



FORMAÇÃO EMPREENDEDORA COMO DEMANDA DA SOCIEDADE DO DIGITAL: possibilidades a partir do metaverso educacional

Veríssimo Barros dos Santos Junior¹

Alberto Joaquim Goveia Diniz Neto²

Bruno de Oliveira Aquino³

João Batista Bottentuit Junior⁴

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo trazer questões sobre a formação empreendedora, sendo mediada no contexto da sociedade do digital. Além disso, são apresentados os desafios e propostas alternativas para que essa mediação seja condizente e significativa para o aluno, em uma visão da Educação a partir dos conceitos do metaverso. Para tanto, partiu-se de uma contextualização sobre o conceito de empreendedorismo e sua importância social e econômica. Verificou-se ainda que, apesar do empreendedorismo ser amplamente discutido, percebe-se que há em alguns casos desentendimento sobre a amplitude do termo. Em seguida, é discutida a sociedade do digital e os desafios dos empreendedores inseridos nesse contexto, onde o “novo” é atualizado a cada segundo. A partir da análise, conclui-se que é fundamental inserir ao longo da formação empreendedora as TIC que permitem simular as atividades e situações-problemas encontradas no mercado atual.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Sociedade do digital; Formação empreendedora; Metaverso.

¹ Mestrando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão. E-mail: verissimo.junior@discente.ufma.br

² Mestrando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão. E-mail: alberto.diniz@discente.ufma.br

³ Mestrando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão. E-mail: aquino.bruno@discente.ufma.br

⁴ Doutor em Ciências da Educação. E-mail: joao.batista@ufma.br



ENTREPRENEURIAL TRAINING AS A DEMAND OF THE DIGITAL SOCIETY: possibilities from the educational metaverse

ABSTRACT

This article aims to raise questions about entrepreneurial training, being mediated in the context of the digital society. In addition, challenges are presented and alternatives are proposed so that this mediation is consistent and meaningful for the student, from a vision of Education based on the concepts of the Metaverse. To do so, we started with a contextualization of the concept of entrepreneurship and its social and economic importance. It was found that, despite entrepreneurship being widely discussed, it is clear that in some cases there is disagreement about the scope of the term. Then, the digital society and the challenges of entrepreneurs inserted in this context are discussed, where the “new” is updated every second. From the analysis, it is concluded that it is essential to insert, throughout the entrepreneurial training, ICT that allow simulating the activities and problem-solving scenarios found in today’s market.

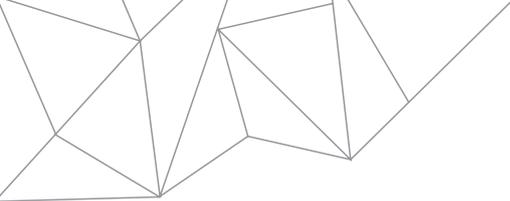
Keywords: Entrepreneurship; Digital society; Entrepreneurial training; Metaverse.

FORMACIÓN EMPRESARIAL COMO DEMANDA DE LA SOCIEDAD DIGITAL: posibilidades a partir del metaverso educacional

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo plantear cuestiones sobre la educación emprendedora, mediada en el contexto de la sociedad digital. Además, se presentan los retos y propuestas alternativas para que esta mediación sea consistente y significativa para el alumno, en una visión de la Educación desde los conceptos del metaverso. Para esto, se realizó una contextualización del concepto de emprendimiento y su importancia social y económica. También se verificó que, a pesar de que el emprendimiento sea ampliamente discutido, se percibe que existe, en algunos casos, un desentendimiento sobre el alcance del concepto. Posteriormente, se aborda la sociedad digital y los retos a los que se enfrentan los emprendedores en este contexto, donde lo “nuevo” se actualiza cada segundo. A partir de este análisis, se concluye que es imprescindible insertar en toda la educación emprendedora las TIC que permiten simular actividades y situaciones-problemas que se encuentran en el mercado actual.

Palabras clave: Emprendimiento; Sociedad digital; Formación empresarial; Metaverso.



1 INTRODUÇÃO

Empreender é fazer algo novo, adaptar, re(criar), pensando de forma criativa. Além disso, o empreendedorismo produz uma entrega, seja um produto (algo físico e tangível, como uma cadeira, por exemplo), ou ainda, um serviço (como uma consultoria acadêmica, algo intangível). Porém, empreender vai além da criação de novos negócios (DORNELAS, 2012).

Alencar e Moura (2016), em seus estudos, apontam uma classificação do empreendedorismo. São as seguintes: empreendedorismo social: trata-se de iniciativas voltadas para o desenvolvimento e bem estar social. Essas iniciativas não obtêm acúmulo de lucro para os empreendedores; os intraempreendedores, são profissionais que atuam em uma empresa (como colaboradores) e possuem comportamento empreendedor, é possível identificar habilidades e competências como a resolução de conflitos, pensamento a longo prazo, e visão estratégica; e, por fim, destaca-se o empreendedor “tradicional” cuja característica é a abertura de uma empresa com a busca de lucro para si (DORNELAS, 2012).

Nesse contexto social, onde a tecnologia ganha cada vez mais avanço e aceitação, surgem alguns desafios para os empreendedores. Pois, temos cada vez um aumento na concorrência. Esse fator faz com que os empreendedores ocupem um local de destaque para poderem atrair a preferência do consumidor, que é passageira, diante de tantas opções que a sociedade tem à sua frente.

Portanto, torna-se indispensável repensar a formação empreendedora, para os alunos serem inseridos em situações-problemas encontradas no mercado atual. Dessa forma, encontra-se como alternativa, a aplicação de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), para possibilitar uma mediação assertiva e próxima do nosso contexto social.

Entende-se as TICs como um conjunto de tecnologias que podem ser aplicadas em diferentes contextos, além de auxiliarem na produção e disseminação de informações. A informação, como a unidade básica de um processo de comunicação, orienta as relações entre pessoas, ou seja, o acesso tecnológico como possibilidade de mediação.

Considera-se que uma revolução tecnológica educacional ocorreu a partir do ano de 2020, quando o mundo enfrentou a pandemia da Covid-19, que exerceu influências no modo de vida, principalmente nos aspectos de saúde, educação e bem-estar. Com ênfase para a Educação, avalia-se que existe um modelo educacional pré e pós-pandemia, incluindo as noções de metaverso.



O metaverso se apresenta como uma alternativa tecnológica para compreender um mundo virtual, que se orienta para replicar, simular ou criar uma realidade paralela em um ambiente controlado e virtualizado. Estudos apontam que essa tecnologia pode impactar os espaços educacionais, principalmente na forma de construir aprendizagens.

Por meio de um estudo bibliográfico, inicialmente, apontam-se os conceitos acerca do empreendedorismo e seu impacto econômico e social. Além disso, apresentam-se as potencialidades de uma formação condizente com a sociedade do digital, buscando consolidar a formação empreendedora em um processo formativo que requer o uso de TICs para estimular a capacidade dos alunos de pensar, analisar cenários e prospectar tendências antes de tomar qualquer decisão na criação de novos modelos de negócios.

2 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo é amplamente discutido na sociedade, seja em conversas informais ou, ainda, amplamente difundido pelos meios de comunicação, que se intensificou ainda mais no final da década de 1990 (DORNELAS, 2012). Apesar da grande discussão e circulação do tema, é importante revisitar o significado dessa palavra, pois diversos autores apresentam definições diferentes para apresentar o conceito de empreendedorismo.

O empreendedorismo costuma ser relacionado com a abertura e criação de novas empresas (ALENCAR; MOURA, 2016), porém, apresenta-se um mundo mais amplo, que vai além da abertura de micro e pequenos negócios. Portanto, o empreendedorismo pode ser entendido também, como fazer algo novo e/ou diferente.

Segundo Dornelas (2012), as diferentes definições de empreendedorismo têm em comum os seguintes aspectos referentes ao perfil do empreendedor: ter iniciativa para criar; utilizar os recursos de forma criativa; assumir os riscos calculados; e a probabilidade de fracassar. O perfil empreendedor se apresenta como meio de aquisição de habilidades pessoais para desprender funções empreendedoras, desde o pensamento antecipatório até a análise de riscos e autoavaliação de funcionamento.

No mundo dos negócios, o termo se refere à busca por novas oportunidades por meio da criatividade e da inovação. Já para Valenciano-Sentani e Barbosa (2005), o termo empreendedorismo refere-se às relações de pessoas que, em conjunto, buscam atingimento de um objetivo em comum. Dessa forma, é possível desenvolver projetos que transformam ideias em propostas de negócios a serem aplicados de forma prática no mercado.



De acordo com Malheiros, Cunha e Ferla (2005), o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país. Corroborando com essa afirmação, o mais recente relatório do *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2017) aponta que, nos países onde a cultura empreendedora é amplamente associada às perspectivas de crescimento, sobretudo, econômico, são muito maiores. Dessa forma, é possível compreender a sua importância para o desenvolvimento social de um país.

Ainda conforme a pesquisa do GEM (2017), nos Estados Unidos, localidade onde podemos perceber a potência econômica devido ao capitalismo ter uma forte predominância, é possível encontrar números elevados de ideias de negócios sendo colocadas em prática. Em 2001, havia a relação de 01 empresa para cada 12 pessoas; na Finlândia, a relação era de 67 pessoas para cada empresa (GEM, 2017).

No Brasil, o empreendedorismo apresenta maior motivação na necessidade dos empreendedores, e não por meio da oportunidade (MALHEIROS; CUNHA; FERLA 2005). Isso implica no funcionamento cultural de nossa sociedade, principalmente na construção do mercado de trabalho e nas diferentes alternativas trabalhistas.

Percebe-se, portanto, que os baixos salários e as taxas de desemprego estimulam a busca por uma renda paralela, em algumas vezes, torna-se a principal dos empreendedores, pelo fato do Estado não ser mais um grande empregador. Com esse tipo de motivação, a construção do conhecimento acerca da temática é seccionada pelo fazer, não necessariamente pela preparação e estudos dos empreendedores (DORNELAS, 2012).

Ao criar uma régua de comparação do Brasil em relação a outros países, a pesquisa do GEM (2017) aponta que nosso país ocupa o 4º lugar no *ranking* de atividade empreendedora por necessidade. Diante disso, torna-se indispensável, pensar em alternativas para desenvolver a cultura empreendedora em nosso país. De acordo com Alencar e Moura (2016), o empreendedorismo gera avanço econômico, por proporcionar um crescimento na abertura de novas empresas.

Para Malheiros, Cunha e Ferla (2005), o empreendedorismo também é uma questão social e, por isso, existem regiões mais empreendedoras que outras. Nessa perspectiva, é avaliado como a interferência cultural e as construções de mercado de trabalho estão diretamente ligadas ao funcionamento do empreendedorismo nas diversas regiões do país.

Dessa forma, é necessário repensar alguns valores, como a valorização do emprego, a estabilidade financeira e a formação universitária, que, no Brasil, são instrumentos fundamentais de realização pessoal e desenvolvimento sociocultural. Na perspectiva da



formação, considera-se o desenvolvimento técnico-científico da temática, possibilitando os avanços na discussão acerca do empreendedor (ALENCAR; MOURA, 2016).

Percebe, portanto, que o estímulo à prática empreendedora surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo (VALENCIANO; BARBOZA, 2005). Como as empresas estão surgindo cada vez mais, o mercado torna-se cada vez mais competitivo, principalmente pelo avanço tecnológico, que faz diversas modificações na sociedade.

Discute-se, diante disso, o que é inovação? Em uma sociedade onde o conceito de “novo” é refeito constantemente, esse fator desperta o empreendedor para repensar e criar novos produtos e serviços para atender os consumidores nessa grande competição, a fim de satisfazer suas necessidades que não são tão duráveis, já que suas preferências são modificadas rapidamente.

Diante desses desafios, é muito importante incentivar uma educação empreendedora, por meio de uma cultura que apresente valores, como autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e de crescer em ambientes instáveis, porque esses representam os valores sociais que conduzem um país ao desenvolvimento (MALHEIROS; CUNHA; FERLA, 2005).

3 ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

Avalia-se como o empreendedorismo se faz importante para uma sociedade e para o seu desenvolvimento integral. Para impulsionar o desenvolvimento social, é importante a propagação de uma cultura empreendedora, seja dentro ou fora da sala de aula. Essa formação/mediação também é conhecida como pedagogia empreendedora.

O que inicialmente parece ser de fácil aplicação, traz alguns questionamentos: é possível transmitir conhecimento sobre empreendedorismo? As habilidades empreendedoras são inatas? Quais as características do empreendedor na sociedade do digital?

Diversos são os questionamentos sobre o ensino de empreendedorismo, o que Saraiva (2015) afirma ainda que, a maioria dos alunos não tem contato com esse assunto no ambiente acadêmico, incluindo habilidades de negócio e as oportunidades profissionais que ele pode trazer. Essa fragilidade na educação impacta diretamente no fazer, quando esses acadêmicos se tornam trabalhadores e necessitam dessas habilidades para gerenciar o empreendimento.

Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas — SEBRAE (2013), é possível adquirir habilidades e competências empreendedoras, por meio de



processos formativos. Cerca de 66% dos empreendedores relatam que adquiriram o comportamento empreendedor por meio do ensino e aprendizagem, sendo essa mediação em diversos ambientes, formais ou informais (SEBRAE, 2012).

Para que o ensino de empreendedorismo seja de fato eficaz, é indispensável que ele seja simulado em ambientes que representam o máximo de características do mercado competitivo que estamos inseridos. De acordo com Vieira *et al.* (2013), o ensino do empreendedorismo tem recebido crescente atenção no meio acadêmico, ou seja, busca-se cada vez mais adquirir as características empreendedoras, mesmo que em velocidade ainda desacelerada.

Colaborando com essa afirmação, Dornelas (2012) destaca que a pedagogia empreendedora existe para propagar o empreendedorismo na sociedade, utilizando técnicas que articulam o conhecimento teórico com o “fazer na prática”. Nessa perspectiva, a educação empreendedora atua em duas principais frentes: o desenvolvimento de competências e a inserção no mundo do trabalho.

Segundo os estudos de Greatti *et al.* (2017), a formação empreendedora deve oportunizar uma formação condizente com a sociedade do digital, onde as mudanças são inevitáveis e, por isso, o profissional tem que estar preparado para assumir os desafios nesse contexto incerto. A preparação se configura como um momento de formação e aprimoramento dos conceitos empreendedores, o mercado de trabalho e as inovações tecnológicas.

Dornelas (2012) sugere que a formação empreendedora tenha como objetivo proporcionar aos alunos uma formação adequada para todos os aspectos relacionados ao campo da gestão, criação de empresas, inovação e liderança. Pensando nisso, o Sebrae (2020) aponta competências que são alvos do ensino de empreendedorismo:

Quadro 1 - Competências da formação empreendedora

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Desenvolver, junto aos estudantes, formas de estabelecer relações e possibilidades entre sonho, desejo e sucesso, reconhecendo-se como um cidadão de direitos. |
| Identificar oportunidades no seu cotidiano, relacionando-as ao seu plano de vida e carreira e ao seu plano de negócio. |
| Refletir sobre o seu potencial empreendedor para o aproveitamento de oportunidades de vida, carreira e negócio. |
| Desenvolver um plano de vida, carreira e negócio. |

Fonte: Adaptado de Sebrae (2020)

Para Vieira *et al.* (2013), as competências acima são estratégias para formar potenciais empreendedores, com alternativas concretas de aplicabilidade dos conteúdos



aprendidos ao longo da formação em sua vida profissional, tanto em um novo negócio quanto em um negócio já existente. As aulas de empreendedorismo precisam estimular a percepção dos alunos sobre o mundo dos negócios, seus desafios e incertezas.

Os alunos precisam entender os conceitos e simular a aplicação na prática com a utilização de jogos, estudos de casos e seminários. Nessa concepção, as tecnologias digitais auxiliam no aperfeiçoamento do ensino do empreendedorismo, oportunizando maiores chances de sucesso e viabilidade tanto para uma carreira quanto para negócios (LUDTKE, A.; LUDTKE, M., 2017).

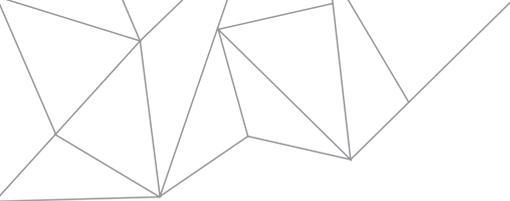
4 METAVERSO NA EDUCAÇÃO

Com o avanço da informatização dos ambientes de lazer, trabalho, educação e comércio, o mundo digital e a sociedade integraram-se em um nível cada vez mais simbiótico, com aspectos da vida cotidiana. Ligando, irrevogavelmente, a vida social aos meios digitais de comunicação, é possível encontrar nas mídias digitais e redes sociais uma nova forma de construir não só publicidade, mas um compilado de informações descritas em rotinas de vida de pessoas que utilizam os serviços de educação, possibilitando a facilitação de acesso a essas universidades.

O metaverso se apresenta como uma alternativa originada nos jogos eletrônicos e virtuais, mas que, com o desenvolvimento tecnológico e também com as práticas modernas de tecnologia na educação, se mostra compatível com o ensino. Ainda assim, faz-se necessário apresentar algumas características essenciais para o seu desenvolvimento, como uma forma funcional para aplicação dessa tecnologia (PEREIRA, 2022).

Em caráter de exigência, o metaverso necessita possibilitar a interatividade, a incorporeidade e a persistência como quesitos de funcionamento. A interatividade se apresenta como uma habilidade comunicacional entre os participantes e desses com o metaverso, ao passo que a incorporeidade se refere à eliminação de barreiras que seriam impostas em um aspecto da realidade, já a persistência aparece como uma habilidade de desenvolvimento constante entre as tecnologias e as possibilidades nesse mundo virtual (PEREIRA, 2022).

O metaverso foi construído para potencializar as experiências dos consumidores das interfaces cada vez mais integradas aos sentidos humanos, como a visão e o tato, conseguindo incorporar o usuário a um mundo digital que mantém as características do mundo físico, mas permeado por uma nova gama de possibilidades dentro desse mundo, assim, o serviço do metaverso integra-se à realidade de milhares de pessoas e em diversos aspectos da vida social, prendendo a atenção de quem se integra a essa ferramenta digital.



De acordo com Silva e Fernandes (2021, p. 12),

[...] o metaverso seria composto por várias plataformas entrelaçadas entre si e estas, por sua vez, ligadas ao respectivo hardware para tornar a experiência mais real. Dessa forma, é possível ter um lugar que se tenha a função de casa, onde se descansa, se estuda, se trabalha, se exercita, ou faz qualquer outra atividade que possa ser feita em uma casa real.

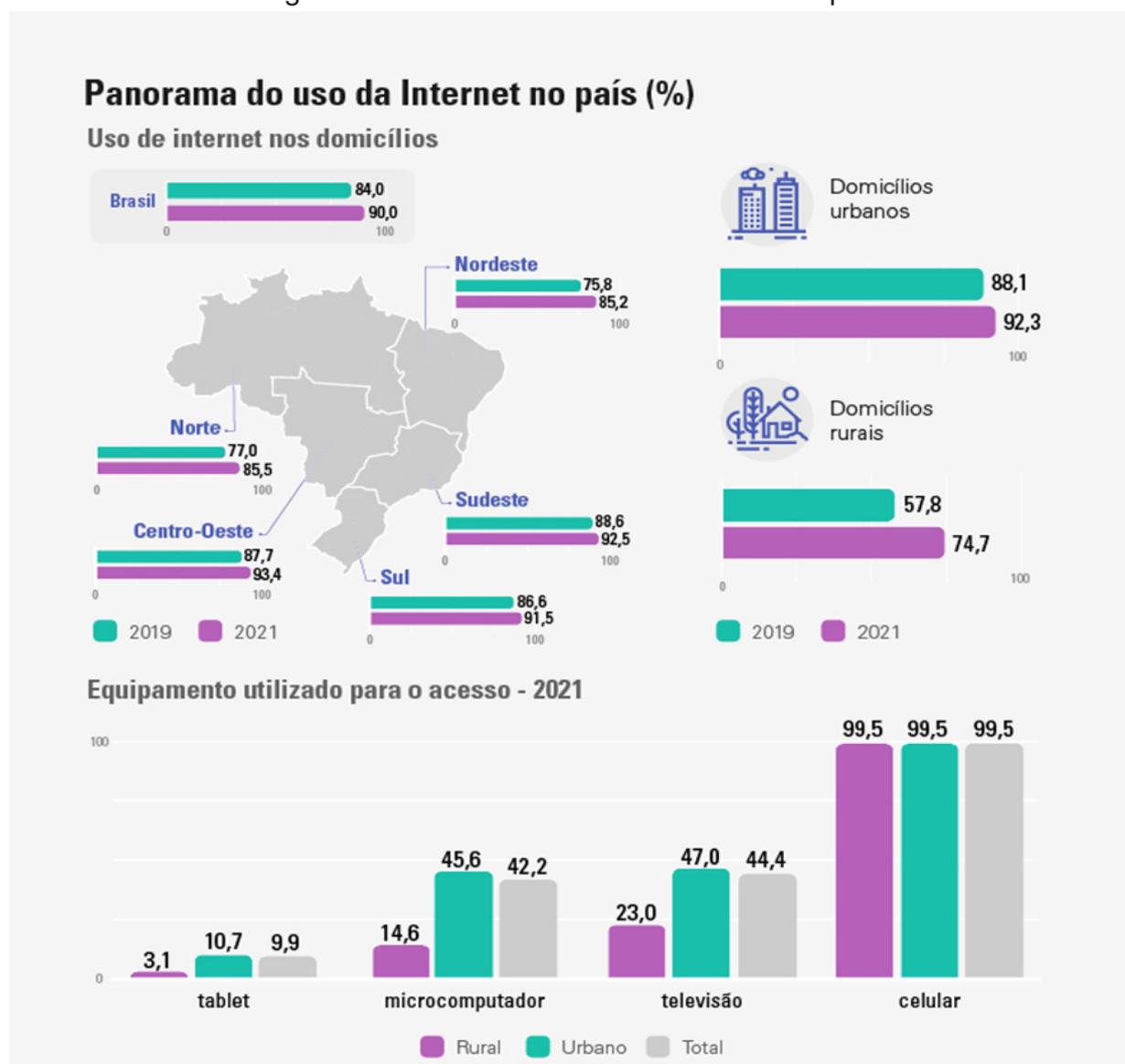
Para o campo educacional, essas características do metaverso são essenciais para o próprio desenvolvimento e expansão do que se entende por aprender, principalmente quando essa tecnologia fomenta a eliminação entre as barreiras do real e do virtual. Além disso, as alternativas de comunicação geram aprendizagens, como também a elaboração de etapas para uma educação em processos (IBERDROLA, 2022).

Quando se propõe a implementação de Metaverso para a Educação em um cenário brasileiro, esbarra-se em mazelas educacionais que a nossa sociedade enfrenta e que dificultam direta e indiretamente na sociedade, tais como o analfabetismo, a repetência e desistência acadêmica, as discrepâncias do acesso tecnológico entre as classes econômicas e sociais, dentre outras. A partir disso, se questiona como um ensino tecnológico pode abarcar uma sociedade tão desigual (BACKES, 2011).

Nesse panorama, o IBGE (2022) aponta alguns dados relacionados à população brasileira e ao acesso tecnológico, com ênfase para o crescimento de 6 pontos percentuais do acesso à internet entre 2019 a 2021, chegando a 90% da população nacional. A partir disso, o recurso tecnológico de maior crescimento foram os aparelhos celulares que chegaram a 99,5% de presença nos domicílios brasileiros, sendo que a presença de computadores chegou apenas em 42,2% das casas.

De forma mais detalhada, a imagem 1 apresenta os dados de uso da internet em todo o território, em que apresenta os aspectos regionais, a separação entre a região urbana e a região rural, além dos dispositivos mais utilizados para o acesso à internet. Na perspectiva comparativa entre os anos de 2019 e 2021, observa-se o aumento em todos os níveis e regiões, apontando a expansão e difusão da tecnologia entre as pessoas.

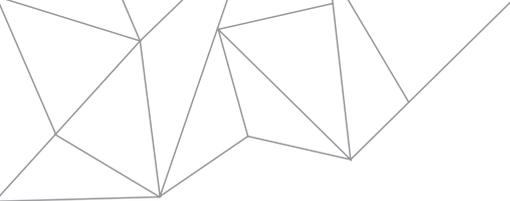
Figura 1 – Panorama do uso da internet no país



Fonte: PNAD Contínua (2021)

A partir dos dados oferecidos, percebe-se o avanço do uso tecnológico em território nacional, possibilitando uma abertura para se pensar a utilização da tecnologia como ferramenta educacional. O investimento em tecnologia para a sociedade deve ter se intensificado na prática de ensino, ou seja, engajar esforços para o desenvolvimento das tecnologias como também da educação (MARQUES, 2022).

Com isso, pensa-se nos avanços do metaverso como possibilidade de atuação na formação de estudantes, em diferentes momentos da educação, seja na Educação Básica ou mesmo no Ensino Superior. A partir desses questionamentos, busca-se compreender como a formação empreendedora é possível em uma sociedade digital.



5 FORMAÇÃO EMPREENDEDORA NA SOCIEDADE DO DIGITAL

Com o avanço tecnológico, que está cada vez mais rápido, atender às expectativas dos consumidores tem sido um desafio para alguns empreendedores. O novo comportamento social traz consigo o desafio de propor, por meio da construção de produtos e/ou serviços, soluções que caíam no gosto do mercado. Percebe-se que a satisfação do cliente tem um período muito curto. Dessa forma, aumenta-se a concorrência, exigindo dos empreendedores competências para inovar e recriar novas entregas para o mercado.

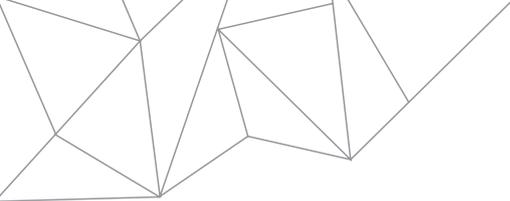
O avanço produtivo, que se experienciou durante as três últimas décadas do século XX, possibilitou a revolução tecnológica vivida na atualidade, conseguindo integrar o mundo físico às relações digitais, potencializando as migrações dos capitais econômicos, criando centros de inovação para melhor garantia de segurança nas redes de internet, o avanço da velocidade de conexão e a crescente da internet como fenômeno global, com recursos digitais sendo instalados por todos os países em todos os graus de desenvolvimento urbano, humano e econômico.

Durante essas mudanças, a culturalidade dos povos e das populações do mundo foram se aproximando, tanto nas formas de representação das culturas, que ganham espaço no mundo digital, quanto na formação de uma nova cultura, composta por pessoas que mantêm um modo de vida interconectado com as mídias digitais, congregando elementos tradicionais, como língua e costumes, a elementos como alta interconectividade e interação mais facilitada, promovida pela revolução tecnológica.

Apresenta-se, então, um contexto de mudanças e fusão de aspectos culturais em que essas pessoas se inserem, devido à criação de novos ambientes de interação pelas redes e mídias digitais, e pela criação de novos mundos em que se processam novas linguagens e culturalidades, com os instrumentais que transformaram as relações sociais, educacionais, humanas e comerciais tornando-se ferramentas criativas nas mãos desses indivíduos.

O avanço social, que altera o comportamento dos consumidores, dá-se por meio da utilização cada vez mais impulsionada da internet, como o uso de redes sociais e aplicativos com as mais diversas funcionalidades. Cada vez mais, a sociedade visa utilizar a tecnologia para ultrapassar as barreiras que lhe apresentam e, ao mesmo tempo, possibilitar um melhor modo de vida para todos.

Percebe-se, também, que a utilização das tecnologias, atreladas a produtos e/ou serviços, facilita ações para a sociedade, seja em comunicação ou possibilitando o bem-estar das pessoas. As TICs trouxeram avanços para vários setores da sociedade. Mas,



ao mesmo tempo, elas caminham a um ritmo de vida acelerado aos participantes dessas sociedades.

“Vive-se na sociedade do digital” (GIMENES; HUR, 2020). Essa também é uma afirmação de outros autores, como Castells (2000) e o filósofo Lévy (1998), que abordam a temática do digital e seus avanços na sociedade. Nesse contexto, o uso das TICs na educação possibilita ao professor e ao aluno desenvolvimento de competências e habilidades pessoais que abrangem desde ações de comunicação, agilidade, busca de informações, até a autonomia individual, ampliando suas possibilidades de inserções na sociedade da informação e do conhecimento (TEZANI, 2011, p. 36).

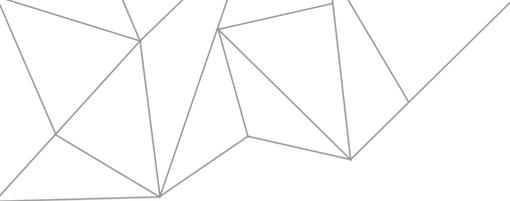
Esses fatores de mediação são ainda mais intensificados para uma formação condizente com o contexto atual. A formação empreendedora precisa repensar estratégias para estar alinhada com o mercado que os alunos vão estar após o processo formativo. Essa adaptação acontece em dois momentos: é necessário repensar estratégias pedagógicas para potencializar o ensino de empreendedorismo, para ser condizente com a sociedade do digital, a fim de aproximar o aluno da realidade de mercado; e identificar alternativas para os alunos compreenderem o comportamento dos consumidores da sociedade do digital.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebeu-se a importância do empreendedorismo para a sociedade, além de que a formação empreendedora precisa aproximar os alunos de simulações para que eles estejam atualizados com o contexto atual. Dessa forma, a mediação precisa estar alinhada com os mais diversos tipos de mediação que apresentem impacto positivo, tornando o aluno o protagonista de sua aprendizagem.

Avalia-se ser possível, por meio da utilização das TICs, ampliar as possibilidades de autonomia e melhorar o ensino e a aprendizagem das pessoas mediante a colaboração. O empreendedorismo não se caracteriza somente por intermédio da abertura de organizações, porém é possível adquirir habilidades e atitudes empreendedoras que podem ser utilizadas em diferentes contextos. Dessa forma, a pedagogia empreendedora contribui para o avanço do mundo do trabalho e contribui positivamente para a sociedade, como exemplo à abertura de vagas de emprego.

Com o desenvolvimento das TICs, atribui-se uma possibilidade de educação pelo metaverso, ou seja, incluir o ensino empreendedor a partir de uma visão virtualizada e interativa. Mesmo que pioneiramente, os avanços educacionais do metaverso possibilitam forte influência na educação nacional.



Ainda assim, ressalta-se que a implementação das tecnologias na educação faz parte de um longo processo de acessibilidade, principalmente no que se refere ao acesso às tecnologias e sua utilização na educação. Embora se perceba essa vulnerabilidade, é viável a aplicação de uma educação do metaverso para as práticas de estudo, com ênfase para o ensino empreendedor.

Por fim, conclui-se que este estudo trará contribuições para o âmbito acadêmico, visto que a temática investigada se mostra relevante, oportuna no atual contexto educacional e apresenta-se como instrumento para resolver os problemas, desenvolver e abrir novas perspectivas para professores e alunos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Clea Maria Machado; MOURA, Anaisa Alves. **Empreendedorismo**. 1. ed. Sobral: INTA, 2016.

CASTELLS, M. O Poder da Identidade. São Paulo, SP: **Paz e Terra**, 2000.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: **Elsevier**, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: GEM; IBQP, 2018. 208 p.

GIMENES, Lucio Flávio de Santana; HUR, Domenio. Sociedade analógica e sociedade digital: suas codificações e regimes de poder. **Revista Tecnológica e Sociedade**, Paraná, v. 16, n. 4, p. 227-242, jul./set., 2020. Disponível em: file:///C:/Users/user/Downloads/11357-47335-1-PB.pdf. Acesso em: 30 maio 2023.

GREATTI, Ligia; GRALIK, Elizabeth; VIEIRA, Francisco Giovanni David; SELA, Vilma Meurer. Aprendizagem em empreendedorismo em um curso de administração de uma universidade estadual no sul do Brasil. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, v. 4, p. 32-48, 2017.

LÉVY, P. **A Máquina Universo: Criação, Cognição e Cultura Informática**. Porto Alegre, RS: Artmed, 1998.

LUDTKE, A. P.; LUDTKE, M. R. R. Empreendedorismo: uma análise do perfil dos gestores. In: **SEMINÁRIO DE JOVENS PESQUISADORES EM ECONOMIA & DESENVOLVIMENTO**, 5., 2017. Santa Maria. Anais [...]. Santa Maria: UFSM, 2017.

MALHEIROS, R. C. C.; CUNHA, C. J. C. A.; FERLA, L. A. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados, 2003. 366p.



MARQUES, W. R. Metaverso e Educação: uma revisão de Literatura. **Revista Científica Multidisciplinar**, São Paulo, v. 3, n. 10, 2022. DOI: <https://doi.org/10.47820/recima21.v3i10.2064>. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/2064>. Acesso em: 10 maio 2023.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: IEA W Instituto de Estudos Avançados, 2005.

METAVERSO: o lugar onde a realidade física e a virtual se associam. **Iberdrola**, 2022. Disponível em: <https://www.iberdrola.com/inovacao/metaverso>. Acesso em: 20 maio. 2023.

PEREIRA, S. R. Metaverso na Educação: Currículo, Desafios e Possibilidades. **Painel Metaverso**, Florianópolis, v. 1, n. 1, 2022. Disponível em: <https://painelmetaverso.com.br/ojs/index.php/home/article/view/6>. Acesso em: 30 maio 2023.

SARAIVA, P. **Empreendedorismo**: do Conceito à Aplicação, da Ideia ao Negócio, da Tecnologia ao Valor. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Educação Empreendedora e desenvolvimento de uma cultura no Brasil. SEBRAE, 2013.

SILVA, Danilo Moraes da; FERNANDES, Valdir. Ciberespaço, cibercultura e metaverso: a sociedade virtual e território cibernético. **Humanidades & Inovação**, Palmas, v. 8, n. 67, p. 211-223, 2021. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/1962>. Acesso em: 20 maio 2023.

TEZANI, T. C. R. A educação escolar no contexto das tecnologias da informação e da comunicação: desafios e possibilidades para a prática pedagógica curricular. Bauru: **Revista Faac.**, v. 1, n.1, p. 35-45, set., 2011.

VALENCIANO-SENTANIN, Luís Henrique; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, São Paulo, Ano 5, n. 9, dez., 2005. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 20 maio, 2023.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio; MELATTI, Gerson Antônio; SEIKI OGUIDO, Wagner; PELISSON, Cleufe; NEGREIROS, Letícia Fernandes de. Ensino de empreendedorismo em cursos de administração: um levantamento da realidade brasileira. **Faces: Revista de Administração**, Belo Horizonte, v. 12, p. 1-23, 2013.

Recebido em: 04 de abril de 2023.

Aprovado em: 02 de maio de 2023.