencial para provocar mudanças na economia, o que requer o uso dos recursos de modo criativo.

Nesse sentido, Audretsch (2012) reconhece a diversidade de abordagens, entendimentos e metodologias que constituem o empreendedorismo, e a importância para a construção de um campo emergente, entre elas, a vertente que considera a sua constituição em três aspectos, a saber, organizacional (definido com base em critérios como tamanho, idade, propriedade e constituição jurídica da empresa), critérios de desempenho (o alto desempenho organizacional é decisivo) e comportamento (concentra-se nas características dos indivíduos e organizações).

Baggio e Baggio (2015, p. 26) tem uma visão um pouco diferente, para eles “o bom empreendedor, ao agregar valor a produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia”. Em contraste, Dornelas (2001, p. 37) define o empreendedor como “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”, e aponta que não existe um único tipo/modelo de empreendedor, o que recai sobre a questão de que qualquer indivíduo pode ser empreendedor (DORNELAS, 2020).

Em sentido complementar, o autor apresenta os tipos de empreendedor conforme listado a seguir. Nato, são habilidosos com negociação e vendas e desenvolvem a habilidade empreendedora desde muito cedo. Inesperado, é aquele que aprende a ser empreendedor conforme a oportunidade bate à porta. Serial, criam novos negócios e são apaixonados por eles e pelos desafios de ser empreendedor (DORNELAS, 2020). Corporativo, são os gerentes executivos com capacidade de inovação e criatividade nas atividades de gestão (DORNELAS, 2007).

Continuando, acrescenta-se outros tipos: Social, se preocupa com a qualidade de vida das pessoas e se envolve em causas humanitárias. Por necessidade, aquele que está empreendendo devido a sua necessidade de sustento pessoal e familiar. Herdeiro, desde cedo possui como missão conduzir os negócios da família em algum momento futuro. Normal, tem o planejamento como uma das metas para o negócio (DORNELAS, 2020).

Ainda falando em empreendedorismo, Baggio e Baggio (2015) tem uma contribuição interessante, quando eles falam que o empreendedor destrói conceitos velhos, uma visão similar a de Schumpeter. Para eles, os novos olhares sobre os acontecimentos, os novos conceitos gerenciais, as atitudes e os propósitos corroboram para um ambiente empreendedor mais construtivo e renovado. Contudo, é preciso quebrar essa lógica de que o empreendedor está ligado apenas a um novo negócio, ou negócios estabelecidos.

Para finalizar, é importante destacar que o empreendedorismo não está restrito somente ao econômico, como apontado por Dornelas (2007) existem vários tipos de empreendedores e organizações, cada um deles com um foco diferente e com contribuições para a sociedade. Além disso, outros tipos como o sustentável (SCHALTEGGER; WAGNER, 2011), de tecnologia, de *start-up*, em universidades e em regiões (SCHEIDGEN, 2021) também têm sido alvo de pesquisas no campo como inovação nos negócios.

2.1. Educação empreendedora

Conforme visto na literatura, muito se discutiu sobre o empreendedor e suas características. Por muito tempo acreditou-se que o empreendedor era inato, ou seja, nascia com características empreendedoras, mas com o passar dos anos, a evolução da ciência (DORNELAS, 2001) e da educação empreendedora (KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019), percebeu-se que o empreendedorismo pode ser ensinado e entendido por outras pessoas (RATTEN; USMANIJ, 2021).

Usando vídeos curtos do TikTok como recurso nas aulas de empreendedorismo: Proposição de um instrumento metodológico

Assim, os cursos e disciplinas de empreendedorismo devem ter entre os seus objetivos, aspectos como habilidades do empreendedor (técnicas, gerenciais e humanas), inovação, processo empreendedor, desenvolvimento econômico, plano de negócios, financiamento, gestão e crescimento empresarial (DORNELAS, 2001). Além do apontado por Dornelas, Henrique e Cunha (2007) acrescentam outras, como comunicação, criatividade, criticidade, avaliação, liderança, negociação, resolução de problemas, rede de contatos, gestão do tempo e características empreendedoras.

Nesse contexto, a educação empreendedora é entendida como alternativa à formação de empreendedores, criação de empresas e geração de riqueza do país (SILVA; PENA, 2017). Para isso acontecer de modo efetivo, é preciso repensar os métodos e estratégias de ensino e aprendizagem (SILVA; WILL, 2018). No entanto, com estudos teóricos sem aplicações práticas, a educação empreendedora fica mais distante. Portanto, faz-se necessário o uso de metodologias interativas e o auxílio de tecnologias e metodologias em que o aluno é estimulado para a ação. Mesmo o professor tem que passar por uma reflexão crítica, a fim de empreender soluções mais inovadoras e criativas para as aulas.

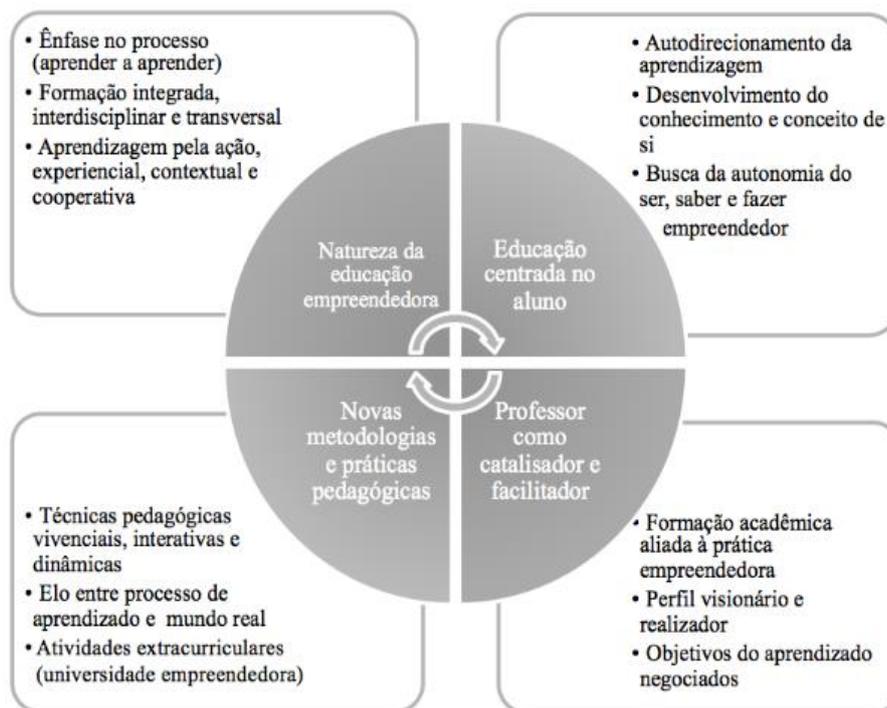
Adicionalmente, Schaefer e Minello (2016) entendem a educação empreendedora para além da transmissão de conhecimentos e consideram necessário novas formas de interação no processo de ensino-aprendizagem. Outros autores entendem o termo como estratégias e métodos de instrução e preparação de alunos para a condução de negócios novos (SILVA; PENA, 2017). A educação empreendedora vincula as práticas de negócios às teorias acadêmicas. As aulas de empreendedorismo com esse viés têm um enfoque para o aprendizado baseado em experiências (RATTEN; USMANIJ, 2021; GUIMARÃES; SANTOS; 2020).

O professor é visto nessa dinâmica como facilitador e o aluno como sujeito ativo (ULRICH; COLE, 1987). O professor não é mais aquele sujeito passivo e que apenas transmite o conhecimento (GUIMARÃES; SANTOS, 2020). Os tempos são outros e os públicos também (SIMANJORANG; NAWAWI, 2022). As metodologias inovadoras e o desenvolvimento do pensamento crítico são importantes (RATTEN; USMANIJ, 2021). O aluno tem um papel de protagonista e deve ser explorado pelo professor (SILVA; WILL, 2018) e, este último, também assume o protagonismo (GUIMARÃES; SANTOS, 2020).

Embora nítida a importância da aprendizagem ativa (KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019; SCHAEFER; MINELLO, 2016), Silva e Pena (2017) descobriram que as práticas passivas ainda são realidades nos cursos de formação de empreendedores. Como métodos ativos, tem-se visitas técnicas, plano de negócios, incubadora de empresas, jogos empresariais e simulações, empresa júnior e projetos de pesquisa e extensão. Como passivos, aulas expositivas, estudos de caso, seminários a fim de proporcionar o aprendizado. Como sugestão os autores apontam não a extinção dos métodos passivos, mas a interação entre eles.

Sobre metodologias empreendedoras, outros autores também contribuíram (SCHAEFER; MINELLO, 2016; ULRICH; COLE, 1987). Sendo assim, Schaefer e Minello (2016, p. 77) corroboram apresentando características e elementos desse tipo de educação, divididos em quatro quadrantes, conforme figura 1.

Figura 1. Características e elementos envolvidos na educação empreendedora



Fonte: Schaefer e Minello (2016, p. 77)

Nessa mesma linha, Henrique e Cunha (2007) com base em Ulrich e Cole (1987) apresentam estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas focadas em empreendedorismo. Para tanto, também definiu quatro quadrantes, a saber, observação reflexiva (I e II) e experimentação ativa (III e IV), conforme quadro 1, e consideram os dois últimos como mais

Usando vídeos curtos do TikTok como recurso nas aulas de empreendedorismo: Proposição de um instrumento metodológico

propensos a desenvolver habilidades empreendedoras, mas os outros dois também podem contribuir.

Quadro 1. Estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas

III – Ativo-aplicado Mudanças em habilidades e atitudes	II – Reflexivo-Aplicado Mudança na avaliação
Jogos em papéis (ou de negócios); Simulações de gerenciamento; Exercícios estruturados; Processos de discussões; Grupo T; Diários; Projetos de campo (plano de negócios).	Filmes; Palestras e aulas expositivas; Diálogos; Discussões limitadas; Estudo de caso; Avaliação de problemas; Instruções programadas.
IV – Ativo-teórico Mudanças na compreensão e entendimento	I – Reflexivo-teórico Mudança no conhecimento
Focado em trabalhos de grupo; Discussões argumentadas; Experimentos/pesquisa; Sugestões de leitura; Análise de artigos.	Aulas e palestras teóricas; Leituras requeridas; Anotações do professor; Instrução programada (conceitos); Artigos teóricos; Avaliação de conteúdos.

Fonte: Henrique e Cunha (2007, p. 129) adaptado de Ulrich e Cole (1987)

Assim, considerando as contribuições de Dornelas (2007; 2020), Henrique e Cunha (2007), Khlaif e Salha (2021), SCHAEFER; MINELLO (2016) e Ulrich e Cole (1987), pretende-se propor uma metodologia para as aulas de empreendedorismo, considerando a realização de um concurso de criação de vídeos curtos e divulgados no TikTok.

3. Usando o TikTok como um recurso metodológico para as aulas de empreendedorismo

Os vídeos curtos produzidos pelo TikTok não são restritos a professores de níveis mais básicos como o ensino fundamental e médio. Os níveis superiores também têm explorado esses tipos de vídeos para ensinar tópicos mais complexos e outros menos complexos (KHLAIF; SALHA, 2021). O potencial do aplicativo para ensinar tópicos mais específicos e compartilhar valores, princípios e habilidades tem sido explorado por estudos mais recentes (KHLAIF; SALHA, 2021; SIMANJORANG; NAWAWI, 2022; GAO et al., 2023). O marketing e a educação estão entre os exemplos de áreas que têm explorado os vídeos curtos em suas atividades (KHLAIF; SALHA, 2021).

Os professores que utilizam de novos meios de ensino e aprendizagem por meio das redes sociais (por exemplo, TikTok) são denominados por Monteiro (2020) de

empreendedores educacionais. A ideia do autor é de que o professor esteja empreendendo quando do uso dessas novas ferramentas em sala de aula. O que caracteriza este cenário é o estímulo às habilidades e atitudes do empreendedor nos alunos como criatividade, pensamento crítico e inovação.

Nesse sentido, Khlaif e Salha (2021) relatam que os métodos de e-learning e as mídias sociais, e mais recentemente, o TikTok, têm viabilizado novas formas de ensino e aprendizado, denominadas pelos autores de nanoaprendizagem e microaprendizagem. Os métodos em questão têm tomado conta das realidades de ensino e aprendizagem e merecem destaque no cenário educacional em que as tecnologias e sistemas de informação estão cada vez mais presentes.

A nanoaprendizagem é a condensação do conteúdo em pequenas unidades que são controladas e entregues para atingir um único tema ou objetivo de aprendizagem (KHLAIF; SALHA, 2021). Já a “microaprendizagem é aprender em pequenos pedaços e curtos períodos de tempo” em que os alunos decidem quando e o que aprender (JOMAH et al., 2016, p. 103). A nanoaprendizagem é uma ponte para o crescimento da microaprendizagem. Jomah et al. (2016) entendem a microaprendizagem como uma maneira mais interessante e atrativa para ensinar e aprender. O que considera possível a exposição do conteúdo em partes pequenas e específicas.

A literatura sinaliza que a ferramenta estimula e contribui com o desenvolvimento da capacidade dos alunos de criar e produzir os conteúdos sobre disciplinas e que concebe uma relação lúdica entre o conhecimento teórico e prático (ALVES; SODRÉ; MONTEIRO, 2023). Sobre isso, Gao et al. (2023) evidenciaram que alunos com experiências no TikTok tiveram significativamente mais motivação para a aprendizagem do que outros que tiveram acesso ao método tradicional de ensino.

Para o desenvolvimento da proposta, utilizou-se como base teórica os trabalhos de alguns autores (DORNELAS, 2007; 2020; HENRIQUE; CUNHA, 2007; ULRICH; COLE, 1987; SCHAEFER; MINELLO, 2016; KHLAIF; SALHA, 2021). A partir das contribuições desses autores, foi possível estruturar e aplicar a proposta. Cabe destacar que essa proposta teve como objetivo a construção de conceitos sobre os tipos de empreendedorismo (nato, inesperado, serial, corporativo, social, por necessidade, herdeiro e normal) no TikTok, com foco na criação e divulgação de vídeos curtos, associando teoria e prática.

Usando vídeos curtos do TikTok como recurso nas aulas de empreendedorismo: Proposição de um instrumento metodológico

Para tanto, adotou-se Dornelas (2007; 2020) como referência para definir os tipos de empreendedorismo. Assim, a proposta foi aplicada por meio de atividades em classe e extraclasse com duas turmas de empreendedorismo do ensino médio. As turmas eram do 3º ano do curso de informática integrado ao médio e pertenciam ao quadro de alunos de um dos campi do Instituto Federal do Piauí. Feito isso, procedeu-se com a estruturação da proposta e posterior aplicação com as respectivas turmas. O desenvolvimento da proposta ocorreu no segundo semestre de 2022 e em um período superior a um mês, porém futuras adaptações podem considerar um período maior para realização da proposta.

A proposta teve como objetivo apresentar uma estratégia metodológica para as aulas de empreendedorismo (e que pode ser adaptada para outras disciplinas), envolvendo a criação e a divulgação de vídeos curtos sobre os tipos de empreendedorismo e a realização de um concurso para definir a proposta que mais teve engajamento, considerando curtidas, visualizações e comentários, com o intuito de despertar atitudes empreendedoras nos alunos. O quadro a seguir apresenta a proposta em mais detalhes.

Quadro 2. Proposta metodológica

Etapas	Método	Período	Data	Descrição
Aspectos gerais do projeto	Explicação em sala de aula	1 aula	02/09	Nessa etapa ocorreu a apresentação do projeto para as turmas de empreendedorismo, em que foi possível explicar sobre objetivo do concurso, os tipos de empreendedorismo, datas, requisitos para participação, etapas, métodos, premiação, divisão dos grupos e definição dos temas e posterior divulgação em redes sociais.
Criação de canais de comunicação via WhatsApp	Redes sociais	1 semana	02/09 a 09/09	Nesse ponto ocorreu a criação de um canal de comunicação no WhatsApp pelo professor para tratar dos assuntos referentes ao projeto.
Inscrição dos participantes/equipes	Google Forms	1 dia	02/09	Nessa etapa os alunos foram mobilizados para a realização da inscrição dos participantes/equipes conforme as normas estabelecidas em formulário específico disponibilizado via link.
Criação do símbolo do projeto	Software/aplicativo	1 semana	02/09 a 09/09	Nessa parte um dos alunos da turma apresentou uma identidade simbólica do projeto construída

				através do Illustrator. Em seguida, procedeu-se com a votação em formulário específico disponibilizado via link.
Escolha do nome do perfil no TikTok	TikTok e Google Forms	1 semana	02/09 a 09/09	Nesse momento os alunos apresentaram as sugestões de nomes e depois realizou-se uma votação para escolher o nome da página.
Criação da conta no TikTok	TikTok	1 semana	02/09 a 09/09	Nessa fase ocorreu a criação de uma conta no TikTok para a postagem dos vídeos.
Divulgação do perfil no TikTok	TikTok	1 semana	02/09 a 09/09	Nesse momento os alunos foram mobilizados a divulgar o perfil do projeto em suas redes sociais.
Disponibilização de material sobre os tipos de empreendedorismo	Redes sociais, leitura, atividade orientada, exercício aplicado, pesquisa, discussão, vídeos e simulação em campo	1 semana	02/09 a 09/09	Nessa parte os textos referentes aos tipos de empreendedorismo foram disponibilizados pelo professor aos alunos. O intuito foi apresentar material científico aos alunos para a discussão das estratégias de montagem dos vídeos entre os componentes das equipes e o professor.
Desenvolvimento da ideia do vídeo	TikTok e recursos de edição de vídeo	15 dias	02/09 a 24/09	No período em questão, os alunos realizaram reuniões e discussões em grupo referentes às estratégias e às situações específicas a serem consideradas no desenvolvimento do vídeo.
Postagem dos vídeos no TikTok	TikTok	1 dia	26/09	Nesse momento ocorreu o envio dos vídeos ao professor e posterior postagem na rede social TikTok.
Período de engajamento dos vídeos	Redes sociais	5 dias	26/09 a 30/09	Os vídeos foram postados e iniciado o período de engajamento (curtidas, comentários e visualizações) dos vídeos pela comunidade interna e externa à escola.
Divulgação do período de engajamento	Redes sociais	5 dias	26/09 a 30/09	Nesse momento os alunos se mobilizaram para a divulgação do perfil, dos vídeos e do período de engajamento em suas redes sociais.
Apuração do resultado	Análise de dados em redes sociais	3 dias	03/10 a 05/10	O período de engajamento dos vídeos foi encerrado e em seguida procedeu-se com a análise dos resultados pelo professor. Os critérios de elegibilidade foram o maior número de curtidas, comentários e visualizações.
Resultado	Exposição em aula	1 dia	07/10	A atividade encerrou com a apresentação e a premiação da equipe vencedora.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Usando vídeos curtos do TikTok como recurso nas aulas de empreendedorismo: Proposição de um instrumento metodológico

Por meio dessa atividade, foi possível estabelecer uma interação entre os saberes dos alunos decorrentes das suas experiências e interações com aspectos da sua realidade cotidiana, a produção de ideias baseadas em informações e experiências práticas e teóricas vivenciadas em sala de aula e fora do contexto escolar e também uma experiência baseada em conhecimento científico sobre os tipos de empreendedorismo.

Essa aproximação entre os saberes e também com a associação de conteúdos vistos anteriormente, contribuiu de alguma forma com o aprendizado dos alunos, com a inovação e a criatividade, uma vez que utilizou de uma abordagem atrativa do conteúdo, colocou o aluno como protagonista do aprendizado e possibilitou a construção do conhecimento por meio dessas relações que envolvem teoria, prática e cotidiano.

Além disso, estimulou uma postura crítica, reflexiva e participativa não somente em relação aos tipos de empreendedorismo e as suas particularidades, mas também a construção de conhecimento em grupo, em que cada participante apresentou ideias, sistematizando informações e conhecimentos para a organização e gravação do vídeo.

Colocando em comparação com as formas tradicionais de ensinar e aprender, os vídeos curtos do TikTok sobre os tipos de empreendedorismo se mostraram uma forma atraente de aprendizado para os alunos, com ênfase em compreender o conteúdo baseando-se em situações que acontecem no dia a dia e na aplicação desse conteúdo em situações distintas e específicas.

Indo um pouco além, com o envolvimento dos alunos com a proposta, percebeu-se o desenvolvimento de características empreendedoras, sendo elas: liderança, trabalho em equipe, planejamento, iniciativa, otimismo, busca de informações, comunicação, capacidade de síntese, inovação e criatividade. Assim, a educação empreendedora mostra que o empreendedorismo pode ser aplicado tanto na criação de novos negócios como no aprendizado de habilidades e atitudes empreendedoras que podem ser úteis à formação do indivíduo.

Ademais, dada a importância do ensino de habilidades empreendedoras para a criação de novos empreendimentos (ULRICH; COLE, 1987), e para além disso, a formação de habilidades empreendedoras para aplicação em espaços organizacionais e situações distintas (GUIMARÃES; SANTOS, 2020; KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019; RATTEN; USMANIJ, 2021), os vídeos do TikTok são vistos como uma possibilidade de estimular o desenvolvimento

dessas habilidades e de aprendizado sobre os conteúdos da disciplina de empreendedorismo (SIMANJORANG, R.; NAWAWI, 2022). A isso, Monteiro (2020) acrescenta a necessidade de superar as resistências em relação a esses métodos e ao uso das tecnologias digitais por alguns professores.

4. Considerações finais

Pretendeu-se, com este trabalho, apresentar uma proposta metodológica para auxiliar o ensino e aprendizagem em empreendedorismo por meio do TikTok. A referida proposta teve como foco a criação de vídeos curtos sobre os tipos de empreendedorismo nessa ferramenta e a realização de um concurso para eleger a melhor proposta. Essa ferramenta se mostrou um instrumento importante no ensino de professores e aprendizagem de alunos.

Com o fim da atividade, percebe-se que foi possível integrar as vivências teóricas com as práticas, algo que foge das aulas teóricas e conteudistas, e que possibilita aos alunos utilizarem da criatividade e inovação para criar vídeos curtos no TikTok tendo por base a sua realidade cotidiana.

Isso permitiu o desenvolvimento de atitudes empreendedoras como inovação, criatividade, planejamento, comunicação, trabalho em equipe, entre outras. Além do mais, nota-se importante potencial de contribuição para a formação do aluno que pode adotar uma postura empreendedora em todo e qualquer espaço de trabalho.

A criação de vídeos e engajamento por meio de curtidas, visualizações e comentários no TikTok expõem os alunos a situações competitivas, que fomenta os perfis empreendedores criativos e inovadores. Além de que, a ferramenta se mostrou um importante aliado no ensino e aprendizagem.

No tocante às limitações e sugestões para pesquisas futuras, acredita-se que a metodologia apresentada representa uma tentativa inicial para delinear estratégias de ensino e aprendizagem. Outros trabalhos podem ser delineados a partir deste e empreender adaptações e novas sugestões. Sugere-se a sua aplicação não apenas no ensino médio, mas em outros níveis também como graduação e pós-graduação.

Ademais, mesmo que a proposta tenha partido da disciplina de empreendedorismo, ela pode ser estendida e adaptadas a outras como marketing, comunicação empresarial, gestão de pessoas, logística, vendas, entre outras. Como sugestão adicional, também podem ser exploradas metodologias mais recentes como *storytelling* e história oral, bem como novos tipos de empreendedorismo mapeados a partir de revisão de literatura.

Referências

- ALVES, S. H.; SODRÉ, S. S.; MONTEIRO, J. Tiktok e a nova era da aprendizagem criativa. **Revista Educação, Humanidades e Ciências Sociais**, v. 7, n. 13, 2023.
- ANDERSON, K.E. "Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok". **Library Hi Tech News**, v. 37, n. 4, p. 7-12, 2020.
- AUDRETSCH, D. Entrepreneurship research. **Management decision**, v. 50, n. 5, p. 755-764, 2012.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 4 ed. São Paulo: Empreende, 2020.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo Corporativo: Conceitos e Aplicações. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, jun. 2007.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- GAO, S. Y.; TSAI, Y. Y.; HUANG, J. H.; MA, Y. X.; WU, T. L. TikTok for developing learning motivation and oral proficiency in MICE learners. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 32, p. 1-10, 2023.
- GUIMARÃES, J. de C.; SANTOS, I. F. dos. Educação empreendedora: a prática docente estimulando a mente do estudante. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 2, p. 130-151, 2020.
- JOMAH, O.; MASOUD, A. K.; KISHORE, X. P.; AURELIA, S. Micro learning: A modernized education system. **BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience**, v. 7, n. 1, p. 103-110, 2016.
- KHLAIF, Z. N.; SALHA, S. Using TikTok in Education: A Form of Micro-learning or Nano-learning?. **Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences**, v. 12, n. 3, p. 213-218, 2021.
- KRÜGER, C.; BÜRGER, R. E.; MINELLO, I. F. O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.
- MONTEIRO, J. C. da S. Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, v. 1, n. 2. p. 5-20, 2020.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SCHALTEGGER, S.; WAGNER, M. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. **Business strategy and the environment**, v. 20, n. 4, p. 222-237, 2011.

SCHEIDGEN, K. Degrees of integration: how a fragmented entrepreneurial ecosystem promotes different types of entrepreneurs. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 33, n. 1-2, p. 54-79, 2021.

SCHUMPETER, J. A. The economy as a whole: Seventh chapter of The Theory of Economic Development. **Industry and Innovation**, v. 9, n. 1/2, p. 93, 2002.

SILVA, J. F. da.; PENA, R. P. M. 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.

SILVA, L. B. da.; WILL, J. M. de S. Graduação em administração: do ensino-aprendizagem aos processos de ensinagem. **Humanidades & Inovação**, v. 5, n. 9, p. 56-71, 2018.

SILVA, L. B. da.; MELO, C. S. de.; BRITO, I. de S.; CARVALHO, D. C. de.; REGO, D. dos S. Administração em Foco: Entre Relatos e Experiências em Tempos de Pandemia. **Humanidades & Inovação**, v. 9, n. 27, p. 312-320, 2022.

SIMANJORANG, R.; NAWAWI, Z. M. The Role Of Social Media Tiktok In Increasing The Interest In Entrepreneurship In The Millennial Generation. **Journal Of Business, Social And Technologi**, v. 3, n. 1, p. 10-13, 2022.

RATTEN, V.; USMANIJ, P. Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. **The International Journal of Management Education**, v. 19, n. 1, p. 100367, 2021.

ULRICH, T. A.; COLE, G. S. Toward more effective training of future entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, v. 25, n. 4, p. 32-39, 1987.

Sobre os autores

Lucas Braga da Silva

Doutorando em Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal do Tocantins. ORCID: 0000-0001-6034-4057. E-mail: lucasilva119@mail.uft.edu.br

Recebido em: 23/04/2023

Aceito para publicação em: 17/07/2023