Ei! Ensinoinovativo

VOLUME 2 | 2015

ISSN 2359-3873

FGV EAESP



BOAS PRÁTICAS DE ENSINO

ALUNO COMO PROTAGONISTA DE SEU APRENDIZADO

VANTAGENS DO MÉTODO INTERDISCIPLINAR

FORA DA CAIXA: CRIATIVIDADE A FAVOR DO ENSINO

SOLUÇÃO DE PROBLEMAS REAIS NO CONTEXTO EDUCACIONAL

ALUNO NO CENTRO DAS ATENÇÕES

Esta segunda edição da *Ei! Ensino Inovativo* apresenta nove experiências pedagógicas que têm o comum objetivo de valorizar a participação ativa do aluno em seu processo de aprendizagem.

Dentre elas, sete metodologias premiadas em 2014 no programa "Boas Práticas de Ensino e Aprendizagem", promovido pelo CEDEA (FGV/EAESP), as quais se baseiam em conceitos inovadores, como a interdisciplinaridade – com disciplinas que integram alunos e professores de diferentes escolas da instituição (FGV/EAESP e FGV/Direito SP), universidades (FGV/EAESP, Poli-USP e ITA) e cursos (Engenharia, Administração e Direito); a solução de problemas reais no ambiente educacional; a aplicação de dinâmicas interativas para estimular o aprendizado dos alunos; a experiência prática por meio do empreendedorismo; e o uso de ferramentas tecnológicas dentro e fora da sala de aula.

Adicionalmente, temos o prazer de contar com a contribuição de dois artigos extremamente interessantes de autores convidados. O primeiro, de Jailson Lima, professor do Vanier College, no Canadá, reflete sobre a utilização da criatividade como ferramenta de ensino. O segundo, de Carla Campana e Vivyanne Curalov, descreve a experiência das autoras em um programa de letramento de adultos em ambiente organizacional.

Para nós da EAESP e do CEDEA, é uma enorme satisfação consolidar parcerias com outras instituições – trocando conhecimento com professores e estudantes de diferentes áreas e ambientes –, assim como com educadores que atuam em espaços organizacionais. É uma alegria constatar a renovada energia dos profissionais envolvidos com a educação de adultos, dedicando-se a avançar nossos modelos de ensino para formatos mais ativos, centrados no aluno e comprometidos com o desenvolvimento de sua autonomia no processo de aprendizagem.

Desejamos uma boa leitura a todos!

Francisco Aranha
Editor chefe e coordenador do CEDEA

| FICHA TÉCNICA

Entidade de caráter técnico-científico, educativo e filantrópico, instituída em 20 de dezembro de 1944 como pessoa jurídica de direito privado, visando ao estudo dos problemas da organização racional do trabalho, especialmente nos seus aspectos administrativos e sociais, e à conformidade de seus métodos às condições do meio brasileiro.

Primeiro presidente e fundador: Luiz Simões Lopes

Presidente: Carlos Ivan Simonsen Leal
Vice-presidentes: Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Marcos Cinta Cavalcanti de Albuquerque, Sergio Franklin Quintella

CONSELHO DIRETOR
Presidente: Carlos Ivan Simonsen Leal
Vice-presidentes: Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Marcos Cinta Cavalcanti de Albuquerque, Sergio Franklin Quintella
Vogais: Armando Klabin, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque, Cristiano Buarque Franco Neto, Ernane Galvêas, José Luiz Miranda, Lindolpho de Carvalho Dias, Marcílio Marques Moreira, Roberto Paulo Cezar de Andrade
Suplentes: Aldo Floris, Antonio Monteiro de Castro Filho, Ary Oswaldo Mattos Filho, Eduardo Baptista Vianna, Gilberto Duarte Prado, Jacob Palis Júnior, José Ermírio de Moraes Neto, Marcelo José Basílio de Souza Marinho, Maurício Matos Peixoto

CONSELHO CURADOR
Presidente: Carlos Alberto Lenz César Protásio
Vice-presidente: João Alfredo Dias Lins (Klabin Irmãos & Cia)
Vogais: Alexandre Koch Torres de Assis, Antonio Alberto Gouvêa Vieira, Andrea Martini (Souza Cruz S/A.), Eduardo M. Krieger, Estado da Bahia, Estado do Rio Grande do Sul, Heitor Chagas de Oliveira, José Carlos Cardoso (IRB-Brasil Resseguros S.A.), Luiz Chor, Marcelo Serfaty, Marcio João de Andrade Fortes, Marcus Antonio de Souza Faver, Murilo Portugal Filho (Federação Brasileira de Bancos), Pedro Henrique Mariani Bittencourt (Banco BBM S.A.), Orlando dos Santos Marques (Publicis Brasil Comunicação Ltda.), Raul Calfat (Votorantim Participações S.A.), Ronaldo Vilela (Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Previdência Complementar e de Capitalização nos Estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo), Sandoval Carneiro Junior, Willy Otto Jordan Neto
Suplentes: Cesar Camacho, Clóvis Torres (VALE S.A.), José Carlos Schmidt Murta Ribeiro, Luiz Ildefonso Simões Lopes (Brookfield Brasil Ltda.), Luiz Roberto Nascimento Silva, Manoel Fernando Thompson Motta Filho, Nilson Teixeira (Banco de Investimentos Crédit Suisse S.A.), Olavo Monteiro de Carvalho (Monteiro Aranha Participações S.A.), Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Companhia Nacional de Seguros), Rui Barreto, Sergio Lins Andrade, Victório Carlos de Marchi

UNIDADES DA FGV-SP
Escola de Administração de Empresas de São Paulo
Diretor: Luiz Artur Ledur Brito
Escola de Economia de São Paulo
Diretor: Yoshiaki Nakano
Escola de Direito de São Paulo
Diretor: Oscar Vilhena Vieira
FGV Projetos
Diretor Executivo: Cesar Cunha Campos
Diretor Técnico: Ricardo Simonsen
Diretor de Controle: Antonio Carlos Kfouri Aidar
Vice-diretor de Projetos: Francisco Eduardo Torres de Sá
Vice-diretor de Estratégia e Mercado: Sidnei Gonzalez
Diretoria da FGV para assuntos da FGV-SP
Diretor: Francisco S. Mazzucca
Diretoria de Operações da FGV-SP: Mario Rocha Souza

DIRETORIA
Diretor: Luiz Artur Ledur Brito
Vice-diretor: Tales Andreassi

CONGREGAÇÃO
Presidente: Luiz Artur Ledur Brito

CONSELHO DE GESTÃO ACADÊMICA
Presidente: Luiz Artur Ledur Brito

DEPARTAMENTOS DE ENSINO E PESQUISA
Administração da Produção e de Operações: Susana Carla Farias Pereira; **Administração Geral e Recursos Humanos:** Maria Ester de Freitas; **Contabilidade, Finanças e Controle:** Jean Jacques Salim; **Fundamentos Sociais e Jurídicos da Administração:** Isleide Arruda Fontenelle; **Informática e Métodos Quantitativos Aplicados à Administração:** André Luiz Silva Samartini; **Mercadologia:** Inês Pereira; **Planejamento e Análise Econômica Aplicados à Administração:** Arthur Barrionuevo Filho; **Gestão Pública:** Henrique Fingermann

CURSOS, PROGRAMAS E SERVIÇOS
Curso de Graduação em Administração: Nelson Lerner Barth; **Curso de Graduação em Administração Pública:** Fernando Luiz Abrucio; **Curso de Especialização em Administração (pós-graduação lato sensu):** Renato Guimarães Ferreira; **Mestrado e Doutorado em Administração de Empresas:** Ely Laureano Paiva; **Mestrado e Doutorado em Administração Pública e Governo:** Mário Aquino Alves; **Mestrado Profissional em Administração de Empresas (MPA):** Marina de Camargo Heck; **Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas:** Regina Silvia Viotto Monteiro Pacheco; **Mestrado Profissional em Gestão Internacional:** Edgard Elie Roger Barki; **OneMBA:** Marina de Camargo Heck; **Coordenação Acadêmica para Educação Executiva da EAESP com o IDE:** João Carlos Douat; **Núcleo de Pesquisas:** Thomaz Wood Júnior; **RAE-publicações:** Eduardo Henrique Diniz; **Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios:** Tales Andreassi; **Centro de Estudos de Administração Pública e Governo:** Fernando Burgos Pimentel dos Santos; **Centro de Estudos de Política e Economia do Setor Público:** George Avelino Filho; **Centro de Estudos em Planejamento e Gestão de Saúde:** Ana Maria Malik; **Centro de Estudos em Sustentabilidade:** Mário Prestes Monzoni Neto; **Centro de Excelência em Logística e Supply Chain:** Priscila Laczynski de Souza Miguel; **Centro de Excelência em Varejo:** Jacob Jacques Gelman; **Centro de Tecnologia de Informação Aplicada:** Alberto Luiz Albertin; **Instituto de Finanças:** João Carlos Douat; **Centro de Estudos de Microfinanças e Inclusão Financeira:** Lauro Emilio Gonzalez Farias; **Centro de Estudos em Finanças:** William Eid Jr.; **Centro de Estudos em Private Equity:** Cláudio Vilar Furtado; **Centro de Estudos em Competitividade Internacional:** Maria Tereza Leme Fleury; **Fórum de Inovação:** Marcos Augusto de Vasconcellos; **Núcleo de Comunicação, Marketing e Redes Sociais Digitais:** Izidoro Blikstein; **Núcleo de Estudos em Organizações e Pessoas:** Maria José Tonelli

APOIO
Centro de Desenvolvimento do Ensino e da Aprendizagem: Francisco Aranha; **Coordenadoria de Avaliação Institucional:** Heloisa Mônaco dos Santos; **Coordenadoria de Estágios e Colocação Profissional:** Beatriz Maria Braga; **Coordenadoria de Extensão Cultural:** Daniel Pereira Andrade; **Coordenadoria de Relações Internacionais:** Julia Alice Sophia von Maltzan Pacheco; **Serviço de Apoio e Atendimento Psicológico e Psiquiátrico aos Alunos do Curso de Graduação em Administração:** Tiago Luis Corbisier Matheus; **Alumni GV:** Francisco Ilson Saraiva Junior

ASSOCIAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA FGV/EAESP
Presidente: Vagner Neres da Silva

DIRETÓRIO ACADÊMICO GETULIO VARGAS
Presidente: João Vitor Bonilha

Volume 2 - 2015

Centro de Desenvolvimento do Ensino e da Aprendizagem (CEDEA)

Editor chefe: Francisco Aranha

REDAÇÃO
Coordenadora editorial: Aline Lilian dos Santos
Jornalistas: Aline Lilian dos Santos, Ana Paula Yokoyama e Kátia Serafim
Fotógrafa: Aline Lilian dos Santos

ADMINISTRAÇÃO
Equipe: Ellen Freitas e Daiana Mendes
PROJETO GRÁFICO E DIREÇÃO DE ARTE
Zeppelini Editorial – www.zeppelini.com.br
Imagens ilustrativas: www.istock.com

Periodicidade: anual

CENTRAL DE RELACIONAMENTO
Tel.: (11) 3799-7725
cedea@fgv.br
Av. 9 de Julho, 2029
01313-902 – São Paulo-SP

SUMÁRIO



Interdisciplinaridade: ensino 360º
Analisando um problema sob diversas perspectivas **4**

“Oficina do Saber”: um programa de letramento no contexto organizacional **9**
Aulas melhoram o desempenho de colaboradores





O desafio agora é outro **13**
Alunos da FGV e jovens de comunidades organizam meia maratona

Criatividade como ferramenta de ensino **17**
Explicando conceitos científicos por meio de obras de arte





Uma nova forma de aprender empreendedorismo **22**
Não basta criar um negócio, tem que dar certo

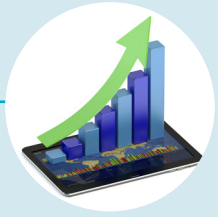
Pensando fora da caixa **27**
Transformando o TCC em uma experiência dinâmica





Solucionando problemas reais no ambiente educacional **32**
Uma nova visão sobre desafios de grandes empresas

Um *up* na Estatística **37**
Vídeos e exercícios on-line a favor do aprendizado





Várias cabeças criam melhor do que uma **42**
Alunos de diferentes cursos desenvolvem negócios tecnológicos



INTERDISCIPLINARIDADE: ENSINO 360º

ANALISAR UM TEMA A PARTIR DE DIVERSAS PERSPECTIVAS PODE SER A MELHOR FORMA DE APRENDER

Por Aline Lilian dos Santos

Em meio a projetos de desenvolvimento e investimentos em infraestrutura, o Brasil tem sido palco de grandes empreendimentos, como hidrelétricas, portos e rodovias. Entretanto, será que o governo, as empresas e a sociedade civil dão a devida importância aos impactos sociais causados por esses negócios?

Pensando nisso, a FGV-SP instituiu a disciplina eletiva "Grandes Empreendimentos e Direitos Humanos" para os cursos de graduação em Direito, Administração Pública e Administração de Empresas. A ideia surgiu a partir de um projeto de pesquisa idealizado por Oscar Vilhena e Flávia Scabin, diretor e professora da Escola de Direito (FGV/EDESP), respectivamente. Pioneiros no estudo do assunto, eles propuseram uma parceria com a Escola de Administração (FGV/EAESP), a fim de gerar conhecimento sobre a temática. "Grandes empreendimentos promovem o desenvolvimento, mas causam inúmeros impactos nas comunidades locais. O Direito regula a responsabilização por esses impactos, mas a questão também envolve políticas

FOTO: ALINE SANTOS



Amon Barros, Flávia Scabin e Marcus Vinícius Gomes: professores da disciplina Grandes Empreendimentos e Direitos Humanos

públicas e a forma como as empresas planejam seus negócios. Há uma série de obras acontecendo no país, principalmente devido ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Por isso, é o momento propício de pensarmos em soluções conjuntas para um desenvolvimento responsável", conta Flávia.

> "Trabalhar com colegas e professores de outras áreas foi extremamente enriquecedor, pois contribuiu para um aprendizado mais completo do tema.
>
> *Talita Borges, aluna do curso de Administração Pública da FGV/EAESP*

UM É POUCO, DOIS É BOM, TRÊS É... MELHOR AINDA!

A iniciativa originou um curso multidisciplinar, o primeiro na instituição a contar com três professores de áreas diferentes em sala de aula: Flávia Scabin (Direito), Marcus Vinícius Gomes (Administração Pública) e Amon Barros (Administração de Empresas), de modo a explorar o tema integrando esses campos. "A intenção é colocar o aluno em contato com uma temática relevante, conscientizando-o dos impactos dos negócios nos direitos humanos", explica Marcus.

Além disso, a turma também é composta por graduandos dos três cursos, permitindo maior troca de informações e pontos de vista, como diz Amon: "Ter alunos e professores de diferentes campos de conhecimento amplia a possibilidade de um aprendizado mais rico. No atual ambiente profissional, que demanda decisões qualificadas e complexas, é importante conhecer as múltiplas dimensões que envolvem a dinâmica dos grandes empreendimentos e direitos humanos".

A DINÂMICA DO CURSO

A disciplina é dividida em três partes. Na primeira, os professores apresentam conceitos de direitos humanos e promovem discussões com os alunos em sala de aula. Na segunda, os estudantes realizam uma pesquisa de campo e, com base nas informações coletadas, elaboram um diagnóstico. Na terceira, eles propõem uma intervenção no caso, a partir do que foi constatado na pesquisa de campo.

CONECTANDO COM A PRÁTICA

Para a melhor compreensão do conteúdo, os alunos realizam uma experiência de campo. Dois dos quatro créditos semanais são destinados a atividades extraclasse.

No segundo semestre de 2014, período em que a disciplina foi lançada, estudaram-se os impactos da construção da Arena Corinthians em seu entorno, especialmente em relação à exploração sexual de crianças e adolescentes. "Surgiram denúncias sobre o envolvimento de funcionários da obra com meninas da região. Então, decidimos que era um bom caso para os alunos entenderem a violação de direitos humanos e quais as responsabilidades dos atores envolvidos naquele contexto (empresas, governo, sociedade civil...)", ressalta Flávia.

Essa experiência prática é viabilizada por meio do incentivo à pesquisa, em que os alunos trabalham na coleta de dados e informações; da realização de palestras com especialistas, com quem podem tirar dúvidas e debater a questão; e da visita ao local,

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Comunidade da Paz, afetada pela exploração sexual durante a construção da Arena Corinthians

para terem contato com a realidade que estão estudando. Neste caso, eles foram à Comunidade da Paz e ao Centro Integrado da Família da Paróquia Nossa Senhora do Carmo (CIFA), associação que articulou manifestações sobre os impactos da construção na região.

DIAGNÓSTICO E PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Após entender o problema de forma multifacetada, os alunos – divididos em grupos heterogêneos (com graduandos de Direito, Administração Pública e de Empresas) –, trabalham em subtemas e constroem um diagnóstico. "Pedimos para os estudantes trazerem informações e que as compartilhem com a sala, para termos uma visão geral do problema. Depois, determinamos com eles quais subtemas cada grupo irá trabalhar. Por exemplo, um grupo explorou como o processo caminhou no Legislativo, outro na subprefeitura da região, outro nos sistemas públicos de acolhimento, outro abordou a perspectiva empresarial (entrevistaram a Odebrecht, o Corinthians...) e outro trouxe os três pontos de vista: a lógica da sociedade civil, das empresas e da administração pública", conta Marcus.

A partir do diagnóstico, baseado nas informações adquiridas com os diferentes atores, cada grupo elabora uma proposta de intervenção, posicionando-se sobre os problemas identificados, propondo aprimoramentos na implantação desses empreendimentos, reduzindo riscos para o negócio e garantindo a proteção dos direitos humanos. Isso resultará no *position paper*, o trabalho final da disciplina. "Os alunos devem ser, ao mesmo tempo, inovadores e realistas em suas propostas, considerando todo o contexto. No fim, construímos um bom quadro sobre as três perspectivas (sociedade civil, empresa e governo)", revela a professora.

ALUNO COMO GESTOR DO CONHECIMENTO

Uma importante inovação é promover o estudante como protagonista da disciplina, permitindo-lhe ser o "gestor do seu conhecimento", como explica Marcus: "É uma matéria viva, em que eles são ativos e ficam 'livres' (em um ambiente controlado e orientado por nós) para pesquisar, recrutar informações e discutir. A intenção é empoderá-los, já que não passamos o conteúdo fechado, mas construímos o conhecimento com eles no dia-a-dia". Assim, os professores monitoram o que os alunos encontram, com quem falam, quais conceitos relacionam com a pesquisa de campo..., mas sem limitar sua criatividade e aprendizado.

Para facilitar essa dinâmica, até mesmo o *layout* da sala é diferente, de modo que os grupos se posicionam em ilhas, como afirma Flávia: "Transitamos entre eles, não temos essa relação de púlpito, o que facilita a interação e a participação da turma na aula".

DIREITO + ADMINISTRAÇÃO: PIONEIRISMO EM DIREITOS HUMANOS E EMPRESAS

Diante da necessidade de controlar o impacto dos negócios na sociedade, Oscar Vilhena e Flávia Scabin, da FGV/EDESP, perceberam que era o momento de criar uma nova área de atuação: Direitos Humanos e Empresas.

Com um tema tão importante sendo pouco explorado, a FGV/EDESP (Direito) e a FGV/EAESP (Administração Pública e de Empresas) uniram forças e deram um passo à frente na geração de conhecimento e desenvolvimento de pesquisas na área. Hoje, a EDESP possui um grupo de Direitos Humanos e Empresas, o qual conta com cerca de 15 pesquisadores que viajam o país analisando e buscando soluções para casos de violação dos direitos humanos. Esse grupo também oferece suporte para a disciplina "Grandes Empreendimentos e Direitos Humanos". Já a EAESP se torna pioneira em seu segmento, sendo a primeira escola de negócios do Brasil a explorar o assunto – geralmente abordado em universidades internacionais como Harvard e NYU Stern –, posicionando-se de forma a articular a discussão com atores empresarias, sociais e estatais.

BENEFÍCIOS

A professora ressalta os pontos positivos da disciplina, como a interdisciplinaridade e o fato de habilitar o graduando a pensar de forma completa em um assunto complexo: "É a primeira vez que eles se deparam com três áreas sendo tratadas no mesmo espaço. Um advogado vai para a sala de reunião e precisa conhecer um pouco do negócio, assim como o empresário precisa conhecer as amarras jurídicas para saber seus limites e mapear as oportunidades. Ver um problema a partir de várias perspectivas e pensar em uma solução integrada é um superdiferencial para o aluno que um dia tomará decisões como essas".

Amon destaca que trabalhar em grupos multidisciplinares possibilita ao estudante desenvolver novas competências: "O método estimula a habilidade de lidar com equipes formadas por pessoas de conhecimentos diversos e ajuda a construir uma visão coletiva sobre os problemas, já que os alunos devem se posicionar de forma conjunta sobre o caso proposto no semestre.

DESAFIOS

A inovação também impõe diversos desafios, especialmente para os professores. "Temos que saber lidar com a situação, pois envolve perda de poder, de autoridade, ainda mais com três professores em sala", diz Marcus.

Já para os alunos, uma das principais dificuldades é trabalhar com pessoas fora do seu círculo de amizade. Além disso, graduandos de três cursos diferentes têm modos distintos de pensar e de escrever, o que pode dificultar a interação entre eles.

> "A vida profissional começa na faculdade, de onde vêm os futuros líderes. Influências de diferentes perspectivas ajudam os alunos a desenvolver um pensamento crítico sobre as problemáticas da sociedade.
>
> *Stina Nilsson, representante da Global Engagement Services (GES) e palestrante da disciplina*

Outro desafio é que a área de Direitos Humanos e Empresas está em formação e há pouca discussão e bibliografia que explore o assunto de forma integrada. "Apesar de os Princípios Orientadores sobre Direitos Humanos e Empresas, publicados pela ONU em 2011, já terem sido adotados por 193 países, ainda se discute como os Planos Nacionais serão capazes de orientar a conduta das empresas nesse sentido. O que temos em relação ao assunto ainda são tendências", conta Flávia.

Em relação ao caso estudado, a dificuldade foi encontrar dados sistematizados, já que havia muitos relatos de exploração sexual, mas nenhuma fonte pública de informações sobre a questão.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Alunos apresentam o trabalho final para a classe





Disposição da sala em ilhas para aumentar a interação

SERÁ QUE OS ALUNOS APROVAM?

Para os professores, a evolução dos alunos foi clara: "Eles ficaram um pouco retraídos até se adaptarem ao formato da disciplina, mas depois estavam mais engajados e participativos. Sentimos que houve um grande aprendizado entre as áreas, conscientizando-os de que temos que garantir os direitos acima de tudo e que isso deve refletir na atuação profissional deles, pois suas decisões irão impactar outras pessoas", avalia Marcus.

Para Talita Borges, aluna do 7º semestre de Administração Pública, o caráter interdisciplinar da matéria mudou profundamente sua perspectiva sobre o caso estudado: "Tivemos a oportunidade de compreender a problemática a partir de diversos ângulos: suas bases legais, motivações políticas e ações de órgãos públicos, interesses da sociedade civil, decisões das corporações, o olhar e as reações da comunidade local, bem como os conceitos de direitos humanos que perpassam o caso". Tamara Brezighello, ex-aluna do curso de Direito que se tornou pesquisadora do grupo de Direitos Humanos e Empresas da FGV/EDESP, concorda: "A organização em grupos interdisciplinares foi um dos principais diferenciais da disciplina. Com isso, sim, aprendi mais".

Ao fim do curso, cada aluno preenche um "memorial de experiências", no qual deve avaliar sua trajetória durante o curso, inserindo comentários e sugestões. A atividade corresponde a 10% da média final.

A disciplina teve boa aceitação e já reiniciou as atividades no 1º semestre de 2015.

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > aline.lilian.santos@gmail.com

FOTO: DIVULGAÇÃO



“OFICINA DO SABER”: UM PROGRAMA DE LETRAMENTO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

COMO O DESENVOLVIMENTO DE HABILIDADES ESSENCIAIS MELHORA O DESEMPENHO DOS COLABORADORES DA LEROY MERLIN

Por Carla Campana e Vivyanne Curalov

CENÁRIO PREOCUPANTE

O Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional (Inaf) oferece informações sobre a população brasileira entre 15 e 64 anos por meio da avaliação de habilidades relacionadas à leitura, escrita e cálculo. Seu intuito é fomentar o debate público; estimular iniciativas da sociedade civil; e subsidiar a formulação de políticas públicas nas áreas de educação e cultura, além de colaborar para o seu monitoramento e desenvolvimento. Sua classificação se dá em quatro níveis: 1) Analfabeto; 2) Rudimentar; 3) Básico e 4) Pleno, sendo que o entrevistado é classificado de acordo com seu desempenho em um teste de capacidades.

Dessa forma, os primeiros resultados do Inaf, divulgados em 2001, mostraram-se muito impactantes: apenas 25% da população tinha pleno domínio das habilidades de leitura, escrita e cálculo. Desde então, pouca coisa mudou. Embora o analfabetismo absoluto e o nível de habilidade rudimentar tenham diminuído, a proporção da população com pleno domínio das capacidades citadas se manteve praticamente inalterada. Os dados de 2011/2012 mostram ainda que 38% dos que possuem ensino superior não atingiram o nível pleno de habilidades, percentual que denuncia a má qualidade do sistema educacional brasileiro.

O ALFABETISMO FUNCIONAL E AS ORGANIZAÇÕES

O termo "alfabetismo funcional" foi introduzido pela UNESCO, a qual determina que é funcionalmente alfabetizada a pessoa que utiliza a leitura e a escrita para se envolver de maneira eficaz nas atividades de seu grupo ou comunidade, além de fazer uso dessas habilidades para se desenvolver continuamente. Entretanto, no Brasil, o termo que ganhou mais destaque foi "letramento", que se refere ao estado ou condição de um grupo social ao se apropriar da língua escrita.

Dificuldades na escrita, leitura e cálculo causam impacto no setor empresarial. Um colaborador que não está apto a interpretar corretamente um gráfico pode causar prejuízos à corporação. Outro, com falta de habilidade na leitura ou na expressão oral, provavelmente participará de treinamentos sem aproveitá-los, gerando desperdício de recursos. Alta rotatividade, qualificação profissional abaixo do esperado, perdas materiais e baixa produtividade são alguns impactos que o baixo nível de letramento pode causar em uma organização.

> "Fui promovida a coordenadora e isso me incentivou a voltar a estudar. Hoje faço faculdade, estou cursando Administração e querendo ir mais à frente.
>
> *Elizangela Silva, participante do programa "Oficina do Saber"*

Essas dificuldades foram identificadas como um dos fatores de impacto negativo nos resultados da Leroy Merlin, rede francesa especializada em construção, acabamento, decoração, jardinagem e bricolagem. Com 33 lojas no Brasil, a empresa imaginou que capacitar os colaboradores que se encontravam no nível básico de letramento, os quais representavam 36% do quadro de funcionários, seria um bom negócio. O custo gerado pelo alto *turn over*, a curva de aprendizagem dos trabalhadores entrantes e a responsabilidade social da empresa influenciaram na decisão de implantar o programa "Oficina do Saber", que tem o objetivo de desenvolver as habilidades de leitura, escrita e cálculo de seus colaboradores.

PROGRAMA "OFICINA DO SABER"

Elaborado a partir de uma parceria entre a Leroy Merlin e a Pensante Consultoria Educacional, o programa foi concebido por uma equipe de líderes da área de Recursos Humanos e por profissionais especializados em educação. Este está ancorado nos novos estudos sobre letramento, representados principalmente por Brian Street e Magda Soares, dois dos maiores expoentes do tema. A metodologia baseia-se na proposta de Paulo Freire, cuja teoria é um importante marco para a educação de adultos e reflete princípios das atuais metodologias inovadoras: propõe a educação centrada no aluno, promove a autonomia por meio do aprendizado ativo e insere o conteúdo na realidade do aprendiz, permitindo a solução de problemas reais e a reflexão de seu contexto. Tais princípios norteiam as 21 oficinas do

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Colaboradores da Leroy Merlin em atividades do programa "Oficina do Saber"

programa. O conteúdo centrado no trabalho e suas representações fogem do padrão escolar, o que representa uma ruptura com as iniciativas voltadas à suplementação da educação básica que comumente aparecem nas organizações.

Essas iniciativas partem de parcerias com a Educação de Jovens e Adultos (EJA), modalidade que objetiva a conclusão de certo nível de estudos ou alfabetização de adultos e, muitas vezes, faz uso do ensino tradicional, caindo em estereótipos e artificialismos como: "vovô viu a uva" ou "o boi bebe e baba", que nos remetem às cartilhas escolares. O "Oficina do Saber", ao contrário, explora situações cotidianas dos trabalhadores dentro e fora do ambiente corporativo, incorporando conteúdos educacionais. Pode-se citar como exemplo: atividades que remetem ao cálculo de revestimento, areia, cimento; produção de texto para comunicação interna, correio eletrônico ou apresentação em reuniões de trabalho.

O programa também busca ultrapassar o caráter conteudista da educação formal. São organizadas atividades culturais, como visitas a cinemas e a exposições de arte, debates sobre temas atuais, construção de murais e intervenções nas lojas, inclusive envolvendo clientes, a fim de gerar diferentes tipos de aprendizado e valorizar as capacidades dos colaboradores. Habilidades sociais como assertividade, comunicação e resolução de conflitos também são trabalhadas nas oficinas, que ocorrem semanalmente, durante o expediente, por duas horas. O grupo geralmente é composto de 10 a 15 trabalhadores.

Os facilitadores são funcionários das próprias lojas, que costumam ocupar cargos técnicos, como os de coordenação ou Recursos Humanos. Eles são capacitados em um programa de 40 horas, realizado em duas etapas. Ao voluntariar-se para a função, o colaborador tem como contrapartida o desenvolvimento de habilidades e competências que não são frequentemente requeridas no cotidiano, como oratória, liderança de grupo, didática. Já os participantes se inscrevem voluntariamente ou são incentivados pelos gerentes. Posteriormente, são escolhidos por meio de uma avaliação escrita e oral que acontece em uma roda de conversa.

Os desafios para manter o programa são equivalentes à sua pretensão. Liberar os trabalhadores para as aulas, capacitar os multiplicadores e conciliar a agenda de oficinas com a intensa rotina das lojas são algumas situações negociadas para garantir a sua continuidade. Entretanto, o esforço tem sido aparentemente recompensado: o *case* "Oficina do Saber" foi vencedor na categoria Recursos Humanos da 15ª edição do prêmio Top Anamaco 2014, oferecido anualmente pela Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção.

A iniciativa da Leroy Merlin ainda é pouco usual na cultura organizacional. Ana Lúcia Lima, diretora executiva do Instituto Paulo Montenegro, responsável pelo Inaf, comenta que um estudo realizado com 12 gestores de Recursos Humanos, de setores como indústria, comércio, construção civil e serviços, revelou que a demanda para fortalecer as habilidades de letramento e numeramento dos trabalhadores não é percebida com clareza e necessita ser estimulada: "Embora percebam a limitação dos colaboradores em termos de proficiência em leitura, escrita e matemática, os gestores não enxergam claramente a relação dessa condição com as demandas de treinamento e desenvolvimento". Para ganhar adeptos, segundo Ana, os programas que atuam nessa frente, como o "Oficina do Saber", devem apoiar as empresas na busca pelo aumento da produtividade por meio do desenvolvimento cognitivo dos colaboradores.

RESULTADOS

Com três anos de funcionamento, o programa tem apresentado bons resultados. O sentimento de valorização, de pertencimento à loja e à comunidade local, a autoestima e a maior confiança em si são pontos frequentemente citados pelos participantes. Para a empresa, isso reflete na queda de indicadores como absenteísmo e *turn over*.

O desejo de voltar a estudar – e a efetiva retomada aos estudos – também aparece na avaliação do programa. A melhora na qualificação dos participantes tem proporcionado promoções para multiplicadores e colaboradores. Elizangela Silva é um exemplo: "Fui promovida a coordenadora e isso me incentivou a voltar a estudar. Hoje faço faculdade, estou cursando Administração e querendo ir mais à frente".

Para os que ainda não alcançaram promoções, rever conteúdos, desempenhar suas funções com mais segurança e até ajudar os filhos com as lições escolares são fatores de motivação para participar das oficinas. O colaborador Fernando Canavan diz que o "Oficina do Saber" o ajudou a resgatar conteúdos que otimizam seu trabalho: "Tenho mais facilidade para cálculos, uso menos a calculadora e me sinto mais seguro no atendimento".

Weber Niza, diretor da área de aprendizagem e desenvolvimento da Leroy Merlin, conta que entre as diversas estratégias educacionais da organização, o programa é um diferencial na satisfação dos colaboradores e clientes. Segundo ele, as taxas de estabilidade e produtividade são afetadas positivamente quando ações de capacitação do funcionário são empreendidas. Embora a pretensão da empresa, ao implantar a iniciativa, não seja resolver os problemas sociais do Brasil, ele acredita que é importante contribuir para a evolução pessoal dos colaboradores: "O desenvolvimento humano engloba todos os aspectos biopsicossociais e a educação é uma ferramenta que melhora esse sistema. Ela liberta para a autonomia, para o diálogo, a troca, a evolução, a produtividade, a satisfação, a conquista de objetivos, a consciência. Trata-se de uma longa jornada, porém não se chega lá se não dermos um passo de cada vez".

Tais iniciativas dividem opiniões. Enquanto alguns gestores acreditam que a empresa pode contribuir na formação educacional de seus colaboradores e se beneficiar disso, outros acham que tal responsabilidade é do Estado ou do próprio funcionário. Embora essa importante discussão esteja longe de um consenso, é fato que limitações na formação dos colaboradores são um desafio constantemente enfrentado pelas empresas no Brasil e no mundo, e que iniciativas como o "Oficina do Saber" podem auxiliar em sua superação.

SAIBA MAIS:

- Instituto Paulo Montenegro (ipm.org.br)
- ***O compromisso das empresas com o alfabetismo funcional.*** Instituto Ethos e Instituto Paulo Montenegro. São Paulo. 2005.

Carla Campana > Consultora educacional e mestre em Psicologia da Educação > *carla.campana@fgv.br*

Vivyanne Curalov > Pedagoga e consultora educacional > *vcuralov@gmail.com*



O DESAFIO AGORA É OUTRO

ESTUDANTES DA FGV-SP SE UNEM A JOVENS DE HELIÓPOLIS E PARAISÓPOLIS PARA ORGANIZAR MEIA MARATONA

Por Aline Lilian dos Santos

Na última edição da Ei!, mostramos como a disciplina Negócios de Impacto Social (NIS), eletiva oferecida aos alunos de graduação em Administração, Direito e Economia, possibilita a quebra de muros sociais, aproximando estudantes da FGV e jovens de comunidades como Heliópolis, em São Paulo (veja em: bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/ei/article/view/35679).

Depois de elaborar iniciativas que trouxessem melhorias aos empreendimentos de Heliópolis e criar negócios para amenizar os problemas sociais da comunidade, os participantes do NIS enfrentaram um desafio ainda mais complexo: organizar uma meia maratona entre Paraisópolis e Heliópolis.

QUANTO MAIS, MELHOR!

Diferentemente das outras edições, além de alunos da instituição e jovens de Heliópolis, este desafio também contou com participantes da comunidade de Paraisópolis, o que representou um ganho relevante no aprendizado de todos, como conta Edgard Barki, professor da disciplina: "Ao invés de dois, temos três públicos. É interessante como às vezes pensamos em favela como uma coisa única, mas cada lugar tem sua peculiaridade. Os alunos puderam conhecer duas comunidades com propósitos diferentes: Heliópolis trabalha mais o conceito de educação, já Paraisópolis tem uma ideia de empreendedorismo e comércio local muito forte. Além disso, os membros das comunidades tiveram a oportunidade de interagir entre si, o que não acontecia, havendo troca de visões e muito aprendizado. Foi uma experiência bastante rica para todos".

Além disso, o fato de a disciplina contar com alunos de quatro cursos diferentes (Administração de Empresas, Administração Pública, Direito e Economia) promove a interdisciplinaridade e enriquece ainda mais a experiência.

COLOCANDO A MÃO NA MASSA

O projeto teve a duração de uma semana, contando com 21 alunos da FGV, 10 jovens de Heliópolis e 10 de Paraisópolis. Nos dois primeiros dias, além de conhecerem as comunidades, os participantes passaram por um processo de integração, foram informados sobre o desafio e falaram de suas expectativas.

> "Foi uma experiência transformadora, que me trouxe grande aprendizado, porque pude ouvir histórias, ter diferentes perspectivas e trocar experiências. Estávamos dispostos a conhecer pessoas de contextos distintos, por isso tudo fluiu muito bem.
>
> *Carolina Rebollo, aluna de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP*

Para haver maior interação, eles foram divididos em equipes mistas e, nos dois dias seguintes, desenvolveram o projeto. No último dia, todos se reuniram na FGV e apresentaram suas propostas para uma banca composta pela diretoria da Coca-Cola, Grupo Pão de Açúcar, Caixa Econômica, Catarse, Artemísia, pelo jornalista Gilberto Dimenstein e pela Coordenação de Graduação da EAESP. "Fizemos várias dinâmicas e trabalhos em conjunto. No fim, fluiu muito bem, porque todos estavam interessados e envolvidos. Foi ótimo ver como os três grupos conviveram e se engajaram em uma semana. Para mim, foi uma das edições mais fortes do NIS", revela o professor.

COLHENDO OS FRUTOS

Durante o desafio, as equipes tiveram que pensar em todos os detalhes: desenvolvimento do tema da corrida, captação de recursos, elaboração do percurso, busca de parcerias estratégicas, criação do plano de logística, de comunicação, entre outros.

Com o tema "Correr pela Educação", a meia maratona elaborada pelos participantes tem o propósito de reconhecer, disseminar e ampliar o trabalho das organizações que atuam em Heliópolis e Paraisópolis em prol da educação. O evento contará com atrações das comunidades, como apresentações do Ballet de Paraisópolis, da Orquestra Sinfônica de Heliópolis e um duelo de capoeira. Além disso, stands de oportunidades de estágio, cursinhos populares, fundos de bolsas e fundações que desenvolvem projetos educacionais também estarão na corrida oferecendo seus serviços. A ideia é que ela aconteça em meados de 2016, seja

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Alunos da FGV e membros de Heliópolis e Paraisópolis interagem em atividades nas comunidades

aberta ao público e conte com cerca de 5 mil pessoas, sendo que o dinheiro arrecadado será revertido para as ONGS das comunidades.

Para quem participou do desafio, parece ter sido inspirador. "Desenvolver um projeto com os jovens de Heliópolis e Paraisópolis foi algo totalmente diferente. Realizamos o trabalho de forma colaborativa, tudo era discutido entre as partes. A maioria estava engajada e animada. As atividades de integração ajudaram nessa boa interação do grupo", afirma Luisa Moreira, aluna de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP.

MUITO ALÉM DO APRENDIZADO

Mais do que o aprendizado e a troca de experiências, o desafio também proporciona forte motivação, especialmente aos membros das comunidades, como explica Barki: "Os jovens de Heliópolis e Paraisópolis tiveram a valorização de seu potencial e o aumento da sua autoestima com a participação ativa no desenvolvimento do projeto. Para eles, conseguir realizar, em uma semana, um projeto que agrada a diretoria de grandes empresas, a ponto de fazê-las investir em sua ideia, é algo muito relevante".

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Participantes apresentam seus projetos na FGV/EAESP

Este sentimento é validado por Higo Carvalho, jovem de Paraisópolis que participou do desafio: "Foi uma das melhores experiências que já vivi, especialmente em relação a estudo e a trabalho. É muito bom ter novas ideias e poder colocá-las em prática. É outro nível de pensamento! A experiência me motivou ainda mais a fazer uma faculdade e a ter uma carreira sólida, o que sempre foi meu sonho".

DESAFIO: TORNAR O SONHO REALIDADE

O NIS possibilitou a elaboração do projeto, mas para que a corrida aconteça ainda é preciso acertar alguns detalhes. Por isso, parte do grupo continua engajada para transformá-la em realidade. Apesar de contar com o apoio de empresas e órgãos como a Secretaria de Esportes, aspectos como colocar a meia maratona no calendário oficial de São Paulo, arrecadar recursos para a sua viabilização e obter a autorização do percurso são desafios a serem superados.

PARCERIAS DE SUCESSO

Desde o início, o NIS conta com a parceria da Coca-Cola e da Artemísia, órgãos essenciais para a realização da disciplina. "Acho a iniciativa da FGV superdisruptiva, pois permite aos jovens vivenciar o contexto um do outro com uma abordagem muito pragmática e colaborativa. Além disso, os projetos podem ajudar as comunidades a prosperar economicamente", opina Maure Pessanha, Diretora Executiva da Artemísia.

PERSPECTIVA PARA O FUTURO

De acordo com Barki, o interesse dos alunos por negócios sociais tem se intensificado e alguns já estão trabalhando no setor. Participar do desafio motivou Luisa Moreira a pensar em seguir carreira na área: "Sempre tive interesse, mas não tinha muito conhecimento sobre o tema. Durante o curso, percebi que existe a possibilidade de construir uma carreira nesse setor. Procuro me manter informada e, quem sabe, conseguir uma oportunidade".

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > aline.lilian.santos@gmail.com

ARTIGO DE AUTOR CONVIDADO



FOTO: DIVULGAÇÃO

CRIATIVIDADE COMO FERRAMENTA DE ENSINO

APESAR DE MUITAS VEZES ESTAR ATRELADA APENAS À ARTE, A CRIATIVIDADE EXERCE INFLUÊNCIAS BASTANTE POSITIVAS NO APRENDIZADO

Por Jailson Lima

O QUE É CRIATIVIDADE?

Faz parte do imaginário popular que o artista seja visto como detentor exclusivo da criatividade (Glăveanu, 2014). A falsa dicotomia segundo a qual "cientistas não são criativos e artistas não são analíticos" remete a uma visão simplista, que nega o papel fundamental exercido pela criatividade na pesquisa científica. Num contexto mais amplo, ela se aplica a todas as áreas do conhecimento, como fruto das complexas relações que resultam da interação da mente com os ambientes físico, social e cultural (Damasio, 2001).

No modelo proposto por Mihaly Csikszentmihalyi, na publicação *Creativity: The psychology of discovery and invention*, a criatividade emerge da interação de três elementos básicos:

(1) Uma cultura e seus simbolismos;
(2) Um indivíduo que traz inovação a um domínio simbólico;
(3) O reconhecimento e a validação da inovação por especialistas no respectivo domínio.

Plucker, Beghetto e Dow (2004) definem criatividade como "a interação entre atitude, processo e ambiente, pela qual um indivíduo ou grupo cria um produto que, dentro de um contexto social, é definido como novo e útil". Nessa visão, ela é uma poderosa ferramenta em todas as áreas do conhecimento que buscam inovação e originalidade, seja no desenvolvimento de teorias ou na expansão de sua aplicabilidade.

ESCOLA E CRIATIVIDADE

Estudos em psicologia cognitiva ressaltam a importância de formular métodos que permitam uma participação mais ativa do aluno em seu processo de aprendizagem, levando-se em consideração seus interesses, habilidades e história (Fink, 2003; Reif, 2008; Wiggins & McTighe, 2005).

Partindo do princípio que todos são criativos e que essa habilidade pode ser desenvolvida num ambiente escolar propício, o papel da escola se torna mais complexo: ao invés de ser um mero provedor de informação, deve se transformar no espaço em que os alunos desenvolvam as habilidades desejadas para a sociedade do conhecimento – é fundamental aprender a ser criativo (Fasko, 2001) e a "pensar fora da caixa".

> Subestimamos a importância da imaginação e da criatividade, que podem encorajar as pessoas a questionar o valor e as limitações do que está sendo ensinado.

Assim, Sir Ken Robinson (2006, 2009, 2010, 2011), especialista em criatividade da University of California/Los Angeles (UCLA), defende uma reformulação radical dos sistemas educacionais, com o intuito de cultivar a criatividade e reconhecer os vários tipos de inteligência (Gardner, 2006). Embora a importância da criatividade seja reconhecida tanto pelo mercado de trabalho como pelas instituições de ensino, a escola enfrenta um dilema existencial em um mundo altamente conectado e sobrecarregado de informação: como fomentar a criatividade, dadas as limitações de um currículo tradicional e extenso? Este artigo tenta responder a essa pergunta, descrevendo minha experiência com alunos na faixa dos 18 anos no Vanier College, instituição de ensino em Montreal, Canadá.

VANIER COLLEGE: CRIATIVIDADE NA APRENDIZAGEM

Fornecer uma experiência de aprendizagem enriquecedora, que prepara os alunos para ter sucesso acadêmico e profissional como cidadãos engajados é a declaração de missão do Vanier College. Cultivar a criatividade, o pensamento crítico e a excelência é seu principal valor.

Neste contexto, o projeto *Art & Science* teve início em 2009, no curso de "História e Metodologia da Ciência", mandatório para o programa de "Artes Liberais". De modo geral, o conhecimento em matemática e ciência adquirido por esses alunos no ensino médio é limitado, fato agravado pelo desdém de muitos pelas ciências naturais. Uma vez que o enfoque tradicional não se mostrou eficiente, busquei inspiração nos livros de Kieran Egan (2005, 2007, 2008) e Robinson (2009) sobre a importância da imaginação e da criatividade para o aprendizado.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Trabalhos dos alunos do Vanier College

Seguindo tais abordagens, montei um currículo interdisciplinar que enfatiza as relações entre o conteúdo do curso de ciência e o conhecimento prévio adquirido por esses estudantes nos cursos de filosofia, história e arte.

A busca por esse novo enfoque foi um processo criativo para mim, visto que tais tópicos estavam fora da minha especialidade, acumulada na graduação e na pós em Química. Nesse processo, fiz levantamentos bibliográficos sobre o tema, li livros e artigos, visitei museus... Foi fascinante, por exemplo, entrar em contato com o árduo processo criativo de artistas como Picasso e Michelangelo, os quais usavam múltiplos rascunhos antes de iniciar uma pintura. Constatei que artistas são não apenas criativos, mas também analíticos.

Assim, montei um curso que enfatiza os paralelos entre arte e ciência ao longo da história. Por exemplo, quais são as ligações entre as obras de Freud, Picasso e Einstein na década de 1910? Não foi por acaso que essas ideias revolucionárias surgiram em um período tão curto. A partir disso, os alunos começaram a ver a ciência de forma diferente, como parte de uma rede interligada a aspectos da arte e da filosofia, e às realidades políticas e econômicas de um determinado período histórico.

O sucesso da empreitada me encorajou a propor uma atividade na qual os estudantes devem criar uma obra de arte para ilustrar alguns conceitos científicos abordados no curso. O desafio é induzi-los a combinar representações simbólicas, cujo significado seja complexo o suficiente para transmitir sua interpretação dos conceitos científicos para seus pares. O processo de criação é individual e o produto reflete as habilidades e os tipos de inteligência de cada um. Assim, a criatividade está presente em quatro níveis: o indivíduo criativo, o processo criativo, o produto criativo e o ambiente escolar criativo.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Estudantes representam conceitos científicos por meio de artes plásticas

Ao fim da primeira turma, constatei que o processo criativo é lento e requer um diálogo constante com o professor fora da sala de aula. Os alunos precisavam de mais tempo para digerir suas ideias, como parte de uma reflexão intensa. Mas como prover esse diálogo com os estudantes? O uso da tecnologia pareceu ser a opção mais viável.

INCORPORANDO A TECNOLOGIA NO ENSINO

No ano seguinte, o processo de criação foi documentado pelo Google Docs, plataforma para diálogos assíncronos por meio da qual o professor pode dar um feedback em tempo útil. Nessa atividade, os alunos descreveram as ideias que queriam transmitir, além dos materiais, cores, texturas, tamanho da obra e técnicas que seriam empregadas. Ao longo de quatro semanas, múltiplos rascunhos foram criados até que ambas as partes chegassem a um acordo sobre a qualidade adequada do produto. Esse processo garante que os alunos estejam engajados durante todo o período ao invés de criar algo na noite que antecede a apresentação do projeto. Percebi, no entanto, que seria mais adequado ter um professor de artes para dar o feedback na parte artística do trabalho. Como o uso do Google Docs permite que os envolvidos estejam em partes distantes, a professora Michelle Wiebe, da Universidade de Victoria, na Colúmbia Britânica, foi convidada a participar da fase de elaboração e atualmente fornece feedback sobre a parte artística para diversos grupos.

Depois de entregar a versão final da atividade e apresentá-la a seus pares, os alunos escrevem um diário de aprendizagem autoreflexivo, no qual avaliam seu trabalho. Eles têm que ressaltar os pontos fortes e fracos, bem como as alterações que fariam se tivessem a chance de refazê-lo. Nessa atividade, tanto o processo quanto o produto são importantes. Posteriormente, ela foi inclusa nos cursos

de Química ministrados aos alunos de Ciência. No site do projeto (artandchemistry.ca) estão compilados os trabalhos de diversos alunos.

CONCLUSÃO

O projeto *Art & Science* foi incorporado como parte das pesquisas que o Vanier College conduz em termos de inovação de currículo. Mesclar ciências com artes visuais exige dos alunos uma reflexão intensa e um lento processo em que a informação é analisada sob diferentes perspectivas. É notória a importância da comunicação escrita e da linguagem matemática, sendo que essas formas de expressão detém hoje a supremacia tanto na transmissão de conteúdo como nas formas de avaliação empregadas no ensino. Mesmo que muitos concordem que "uma imagem vale mil palavras", a escola tem negligenciado os diversos modos de expressão artística. Ensinar os alunos a apreciar a arte, aprender a ler seus símbolos e incitá-los a se expressar artisticamente têm o potencial de enriquecer seu desenvolvimento cognitivo e criar uma visão interdisciplinar, além de propiciar o desenvolvimento das diferentes inteligências de cada um (Gardner, 2006). Essas experiências de aprendizagem exigem que os estudantes se adaptem a novas situações, preparando-os para as que irão encontrar em suas carreiras.

O ensino tradicional dá ênfase à linearidade, à doutrinação e à homogeneização. Ele se baseia em verdades inquestionáveis e tem por hábito penalizar e estigmatizar o erro, embora este seja parte integral do processo de aprendizagem. Apesar de reconhecermos seu valor na pré-escola, subestimamos a importância da imaginação e da criatividade, que podem encorajar as pessoas a questionar o valor e as limitações do que está sendo ensinado. Embora muitas das profissões do futuro nem sequer existam hoje, é inegável que todas necessitarão de profissionais criativos e capazes de lidar com o inesperado para encontrar soluções inovadoras para problemas complexos. Portanto, é imperativo que a escola, em todos os níveis, fomente a criatividade.

REFERÊNCIAS

Csikszentmihalyi, M. (1997). ***Creativity: The psychology of discovery and invention***. New York: Harper Perennial.

Damasio, A. R. (2001). ***Some notes on brain, imagination and creativity***. In K. H. Pfenninger, & V. R. Shubik (Eds.), ***The origins of creativity.*** New York: Oxford University Press.

Egan, K. (2005). ***An imaginative approach to teaching***. San Francisco: Jossey Bass.

Egan, K. (2007). ***Imagination, past and present***. In K. Egan; M. Stout; & K. Takaya (Eds.). ***Teaching and learning outside the box: Inspiring imagination across the curriculum***. New York: Teachers College Press.

Egan, K. (2008). ***The future of education: Reimagining our schools the ground up***. New Haven: Yale University Press.

Fasko, D. (2001). ***Education and creativity***. Creativity Research Journal, 13(3), 317-327.

Fink, L. D. (2003). ***Creating significant learning experiences: An integrated approach to designing college courses***. San Francisco: Jossey-Bass.

Gardner, H. (2006). ***Changing minds: The art and science of changing our own and other people's minds***. Boston: Harvard Business School Press.

Glăveanu, V. P. (2014). ***Revisiting the "art bias" in lay conceptions of creativity***. Creativity Research Journal, 26(1), 11-20.

Plucker, J. A., Beghetto, R. A., & Dow, G. T. (2004). ***Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research***. Educational psychologist, 39(2), 83-96.

Reif, F. (2008). ***Applying cognitive science to education: Thinking and learning in scientific and other complex domains***. Cambridge, MA: The MIT Press.

Robinson, K. (2006, February). ***Do schools kill creativity?*** Disponível em: ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity

Robinson, K. (2009). ***The element: How finding your passion changes everything***. New York: Viking.

Robinson, K. (2010, October). C***hanging educational paradigms***. Disponível em: ted.com/talks/ken_robinson_changing_education_paradigms

Robinson, K. (2011). O***ut of our minds: Learning to be creative***. Chichester: Capstone.

Wiggins, G., & McTighe, J. (2005). ***Understanding by design***. Alexandria, VA: ASCD.

Jailson Lima > Professor do Vanier College, em Montreal, Canadá > *limaj@vaniercollege.qc.ca*



UMA NOVA FORMA DE APRENDER EMPREENDEDORISMO

ALÉM DE CRIAR PRODUTOS E SERVIÇOS, ALUNOS TESTAM A VIABILIDADE DO NEGÓCIO PARA SABER SE DARÁ CERTO

Por Aline Lilian dos Santos e Ana Paula Yokoyama

O Brasil é um país de empreendedores. De acordo com a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada em 2014 pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), em dez anos, o país registrou aumento de 23% para 34,5% no número de empreendedores e segue na liderança mundial.

No entanto, não basta abrir uma empresa, é importante que ela cresça e prospere. Foi pensando nisso, que a FGV/EAESP lançou a disciplina "Experiência Empreendedora", na qual alunos do 2º semestre de graduação em Administração de Empresas devem criar uma ideia de negócio que se encaixe na categoria "empreendedorismo de alto impacto", ou seja, que tenha o potencial de crescer ao menos 20% ao ano, no período de três anos. A matéria também é eletiva para discentes do Mestrado Profissional em Administração (MPA).

Segundo Gilberto Sarfati, professor idealizador da disciplina, a intenção é oferecer aos estudantes uma experiência prática, de modo que sejam capazes de materializar um projeto de empreendimento, trabalhando em grupo e integrando conhecimentos de cursos como Marketing, Finanças e Operações: "Com a prática, mostramos a eles que é possível abrir um negócio a qualquer momento, inclusive durante a graduação. Ampliamos sua visão empreendedora, o que é muito positivo".

UM NOVO JEITO DE APRENDER

Nos últimos anos, o processo de desenvolvimento de startups passou por uma mudança significativa, surgindo empresas com uma lógica de maior controle sobre seus negócios. Elas foram chamadas de "startups de 2ª geração" e seu modelo de atuação ficou conhecido como "Lean Startup". "As startups de 1ª geração eram produtos de planos de negócios, em que os investidores apostavam mais na ideia do que no negócio em si. Nas de 2ª geração, a chance de o empreendimento dar certo é maior, pois passa por vários testes de validação em sua fase de concepção, resultando em mudanças e adaptações de sua estrutura", explica o professor.

Assim, no 1º semestre de 2015, Sarfati desenhou um piloto para reestruturar a disciplina de acordo com o novo modelo, que ganhou espaço nas aulas, substituiu o método tradicional de ensino e foi nomeado de "Lean Brasileiro": "Estudamos a metodologia e realizamos adaptações para que o Lean se encaixasse na realidade brasileira, abraçando todos os tipos de negócios. Assim, somos pioneiros em ensinar empreendedorismo no Brasil e em apresentar um modelo próprio na grade curricular". Com isso, o curso deixa de ser apenas teórico e o aluno, de fato, coloca a mão na massa.

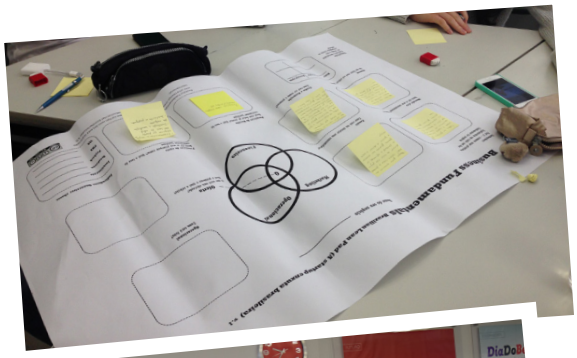
> "Os alunos estão mais engajados, propensos a rápidas mudanças de ideia e criam negócios mais factíveis, tangíveis e viáveis. Talvez tenhamos um aumento no número de empreendedores oriundos da FGV.
>
> *Gilberto Sarfati, idealizador da disciplina*

APLICANDO O LEAN EM SALA DE AULA

O Lean Brasileiro é focado na aceleração do desenvolvimento do modelo de negócio, tomando como ponto de partida o *Customer Development*, método que busca o alinhamento do produto ou serviço com o mercado. Para isso, são utilizados três tipos de ferramentas "Canvas" (*Idea Skecth Pad, Business Model Canvas* e *Business Fundamental Canvas*), espécies de pôsteres que mostram toda a estrutura do empreendimento, permitindo que o aluno tenha uma visão ampla, integrada e estratégica de seu negócio.

Primeiramente, os estudantes, divididos em grupos, montam um mapa de ideação com a proposta inicial. Em seguida, realizam uma apresentação para os demais colegas, que avaliam suas ideias de acordo com critérios estabelecidos pelo modelo. "O feedback criterioso e imediato contribui para que os alunos revejam suas ideias mais rapidamente. No método tradicional, eles eram resistentes a repensá-las, porque, no fundo, esperavam que o professor fizesse isso", diz Sarfati, ressaltando que, nessa metodologia, o docente sai de uma postura constantemente crítica, passando a ser o condutor, e não o árbitro.

FOTOS: ALINE SANTOS











Professor Gilberto Sarfati orienta grupos em sala

Depois, os estudantes partem para a validação do negócio por meio de um teste de hipótese, realizado a partir de entrevistas com potencias clientes. As respostas obtidas geralmente resultam em alterações no negócio e, em última instância, no abandono da ideia em execução e no desenvolvimento de uma nova. "Acontecem muitas alterações no processo de experimentação, podendo levar ao desmonte de algumas equipes e ao nascimento de outras, como na vida real das startups", conta Sarfati. "Inclusive, incentivamos que eles mudem de ideia a qualquer momento, porque o importante é buscar o que o cliente e o mercado querem, evitando desperdiçar dinheiro", completa Adriana Ventura, que também ministra a disciplina.

Posteriormente, as equipes prepararam o Produto Minimamente Viável (PMV), que é um protótipo do produto ou uma demonstração do serviço, para, então, executar-se uma nova rodada de testes com potenciais consumidores. "Eles devem elaborar um site ou um aplicativo para dar forma ao que é intangível e mostrar porque o negócio é inovador. É aí que eles percebem que nem sempre é possível concretizar tudo o que imaginam", revela Adriana.

A validação do protótipo e a realização de testes financeiros para apurar a viabilidade do empreendimento também costumam gerar alterações, fazendo com que os grupos promovam novas mudanças antes de sua finalização. "A intenção é: `Tem uma ideia e acha que o consumidor pagaria por ela? Vá testar´. Não se chega ao fim do processo para descobrir que ele não funciona, você vai adaptando a ideia desde o primeiro dia. É testar, cair e levantar. Por isso é um método muito dinâmico", ressalta a professora.

As aulas, que duram cerca de 4 horas, contam com uma parte expositiva (especialmente no início do curso), além de um espaço para os alunos falarem sobre os aprendizados da semana, apresentarem o andamento de seus projetos – que são acompanhados de perto pelo docente – e se reunirem para alinhar as próximas etapas do trabalho.

FOTOS: ALINE SANTOS



Alunos apresentam suas ideias na Feira de Empreendedorismo da FGV/EAESP

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO

Depois de a ideia ser testada e validada, os alunos apresentam seus protótipos na Feira de Empreendedorismo da EAESP, que conta com investidores, pessoas do mercado e, principalmente, ex-alunos empreendedores, "porque eles têm uma experiência recente para compartilhar com os estudantes", explica Adriana.

Ao fim, professores da disciplina e jurados convidados escolhem os cinco melhores negócios (um de cada turma), os quais apresentam suas ideias no palco e recebem um certificado. Dentre esses, um é o vencedor. Neste semestre, o Grupo Gaia doou R$ 25,000 para a equipe campeã desenvolver sua ideia.



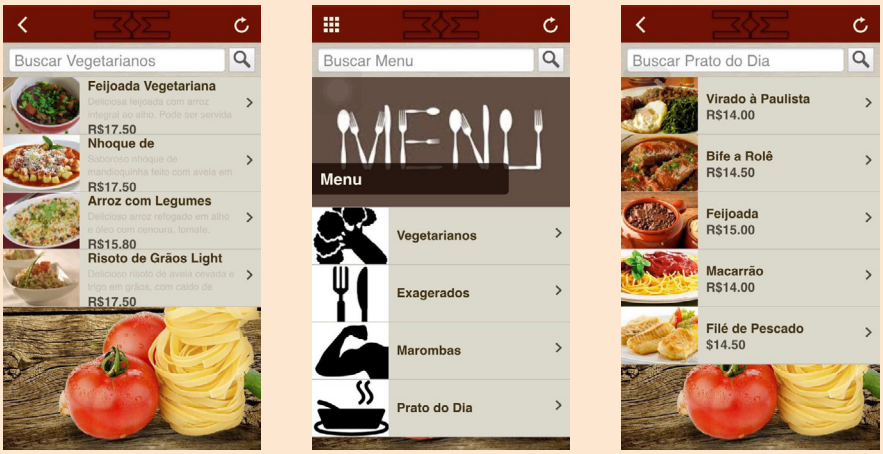


FEEDBACK DOS ALUNOS

O sinal positivo para seguir com a experiência veio dos próprios estudantes, que reconheceram as potencialidades da metodologia. "Ficar só na teoria não é suficiente. A prática é importante para provocar a reflexão do que estamos aprendendo, por isso essa disciplina é muito interessante. Não é fácil ter uma ideia e tornar o negócio viável. É um conhecimento que apenas a prática nos proporciona", afirma Ligia Tira, aluna de graduação em Administração de Empresas.

Fernando Tancredi, também aluno da disciplina, conta como os desafios ajudaram em seu aprendizado: "Tivemos dificuldade em definir a forma de gerar receita, o público-alvo, a maneira de cativar os clientes... Ouvir o professor falar sobre essas questões é uma coisa, correr atrás e descobrir é outra. Empreendedorismo se aprende fazendo".





"MyMita", aplicativo para entrega de refeições a universitários. Negócio criado pelos estudantes.

EXEMPLOS DE NEGÓCIOS CRIADOS NA DISCIPLINA

- Caá Polpas
- Recinto
- Weekly
- Beauty2go
- Checkmein

Já Isadora Pollo, colega de turma de Fernando, ressalta como a iniciativa estimula os estudantes a olharem para o empreendedorismo como uma possibilidade de futuro profissional: "Está nascendo uma sementinha que faz com que o público da GV esqueça um pouco o mercado financeiro e passe a considerar o empreendedorismo como uma opção de carreira".

BENEFÍCIOS

Os principais resultados positivos da disciplina decorrem de sua experiência prática, proporcionando novas perspectivas e desafios a serem superados. "Notamos que os alunos estão mais participativos, engajados, propensos a rápidas mudanças de ideia e, acima de tudo, criam negócios mais factíveis, tangíveis e viáveis. Talvez tenhamos um aumento no número de empreendedores oriundos da FGV", avalia Sarfati.

O fato de a sala ganhar um novo layout, reproduzindo ambientes de aceleradoras e *co-working spaces* – em que o foco não é o professor, mas sim a vivência do grupo –, contribui para deixar a experiência mais real. Além disso, entregar atividades periodicamente faz com que os alunos se sintam em um ambiente profissional. "É estimulante ter uma meta a cumprir a cada semana, porque faz com que estejamos sempre engajados com a matéria, ainda mais sabendo que apresentaremos o trabalho na Feira de Empreendedorismo", opina Fernando.

Segundo o professor, isso também se deve ao fato de os alunos ainda não desapegarem do modelo tradicional de avaliação, composto por trabalhos e provas: "Por isso, adaptamos essa liberdade de atuação a uma programação de entregas periódicas e detalhadas".

Outro ponto interessante é que a disciplina estimula a criatividade. Dentre os negócios sugeridos pelos estudantes, pode-se citar: site para a venda de polpas de sucos verdes e naturais; negócio especializado na entrega de refeições para universitários; serviço de compra de obras de arte expostas em lugares públicos (como bares e restaurantes); entre outros.

SAIBA MAIS:
Depoimento de aluna sobre a disciplina "Experiência Empreendedora": clique aqui

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > aline.lilian.santos@gmail.com

Ana Paula Yokoyama > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > anapaula.yokoyama@gmail.com



PENSANDO FORA DA CAIXA

COMO TRANSFORMAR O TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM UMA EXPERIÊNCIA DINÂMICA E INTERATIVA

Por Aline Lilian dos Santos e Ana Paula Yokoyama

Não é incomum ver os alunos dispersos durante uma aula expositiva, ainda mais considerando as diversas opções de distração que eles têm à disposição – smartphones, notebooks, etc. Assim, muitas vezes o professor se vê obrigado a disputar a atenção dos estudantes com mensagens de celular, acesso a redes sociais e conversas paralelas.

Dessa forma, Jolanda Battisti, professora que leciona a disciplina "Orientação para o Trabalho de Conclusão de Curso" (OTCC) para alunos do 7º semestre de graduação em Administração de Empresas que escolhem desenvolver uma monografia em Economia ou Finanças, decidiu inovar em sua metodologia de ensino, aplicando dinâmicas que promovam maior interação entre os alunos da FGV/EAESP.

ALÉM DO CONVENCIONAL

Desenvolver um TCC – seja um plano de negócio, uma monografia ou um relatório de consultoria – não é tarefa fácil. A professora precisa ajudar os alunos a entender como se chega a uma ideia relevante e possível de ser explorada em tempo hábil; orientá-los sobre a busca de conteúdo e revisão de literatura; ensiná-los a elaborar listas e fichas de leitura, bem como mapas de literatura; auxiliá-los na escolha dos métodos mais apropriados para a pesquisa; e, por fim, orientá-los a escrever e adequar o trabalho às normas da instituição.

Diante de um processo tão minucioso e complexo, surgiu a ideia de implantar ações dinâmicas e interativas, como: atividades em grupo, reuniões de orientação coletiva (além das individuais) com layout da sala de aula diferenciado, entre outras. "Como o nível de complexidade da disciplina é alto, busquei alternativas que fizessem com que 100% da atenção do aluno estivesse voltada à aula, e que seu nível de absorção do conteúdo fosse ampliado. Para isso, os estudantes devem estar no centro das atividades, que são oportunidades únicas para eles se envolverem melhor com seu próprio tema", revela Jolanda.

INTERAÇÃO A FAVOR DA APRENDIZAGEM

Visando promover a interação entre os alunos e deixá-los mais familiarizados com o curso, logo na primeira aula acontece a dinâmica *The ball is in your corner*. Nesta atividade, os estudantes sentam em cadeiras dispostas em forma de círculo. A professora, então, joga uma bola de handebol para um deles, o qual deve se apresentar e falar sobre sua ideia de pesquisa. Caso ainda não tenha um tema definido, ele pode dizer qual assunto mais lhe desperta interesse. Depois de finalizar a explicação, o aluno escolhe um colega e passa a bola para que este realize o mesmo processo, o qual se repete até que todos participem. "É interessante um *brainstorming* nesses moldes, porque não sou eu quem fala, e sim os alunos. A dinâmica também abaixa a ansiedade dos que ainda não têm um tema definido [já que a professora sugere caminhos que eles podem seguir], aumenta a concentração e a integração da turma, e faz com que estejam mais abertos a discussões", conta Jolanda.

> "Os estudantes devem estar no centro das atividades, que são oportunidades únicas para eles se envolverem melhor com seu próprio tema."
>
> *Jolanda Battisti, professora da disciplina OTCC*

Kim Uehara, aluno da disciplina OTCC, é um dos que aprovam a proposta da dinâmica: "Gostei de estarmos em círculo, porque conseguimos escutar melhor o que todos falam, temos que nos expressar de maneira diferente, e estar mais atentos e envolvidos na aula, já que a qualquer momento a bola pode vir para um de nós".

EVOLUÇÃO DO TEMA

Com o intuito de ajudar os alunos a darem os primeiros passos em suas pesquisas, a professora apresenta um vídeo explicando como utilizar bancos de dados e de literatura de forma proveitosa. Logo depois, eles colocam o conhecimento adquirido em prática, realizando uma busca nos periódicos da Biblioteca Digital da FGV.

Posteriormente, os estudantes aprendem a criar listas e fichas de leitura – resumo das principais ideias recrutadas ao longo da pesquisa –, as quais devem ser entregues parcialmente, para que a professora corrija e os oriente periodicamente.

FOTOS: ALINE SANTOS











Alunos falam de suas pesquisas na atividade *The ball is in your corner*

Nas aulas seguintes, Jolanda os ensina a elaborar mapas de literatura, mostrando como organizar em forma de palavras-chave os materiais coletados. "Trata-se de um mapa de desenvolvimento, que deixa bastante claro o que precisa ser alterado na monografia. Quando ele fica pronto, o trabalho está praticamente finalizado, porque já apresenta a ordem e a estrutura adequadas", explica ela.

SPEED DATING

Partindo do conceito *Elevator Pitch* (Conversa de Elevador), o *Speed Dating* consiste em uma das dinâmicas mais interessantes do curso, visto que tem como principal objetivo aprimorar a ideia de pesquisa do aluno. Isso se deve ao fato de que, muitas vezes, ele sabe o que quer estudar, mas ao contar para outras pessoas (orientador, professores, colegas, família) percebe que a ideia não está tão clara.

Na sessão de *Speed Dating*, os estudantes sentam-se frente a frente e cada um conta cinco vezes – sempre para um colega diferente – o que pretende pesquisar. O ouvinte, por sua vez, oferece sugestões de melhorias para a pesquisa de quem está apresentando, apontando gargalos e

FOTOS: ALINE SANTOS











Estudantes trocam ideias na dinâmica *Speed Dating*

ressaltando quais pontos poderiam ser abordados. "Essa prática aumenta o rendimento dos alunos, porque desperta questionamentos e troca de ideias entre eles, levando ao aperfeiçoamento do assunto escolhido para o TCC. Repetindo cinco vezes, cada um tem a oportunidade de aprimorar a explicação de seu tema até que fique suficientemente compreensível. A ideia é chegar a uma história tão clara, que se o estudante precisar contá-la a qualquer pessoa no elevador [*Elevator Pitch*], em uma conversa rápida, será fácil de entender o que ele está pesquisando", diz Jolanda.

Outro aspecto positivo é que, ao fim da dinâmica, os alunos recebem um resumo do que cada ouvinte entendeu de seu trabalho. Além de proporcionar novas ideias e perspectivas, também é uma

> A opinião dos colegas ajuda a ter vários *insights* interessantes e nos permite enxergar as ideias a partir de outro ângulo. Além disso, para mim, um dos principais benefícios desse método foi que, ao falar em voz alta sobre o meu projeto, tive novas ideias por conta própria. A reflexão se torna muito mais eficiente.

Rodrigo Junqueira, aluno do curso de Administração de Empresas da FGV/EAESP

maneira de verificar se o tema está sendo comunicado de forma eficiente. "Se você quer realizar uma pesquisa, precisa falar muito sobre ela. Tudo melhora, inclusive sua linguagem para apresentar o assunto", avalia a professora.

Rodrigo Junqueira, aluno do curso de Administração de Empresas da EAESP, conta que o *Speed Dating* auxilia a refletir sobre o que se pretende escrever: "A opinião dos colegas ajuda a ter vários *insights* interessantes e nos permite enxergar as ideias a partir de outro ângulo. Além disso, para mim, um dos principais benefícios desse método foi que, ao falar em voz alta sobre o meu projeto, tive novas ideias por conta própria. A reflexão se torna muito mais eficiente".

Kim destaca que ter acesso a diferentes pontos de vista dos ouvintes e repetir diversas vezes o assunto de sua monografia tornaram a experiência muito enriquecedora em termos de aprendizado. "O mais interessante é que quando você fala, você treina para defender a sua tese. Ao longo da dinâmica, fui lapidando as ideias e elas convergiram para um discurso melhor. No fim, fui mais convincente e meu tema estava bem mais claro", revela ele, ressaltando também que ser ouvinte de outros trabalhos abriu sua mente em relação aos assuntos que os demais colegas estão pesquisando.

COLOCANDO A IDEIA NO PAPEL

Ao longo da disciplina, os alunos assistem a uma entrevista do professor Luiz Brito (FGV/EAESP), com orientações de como escrever e o que evitar ao elaborar um artigo acadêmico, e participam do *Writer´s Corner*, atividade na qual começam a desenvolver a monografia sob a orientação da professora. "Vamos para o LEPI [laboratório], onde são realizados exercícios com dicas de como organizar as informações, abordar o tema e escrever o TCC", afirma Jolanda.

APROVAÇÃO DOS ALUNOS

Rodrigo acha que a disciplina contribuiu significativamente para o seu aprendizado. "A etapa de preparação e todo o suporte da professora nos ajuda a definir o tema. Durante a pesquisa, é ótimo conhecer diferentes caminhos (novos bancos de dados, metodologias avançadas, etc.) que viabilizam um estudo ainda mais profundo e relevante do que foi concebido anteriormente", diz ele, aproveitando para dar uma sugestão: "Apesar de ser essencial conhecermos a literatura, seria interessante que a disciplina também explorasse etapas mais práticas do trabalho, já que, muitas vezes, sua execução pode ser complicada".

Kim aponta a interação e a ampliação da rede de relacionamentos como alguns dos principais benefícios e diferenciais do curso. "Interagindo, descobri que um colega de sala está desenvolvendo um tema semelhante ao meu, e pudemos trocar várias ideias. Esse diálogo amplia nosso campo de conhecimento e nos permite aumentar a rede. Aula expositiva é muito importante, mas é preciso ter uma quebra para participarmos e termos mais motivação. Senão, a chance de perdermos o interesse é grande", opina o aluno.

MÉTODO DE AVALIAÇÃO

As dinâmicas fazem parte das atividades do curso, as quais correspondem a 30% da nota, assim como a avaliação parcial (projeto individual - parte I). Já a avaliação final (projeto individual - parte II) diz respeito a 40% da nota total.

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > aline.lilian.santos@gmail.com

Ana Paula Yokoyama > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > anapaula.yokoyama@gmail.com



SOLUCIONANDO PROBLEMAS REAIS NO AMBIENTE EDUCACIONAL

ALUNOS DESENVOLVEM PLANO DE MARKETING E TRAZEM NOVA VISÃO SOBRE DESAFIOS ENFRENTADOS POR GRANDES MARCAS

Por Aline Lilian dos Santos e Kátia Serafim

Todos os dias, a indústria de bens de consumo coloca à nossa disposição os mais diversos tipos de produtos. A cada visita ao supermercado, à farmácia, contamos com um enorme leque de opções de medicamentos, produtos de cuidado pessoal, entre outros.

Nessa acirrada competição mercadológica, vence a marca que mais se destaca e consegue expor suas potencialidades ao consumidor, sendo capaz de induzir as pessoas a experimentar seu produto e de reafirmar sua qualidade, fidelizando o cliente. Entretanto, chamar a atenção e cativar o consumidor em meio a tantas possibilidades, não é um trabalho fácil.

Com a intenção de aproximar os alunos dessa realidade – a qual pode ser parte de suas vidas profissionais futuramente – a FGV/EAESP instituiu o "Desafio Marketing Mix". Aplicada a turmas do 5º semestre do curso de graduação em Administração de Empresas, a atividade consiste em encontrar soluções criativas e viáveis para *cases* de grandes marcas, por meio da elaboração de um plano de marketing.

A iniciativa da área mercadológica da Escola foi motivada pelas professoras Inês Pereira e Zilla Bendit, e é coordenada pelo professor Leandro Guissoni.

O DESAFIO

Para que os estudantes tenham noção de como é trabalhar com o marketing aplicado, durante a disciplina "Marketing Mix", eles têm a oportunidade de lidar com situações reais enfrentadas por marcas de uma empresa parceira, que, no caso, tem sido a Johnson & Johnson desde o 2º semestre de 2013.

Um dos principais objetivos da proposta é integrar o conhecimento adquirido nos cursos de "Introdução ao Marketing" (1º semestre), "Estratégia Mercadológica" (3º semestre) e "Pesquisa de Mercado" (4º semestre). "No 5º semestre, os alunos já têm clareza de fundamentos, além de algumas ferramentas e técnicas para elaborar um plano de marketing. Assim, é interessante que coloquem esse conhecimento em prática, resolvendo um problema específico", explica Leandro. "Precisamos resgatar conceitos de outras disciplinas de marketing para elaborar o plano, o que traz ainda mais aprendizado", completa Lorena Luz, aluna de graduação e participante do Desafio.



FOTO: DIVULGAÇÃO

Palestra de alunos vencedores
do "Desafio Marketing Mix" aos novos competidores

Antes do início do semestre letivo, o professor e os gestores de marketing da J&J analisam os objetivos educacionais e os interesses da empresa, para, então, selecionar as marcas participantes do Desafio, sempre levando em consideração um problema gerencial relevante, a dinâmica da categoria e a atual posição da marca no Brasil.

Na primeira aula do curso, os estudantes conhecem o regulamento e o cronograma de projetos a serem desenvolvidos no semestre. Divididos em grupos, eles são estimulados a trabalhar em equipe, bem como a definir o líder do time e a função de cada membro, visando atingir as metas estabelecidas.

O contato inicial com os produtos selecionados acontece na apresentação de briefing, realizada pelo gerente de cada marca. Nesta etapa, os alunos têm a chance de conhecer melhor o produto que será foco de seu plano de marketing.

Em um segundo momento, os estudantes visitam a J&J e participam de uma reunião com o executivo de suas respectivas marcas, em que podem sanar dúvidas, testar a aderência e a consistência de suas propostas, e receber orientações para seus projetos. Além disso, eles têm a oportunidade de conhecer a empresa e o ambiente de trabalho da companhia. Nesta fase, o principal objetivo é contribuir para a experiência profissional dos participantes.

Para Tatiana Miana, Diretora de Marketing da J&J, os estudantes aprendem muito com essa iniciativa, pois lhe são apresentados problemas verdadeiros.

FOTOS: ALINE SANTOS/DIVULGAÇÃO



Participantes apresentam seus projetos no evento final do Desafio

BENEFÍCIOS DO MÉTODO

O "Desafio Marketing Mix" possibilita ao aluno adquirir a capacidade de:

- Entender e vivenciar a complexidade das decisões na área de marketing;
- Estabelecer relação entre teoria e prática, integrando conhecimentos adquiridos nas disciplinas de marketing ao longo da graduação;
- Aprender a utilizar linguagens do meio acadêmico e empresarial para defender sua ideia;
- Compreender etapas da elaboração de um plano de marketing, o qual o permitirá resolver problemas reais vivenciados por gerentes de grandes marcas;
- Selecionar conceitos e métodos de análise para decidir sobre produtos, preços, comunicação e distribuição;
- Interagir com gestores de uma grande empresa em um projeto comum, preparando-o para o mercado de trabalho;
- Produzir materiais variados para comunicar a resolução do *case*, utilizando formatos e linguagens específicas para os diferentes públicos que avaliam os trabalhos durante a competição.

"Os alunos vivenciam a realidade da empresa e é bom ver o que conseguem construir. É uma experiência rica para eles e para nós, pois nos ajudam a pensar fora da caixa, trazendo, muitas vezes, uma nova visão sobre o problema".

TRANSMITINDO O CONHECIMENTO

Logo no início do semestre, os atuais competidores participam de uma palestra com os participantes que venceram edições anteriores do "Desafio Marketing Mix", o que é uma importante motivação, visto que as experiências compartilhadas têm o papel de orientar as condutas dos estudantes e auxiliá-los nas tomadas de decisão ao longo da atividade.

Além disso, durante o desenvolvimento do plano de marketing, os alunos recebem orientações pontuais dos professores envolvidos no Desafio e de monitores, que geralmente são doutorandos do Departamento de Mercadologia da EAESP.

ENTREGA DE RESULTADOS

Após as melhorias sugeridas e o aperfeiçoamento dos trabalhos, os estudantes entregam seus projetos finais em quatro formatos: texto (um relatório acadêmico e um executivo); Power Point (apresentando o plano com foco executivo) e vídeo (de até 4 minutos, em que o grupo defende suas ideias).

Posteriormente, os trabalhos são avaliados por um comitê acadêmico da instituição e pelos gestores das marcas participantes.

O GRANDE VENCEDOR

Após os trabalhos serem julgados e os grupos receberem feedback, o melhor projeto de cada marca é selecionado para realizar uma apresentação no evento final do Desafio, onde são analisadas as soluções propostas pelos estudantes, que são avaliados por uma banca composta por executivos da Johnson e por professores do departamento de Mercadologia da EAESP. Ao fim, elege-se o 1º e o 2º lugares, que ganham um prêmio em dinheiro e uma nota bônus na disciplina. Todos os finalistas recebem certificados.

Renata Melo, aluna do grupo que venceu a 4ª edição do Desafio, ressalta a importância que a prática exerceu em seu aprendizado, destacando o conhecimento que adquiriu por meio do contato com os gestores das marcas participantes: "É muito importante recebermos uma avaliação executiva relacionada ao que encontraremos no mercado de trabalho, principalmente porque eles lidam diariamente com os desafios que enfrentaremos no futuro. Por isso, temos que adequar nossas estratégias para apresentar um projeto interessante tanto para os professores quanto para a empresa".

A EXPERIÊNCIA NO APRENDIZADO

Por meio do Desafio, os estudantes saem de sua zona de conforto e aplicam o conhecimento adquirido anteriormente. Além disso, têm a chance de compreender o papel estratégico do marketing, conhecendo suas particularidades e importância em um ambiente corporativo cada vez mais competitivo. "Quando o aluno se coloca no lugar do gerente de uma marca, tem que ter a visão do todo, não só da comunicação, do preço e dos canais de distribuição. É uma oportunidade de entender e vivenciar a complexidade das decisões envolvidas no marketing", destaca o professor.

Os estudantes também reconhecem o aprendizado obtido por meio do contato próximo com uma área tão relevante para o sucesso de qualquer negócio. "Academicamente, é um grande enriquecimento e uma ótima chance de colocarmos em

> "Hoje tenho certeza que quero trabalhar com marketing. Devo isso, em grande parte, ao Desafio, porque me permitiu conhecer de forma aprofundada várias frentes dessa área.
>
> *Joana Ladgraf, aluna da disciplina "Marketing Mix"*



FOTO: ALINE SANTOS

Banca acadêmica e executiva avalia trabalhos finalistas



FOTO: DIVULGAÇÃO

Professor Leandro Guissoni fala sobre projetos no evento final

> Os alunos vivenciam a realidade da empresa e é bom ver o que conseguem construir. É uma experiência rica para eles e para nós, pois nos ajudam a pensar fora da caixa, trazendo, muitas vezes, uma nova visão sobre o problema.

Tatiana Miana, Diretora de Marketing da Johnson & Johnson

FOTOS: ALINE SANTOS/DIVULGAÇÃO







Equipes vencedoras da 2ª, 3ª e 4ª edições do Desafio

prática o que aprendemos na GV", complementa Bruna Giordano, aluna da disciplina "Marketing Mix".

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

Para a atribuição da nota final individual, utiliza-se o "Sistema Banco de Pontos", em que o grupo – em comum acordo – divide os pontos conquistados entre seus integrantes. Por exemplo, uma equipe que possui cinco pessoas e atinge nota 8 tem 40 pontos a serem distribuídos, sendo que 10 é a nota máxima para cada estudante.

OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS

A experiência proporcionada pelo Desafio tem se mostrado muito eficiente, já que funciona como uma espécie de vitrine para os futuros profissionais. Após o contato que estabelecem com a empresa, os alunos que mais se destacam na atividade são indicados para o programa de estágio da J&J.

SAIBA MAIS:
Canal "Desafio Marketing Mix" no YouTube, com depoimentos de alunos, professores e executivos da Johnson & Johnson: clique aqui

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *aline.lilian.santos@gmail.com*

Kátia Serafim > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *katia-serafim@hotmail.com*



UM *UP* NA ESTATÍSTICA

CRIADA POR PROFESSOR DA FGV/EAESP, PLATAFORMA "STATMEUP" DISPONIBILIZA VÍDEOS E EXERCÍCIOS ON-LINE PARA FACILITAR O ENTENDIMENTO DA DISCIPLINA

Por Aline Lilian dos Santos e Ana Paula Yokoyama

Nem sempre é fácil entender Estatística. Agora, imagine contar com uma plataforma que oferece videoaulas e uma base de dados com exercícios variados sobre o tema.

Foi essa forma que André Samartini, professor de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP, encontrou para facilitar o aprendizado de seus alunos. Ele criou o "Statmeup", site cujo objetivo é disseminar o conhecimento de Estatística e que funciona como ferramenta de apoio para o ensino da disciplina, auxiliando tanto professores quanto estudantes, dentro e fora da sala de aula.

> É mais fácil entender a matéria com os exemplos, *cases* e apresentações que o professor inclui nos vídeos. O fato de poder repetir várias vezes também ajuda a fixar as informações. Acho que todas as disciplinas deveriam utilizar vídeos como recurso.
>
> *Camila Nogueira, aluna de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP*

VEIO PARA FICAR

Samartini conta que a ideia inicial do site era entender como os alunos absorviam e aplicavam os conceitos da Estatística: "No começo, a plataforma tinha apenas exercícios. As respostas dos estudantes eram armazenadas em um banco de dados, para que eu pudesse estudar seu comportamento, detectar em quais temas eles apresentavam mais dificuldade e quais assuntos precisavam ser reforçados".

Com o crescente número de acessos, o professor pensou em formas de aperfeiçoar o site e oferecer um suporte mais amplo aos usuários – inclusive com base nas sugestões dos alunos. Assim, Samartini começou a produzir vídeos explicativos e a disponibilizá-los.

De acordo com o professor, as aulas on-line foram criadas para tornar os encontros presenciais mais dinâmicos e eficientes, permitindo ao docente ampliar a discussão em sala de aula e propiciar um aprendizado mais rico aos estudantes: "Uso os vídeos como material de apoio. Assuntos mais básicos ou pontos específicos de determinados conteúdos são explorados nas aulas on-line, o que nos permite aprofundar a discussão em sala e tratar de temas que talvez não conseguiríamos abordar no método tradicional".

CONCEITO INOVADOR

Um dos maiores benefícios da ferramenta é que os temas são apresentados por meio de vídeos, *cases*, gráficos e ilustrações, sempre de forma direta e sucinta, adaptando-se à realidade de quem quase não tem tempo. Além disso, o "Statmeup" disponibiliza cursos e prática guiada de exercícios, com objetivos claros e feedback imediato. A plataforma é indicada não só para o estudo da Estatística, mas também para a aplicação de seu conteúdo no trabalho e como referência para consulta.

Para Samartini, disponibilizar materiais que permitam auxiliar e ampliar o conhecimento representa uma grande motivação para os alunos e uma transformação no processo de ensino-aprendizagem: "Acredito que, com o site, conseguimos uma mudança na metodologia de ensino, uma vez que contam com material de apoio, seja na hora de estudar ou mesmo em classe. Em sala de aula, há uma quebra do comportamento conhecido, os alunos se tornam mais engajados, participativos e trazem questionamentos cada vez mais consistentes para um debate mais rico".

Audy Fernandes, que também é professor de Estatística na EAESP e faz uso do site, conta que a aplicação dos vídeos em suas aulas trouxe retornos pedagógicos positivos, especialmente para estudantes que precisam de reforço no conteúdo transmitido em sala. "Apesar de gostar do modelo convencional de ensino, reconheço os benefícios que os vídeos e exercícios on-line proporcionam, tanto que disponibilizo aos alunos links referentes a temas que estou lecionando e indico o site como uma boa fonte de pesquisa e estudo", explica o docente.



Vídeos e exercícios on-line disponíveis no "Statmeup"

DESENVOLVIMENTO DAS AULAS ON-LINE

Samartini revela que os vídeos são criados com base em um roteiro, trazendo o conteúdo essencial de cada tema e exemplos que facilitam o entendimento. Apresentações em Power Point e Excel são muito utilizadas na edição, para que os alunos visualizem o que está sendo explicado e estudado: "Os vídeos têm entre dois e cinco minutos. Como a ideia é abordar o conteúdo de forma pontual e prática, o processo de criação é longo e trabalhoso, já que é preciso selecionar e compilar as informações de forma assertiva, destacando os pontos mais relevantes. A estruturação de uma aula on-line leva, em média, 15 horas".

A escolha dos temas explorados nos vídeos tem relação direta com as aulas ministradas pelo professor na graduação e na educação continuada. "Tento tratar de temas básicos. Também exploro assuntos que o aluno pode aprender fora da aula, mas nada muito complexo", complementa ele.

EXPERIÊNCIA POSITIVA

Depois de tanto trabalho e dedicação, nada como receber retornos positivos. Samartini comemora os feedbacks de seus alunos, de profissionais do mercado – que utilizam a ferramenta para consulta – e de outros professores: "Uma vez recebi o contato de um professor do Rio Grande do Sul que faz uso do material como apoio em suas aulas. É muito interessante ver o alcance que o projeto tomou!".

Audy conta que seus alunos também têm se manifestado positivamente em relação à ferramenta e destaca seus benefícios para o ensino. "Os vídeos e exercícios disponíveis no site auxiliam no entendimento e na fixação do conteúdo, o que é de extrema importância para eles. Por mais que a gente explique a matéria e esclareça as dúvidas, cada aluno tem o seu tempo de aprendizado. E esse é um dos maiores diferenciais da plataforma: os estudantes podem acessar as informações a qualquer momento e quantas vezes quiserem", afirma o professor.

FOTOS: ALINE SANTOS



ALUNO: PROTAGONISTA DO SEU APRENDIZADO

Utilizar ferramentas tecnológicas como metodologia de ensino tem sido cada vez mais comum, pois auxilia no aprendizado, expande o conhecimento e torna a disciplina mais interativa e dinâmica.

Neste caso, a adoção de vídeos e exercícios on-line como material de apoio, tanto dentro quanto fora da sala de aula, confere mais autonomia ao aluno e o estimula a exercer um papel mais ativo sobre seu aprendizado. Além disso, respeita o tempo e a didática de cada um para a melhor absorção do conteúdo.





Estudantes assistem a vídeos e realizam exercícios em sala

Camila Nogueira, aluna de graduação em Administração de Empresas, revela que os vídeos são excelentes tanto para revisão – por serem completos e didáticos – quanto para a assimilação da matéria: "Não se compara a uma aula presencial, mas para revisar o conteúdo é muito bom. Sem contar que é mais fácil entender a matéria com os exemplos, *cases* e apresentações que o professor inclui nos vídeos. O fato de poder repetir várias vezes também ajuda a fixar as informações. Acho que todas as disciplinas deveriam utilizar vídeos como recurso".

DESAFIOS

"Gostaria de publicar um vídeo por semana, mas o processo é complexo", comenta Samartini, ao ser questionado sobre as principais dificuldades relacionadas ao desenvolvimento de conteúdo para o site. Além disso, o docente explica que existem processos de atualização e de tecnologia que não são de seu total domínio, para os quais conta com a ajuda de um colega.

> Em sala, muitas vezes, há situações que nos distraem. Por isso, costumo assistir aos vídeos antes das aulas. Assim, consigo me concentrar mais e absorver melhor os conceitos. Adotando essa estratégia, já sei quais dúvidas terei que sanar e o aprendizado flui melhor.

Victor Coimbra, aluno de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP

ADOTANDO A FERRAMENTA DE FORMA EFICIENTE

O aluno Victor Coimbra, também da turma de graduação, conta que assiste aos vídeos do "Statmeup" antes das aulas, o que, em sua opinião, contribui para o seu aprendizado. "Em sala, muitas vezes, há situações que nos distraem. Assim, consigo me concentrar mais e absorver melhor os conceitos.

FOTO: ALINE SANTOS



Professor André Samartini auxilia alunos em atividade

Adotando essa estratégia, já sei quais dúvidas terei que sanar e o aprendizado flui melhor", explica ele, complementando que outro aspecto positivo do método é respeitar o tempo e a didática de cada um na compreensão do conteúdo.

O estudante também é a favor de que outras disciplinas façam uso de vídeos em suas metodologias, para que haja mais discussão de temas importantes em classe, potencializando o conhecimento proporcionado aos alunos: "Aproveitar o tempo em sala de aula para discutir determinados assuntos é fundamental. Creio que a adoção dos vídeos tornaria nossa formação ainda mais completa".

SUGESTÕES BEM-VINDAS

Além de ressaltar os benefícios, os alunos também aproveitam para dar sugestões, visando deixar o método ainda mais eficiente. "Seria interessante elaborar vídeos que dessem continuidade a alguns temas, porque, uma vez que assimilamos os conceitos, gostaríamos de aprofundar o conhecimento em assuntos que, muitas vezes, são desdobramentos da matéria", opina Camila, usuária assídua do "Statmeup".

Victor também deixa sua sugestão, porém, voltada à instituição de ensino. Ele pede que a Escola incentive cada vez mais esse tipo de metodologia. Para ele, os estudantes conseguem explorar mais seu potencial de aprendizado e absorver melhor os conteúdos das disciplinas.

SAIBA MAIS:
Confira vídeos e exercícios sobre Estatística no Statmeup: statmeup.com.br

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *aline.lilian.santos@gmail.com*

Ana Paula Yokoyama > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *anapaula.yokoyama@gmail.com*



VÁRIAS CABEÇAS CRIAM MELHOR DO QUE UMA

INTEGRAÇÃO ENTRE ESTUDANTES DE DIFERENTES CURSOS RESULTA NA AMPLIAÇÃO DO CONHECIMENTO E NA ELABORAÇÃO DE NEGÓCIOS TECNOLÓGICOS

Por Aline Lilian dos Santos e Ana Paula Yokoyama

Cada vez mais os docentes adotam metodologias inovadoras capazes de ampliar o aprendizado e o interesse dos alunos pelo conteúdo. Exemplo disso é a disciplina "Criação de Negócios Tecnológicos", ministrada para estudantes de graduação em Administração de Empresas da FGV/EAESP e alunos de Engenharia da Poli-USP e do Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), a qual busca a integração de estudantes de diferentes cursos e universidades para a elaboração de negócios com forte cunho tecnológico.

NASCIMENTO DA IDEIA

De acordo com Tales Andreassi, professor da FGV/EAESP e um dos criadores da disciplina eletiva, a ideia surgiu durante uma conversa entre professores e a diretoria da Escola: "Falávamos sobre as dificuldades dos alunos em colocar seus planos de negócios em competições". Assim, chegaram à conclusão de que se juntassem estudantes com expertise em gestão (EAESP) e alunos que possuem bom conhecimento em tecnologia e inovação (Poli-USP e ITA), certamente surgiria uma parceria de sucesso.

Adriana Ventura, docente da EAESP e também idealizadora do projeto, conta que a iniciativa se deu em um ótimo momento, visto que os estudantes de Administração já demonstravam grande interesse em trabalhar com temas ligados à tecnologia, mas sentiam-se limitados por possuírem pouco conhecimento na área: "Isso fica muito claro na nossa Feira de Empreendedorismo. Eles montam projetos, desenvolvem aplicativos, startups, mas estes nem sempre são viáveis sob o ponto de vista técnico".

APRENDENDO NA PRÁTICA

Lançado em 2014, o curso é dividido em quatro módulos: reconhecimento de oportunidades; estruturação do modelo de negócio, elaboração do plano de negócio e desdobramentos (que propõe a busca de recursos externos para viabilizar a ideia).

A cada edição da disciplina, participam 20 alunos de Administração de Empresas da EAESP e 20 de Engenharia da Poli-USP ou do ITA (há alternância entre as duas universidades). As aulas são semanais e contam com professores de ambos os cursos simultaneamente em classe, oferecendo suporte completo aos estudantes.

> A interação com alunos de outra faculdade é muito proveitosa, porque conseguimos aliar diferentes conhecimentos. Enquanto entendemos da parte tecnológica, eles possuem expertise em negócios. Assim, é possível analisar como determinada tecnologia irá, de fato, contribuir para o mercado. Antes não tínhamos essa visão tão clara.
>
> *Murillo Arabadgi, aluno de Engenharia Civil da Poli-USP e participante da disciplina "Criação de Negócios Tecnológicos"*

Uma das principais exigências do curso é que os participantes trabalhem em grupos mistos, para promover o intercâmbio de expertises e tornar possível o desenvolvimento dos negócios. "A discussão se torna muito rica e a troca é extremamente importante. Os alunos se complementam pelos diferentes tipos de conhecimento, pela cultura das escolas e, principalmente, pelo networking que a experiência proporciona", avalia Adriana.

O PAPEL DOS MENTORES

Ao longo do curso, os participantes desenvolvem suas ideias, elaboram protótipos dos produtos e recebem a mentoria de executivos ou empreendedores já consolidados no mercado de tecnologia. Em uma das aulas, os profissionais conversam com os grupos para avaliar a viabilidade de seus negócios, auxiliando-os a pensar em melhorias, soluções, ou até orientá-los a iniciar um novo projeto. "A intenção é que questionem, deem opiniões, compartilhem seu conhecimento e experiência com os estudantes. Alguns mentores, inclusive, acompanham o desenvolvimento dos negócios, principalmente quando estes apresentam sinergia com a sua área de atuação. É uma troca muito forte", explica Adriana.

Ricardo Rinkevicius, empreendedor e mentor da disciplina, ressalta a importância de trazer a prática para a sala de aula. "Empreender nada mais é do que resolver problemas. Muitos são desconhecidos

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Estudantes visitam laboratório da Poli-USP

e temos que descobrir formas de solucionar", afirma ele, destacando também as vantagens do curso contar com turmas multidisciplinares: "Mesclar experiências de pessoas de diferentes áreas é muito bom, uma vez que ter aptidão para trabalhar em grupo é primordial em qualquer segmento hoje em dia".

Márcio Hamano, também empreendedor e mentor do curso, acredita que a participação dos profissionais ajuda a mostrar aos alunos o que de fato encontrariam no mercado: "É interessante dar dicas para alavancar o negócio, evitar obstáculos e orientá-los quanto à realidade. É importante que estejam abertos a realizar adaptações no produto sempre que o consumidor apontar para esse caminho. É o mercado que fala para onde devem ir".

Além disso, na última aula, os grupos apresentam seus trabalhos para uma banca de jurados, entre eles investidores, que lhes dão feedback sobre seus negócios. Assim, os alunos saem com uma visão potencializada de suas ideias e, quem sabe, com uma oportunidade de investimento.

CONHECENDO O OUTRO

Para que os alunos possam se conhecer melhor e desenvolver um bom projeto, é preciso estabelecer relações de convivência e interação. Por isso, é comum que realizem reuniões fora da aula e até visitem a cidade de seus colegas. "Em uma das edições, contamos com a parceria da Embraer e os alunos da EAESP viajaram para São José dos Campos, onde permaneceram hospedados por 5 dias nos alojamentos dos estudantes do ITA, o que propiciou a eles forte convivência e parceria, fundamental para a concretização dos objetivos pretendidos", revela Tales, completando que os alunos do ITA tiveram a mesma experiência vindo a São Paulo.

Nas edições com a Poli, as aulas costumam acontecer na FGV, sendo que uma delas ocorre nos laboratórios Poli Produção e Poli Elétrica, na USP.

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS

A professora acredita que a metodologia é extremamente benéfica. "Primeiro, porque os alunos ampliam sua visão em relação ao pensamento convencional. Segundo, porque enxergam suas deficiências e aprendem a trabalhar com o outro, tornando-se capazes de lidar com diferentes estilos e inteligências", diz ela.

Na avaliação de Murillo Arabadgi, estudante de Engenharia Civil da Poli-USP, a troca de expertises foi uma das inovações que mais colaboraram para o seu aprendizado: "A interação com alunos de outra faculdade é muito proveitosa, porque conseguimos aliar diferentes conhecimentos. Enquanto entendemos da parte tecnológica, eles possuem expertise em

FOTO: ALINE SANTOS



Tales Andreassi, Adriana Ventura e André Fleury: professores da disciplina "Criação de Negócios Tecnológicos"

negócios. Assim, é possível analisar como determinada tecnologia irá, de fato, contribuir para o mercado. Antes não tínhamos essa visão tão clara".

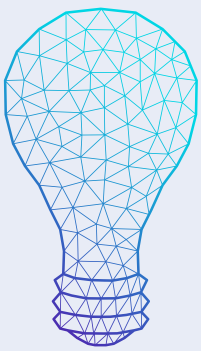
Já Isabel Moura, aluna de Administração de Empresas da FGV/EAESP, destaca o aprendizado multidisciplinar e o networking proporcionado pelo curso: "É interessantíssimo ter contato com professores de uma instituição diferente, que trabalham com outra didática e abordam temas que nunca passaram pela nossa cabeça, o que faz toda a diferença na hora de montar o projeto". "Isso sem falar que podemos contar com a estrutura da outra universidade, como os laboratórios da Poli", complementa José dos Santos, também estudante de Administração.

Vale lembrar que o método também traz benefícios aos professores, que acabam assistindo as aulas uns dos outros e absorvendo conhecimento de segmentos distintos.

TENDÊNCIA NO ENSINO

André Fleury, professor da Poli-USP que também ministra a disciplina, acredita que a metodologia por meio de projetos integrados será o modelo de ensino que prevalecerá no século XXI. Ele

IDEIAS INOVADORAS



Dentre os diversos negócios propostos pelos alunos, pode-se citar ideias como:

- **B-Reader:** dispositivo para armazenar textos eletrônicos, transformando-os em linguagem braille;
- **Synergia:** aplicativo para mensurar o uso de energia residencial;
- **MCard:** aplicativo com a finalidade de substituir o vale-refeição;
- **Smart Buy:** dispositivo que permite aos carrinhos de supermercado ler código de barras dos produtos, realizar operações de pagamento, entre outras funções;
- **Turbobike:** roda motorizada que transforma a bicicleta comum em um meio de transporte híbrido, ideal para a locomoção no ambiente urbano.

FOTOS: ALINE SANTOS



Alunos recebem a mentoria de empreendedores na FGV/EAESP

> É interessante dar dicas para alavancar o negócio, evitar obstáculos e orientá-los quanto à realidade do mercado. É importante que estejam abertos a realizar adaptações no produto sempre que o consumidor apontar para esse caminho. É o mercado que fala para onde devem ir.
>
> *Márcio Hamano, empreendedor e mentor do curso "Criação de Negócios Tecnológicos"*

destaca quão rico o curso se torna quando professores de diferentes disciplinas abordam um tema comum: "Cada um traz visões, conhecimentos, e experiências específicas e complementares aos alunos. Assim, conseguimos potencializar o aprendizado e eles saem daqui muito mais completos".

LAPIDANDO A DISCIPLINA

Adriana revela que o maior desafio da matéria é elevar o nível da discussão em aulas com estudantes de cursos tão distintos. Falar de plano de negócios para o aluno da FGV é comum, mas algo novo para o da Poli. Da mesma forma, falar de protótipos para o aluno da Poli é simples, mas não para o da FGV: "Achar um meio termo, para que as aulas sejam proveitosas a todos é nosso principal esforço. A intenção é que haja um constante aperfeiçoamento da disciplina para chegarmos a um modelo ideal".

FINALIZAÇÃO DO CURSO

Ao fim da edição, os alunos precisam entregar um relatório completo do projeto, apresentando o plano de negócio, seu desenvolvimento, detalhamento da construção do protótipo, entre outros pontos. A avaliação baseia-se no engajamento dos participantes e na evolução dos negócios, e não em provas ou exames.

Murillo conclui que, em seu caso, o método prático e interdisciplinar foi fundamental para uma formação mais completa. "Daqui para frente, certamente será mais fácil realizar pesquisas de mercado e estudo do negócio. Foi muito enriquecedor", finaliza o aluno.

Aline Lilian dos Santos > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *aline.lilian.santos@gmail.com*

Ana Paula Yokoyama > Jornalista da revista *Ei! Ensino Inovativo* > *anapaula.yokoyama@gmail.com*