

A EXPERIÊNCIA DO LANÇAMENTO DE PRODUTO VIVENCIADA PELA EAD UNIUBE: UMA METODOLOGIA ATIVA E PARTICIPATIVA

UBERABA /MG ABRIL/2017

CAMILLA DE OLIVEIRA VIEIRA - UNIVERSIDADE DE UBERABA - gestor.administracao@uniube.br

SILVIA DENISE DOS SANTOS BIZINOTO - UNIVERSIDADE DE UBERABA - silvia.bizinoto@uniube.br

Tipo: RELATO DE EXPERIÊNCIA INOVADORA (EI)

Categoria: CONTEÚDOS E HABILIDADES

Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESUMO

As rápidas transformações vivenciadas pelas sociedades contemporâneas têm posto em discussão, de modo cada vez mais contundente, alguns aspectos relativos à educação escolar. Este debate ganha contornos próprios na formação profissional, na medida em que a indissociabilidade entre teoria e prática, o desenvolvimento de uma visão integral do homem e a ampliação da concepção de cultura organizacional tornaram-se pressupostos para a adequada atuação de quem se dispõe a enfrentar o mercado de trabalho atual. Com base nestas considerações, o objetivo do presente artigo é socializar uma experiência de sucesso com ênfase na apreciação das metodologias ativas e participativas de ensino-aprendizagem desenvolvida na Universidade de Uberaba, sobretudo no curso de Administração oferecido na modalidade a distância. Nosso maior objetivo é defender a necessidade de uma metodologia que incentive a formação de um profissional preparado para enfrentar os desafios do mercado de trabalho. A fim de modificar o cenário dominado pela influência pedagógica tradicional, no qual o professor é o reprodutor dos conteúdos e o aluno mero receptor, é necessário compartilhar experiências e faz-se indispensável um aperfeiçoamento que provoque o despertar da prática por meio de um processo comprometido com inovação contextualizado com as necessidades da sociedade contemporânea. Neste sentido, a escolha por uma metodologia requer consciência acerca das competências e habilidades desejadas e transforma-se em uma importante ferramenta para uma prática pedagógica questionadora, crítica e transformadora que ultrapasse as barreiras do treinamento meramente técnico.

Palavras-chave: Metodologias. Atividade prática. Lançamento de produto.

A opção por uma metodologia ativa

A metodologia do ensino entendida como conjunto de técnicas, procedimentos, meios, caminhos a serem percorridos na busca pela aprendizagem, tem sido vista como um desafio no ensino superior em face da ausência, em alguns momentos, de outros métodos que não sejam expositivos.

Ao pensar, planejar e propor qualquer atividade educativa o professor não só busca avaliar um determinado conteúdo como, mais que isso, elege uma metodologia de ensino delineando seu contexto e projetando sua finalidade. Este processo não se configura como algo isolado e sem fundamento. Ainda que inconscientemente, carrega consigo, conforme Araújo (2017, p.20) a articulação e a efetivação de várias dimensões que variam desde as relações entre professores e alunos, o ensino aprendizagem, conhecimentos que o aluno possui, sua realidade sociocultural, projeto político-pedagógico do curso, sua pertença a grupos e classes sociais, além de outras dimensões societárias em que se sustenta uma dada sociedade.

Dessa forma, as metodologias precisam ser coerentes com os objetivos pretendidos. Se desejamos formar alunos proativos e criativos, necessitamos optar por metodologias capazes de envolvê-los em atividades complexas que exigem tomada de decisão e avaliação de resultado, ou seja, atividades que os oportunizam demonstrar sua iniciativa e capacidade inovadora correndo riscos e aprendendo pela descoberta. Serrão (2006, p. 151-152) defende esta ideia e acrescenta que

[...] a prática é um campo de produção de saberes próprios, que deve ser considerado de modo diferenciado ao comumente referenciado no processo de formação de profissionais. Fundamentando-se em Jonh Dewey propõe o aprender fazendo como princípio formador, pois acredita que somente o sujeito, pela própria experiência vivida em conhecer, apropriar-se-á verdadeiramente de conhecimentos. E ainda defende a reflexão como principal instrumento de apropriação desses saberes. Assim, concebendo esse sujeito como um “practicum reflexivo” propõe uma outra racionalidade para o processo de formação pautada pela reflexão na ação, reflexão sobre a ação e reflexão sobre a reflexão na ação, isto é, na epistemologia da prática.

No mesmo sentido, Schön (2000, p. 98) apresenta os problemas da dicotomia entre teoria e prática, considerando que essa racionalidade acaba fortalecendo a hierarquia tanto dos saberes como das profissões, apesar da necessidade imposta pelo acelerado ritmo das mudanças sociais e tecnológicas, que vêm obrigando as tradicionais áreas de conhecimento a desfazer suas inflexíveis fronteiras.

Com base nestas reflexões, os envolvidos no processo de formação superior tem sido estimulados a (re)pensar as transformações necessárias à educação escolar reconhecendo seu papel social e enfrentando os desafios da globalização, entre os

quais o de questionar as rígidas estruturas dos modelos de ensino tradicionais e propor atividades que oportunizam o aluno a vivenciar experiências sendo capaz de refletir e atuar sobre elas.

A escolha por uma metodologia requer consciência acerca das competências e habilidades desejadas e transforma-se em uma importante ferramenta para uma prática pedagógica questionadora, crítica e transformadora que ultrapasse as barreiras do treinamento meramente técnico.

A pedagogia tradicional, cuja base se apoia no Humanismo Tradicional, apresenta como foco o ensino ancorado na transmissão de conteúdos em que o professor representa o centro da ação educativa privilegiando o raciocínio lógico. Os alunos, concebidos como iguais e com ritmos de aprendizagem uniformes são reduzidos a meros receptores de conteúdos capazes de memorizar fórmulas e conceitos de modo a reproduzir aquilo que lhe é ensinado. Neste sentido, Saviani (2005, p. 1) contribui afirmando que

Pautando-se pela centralidade da instrução (formação intelectual) pensavam a escola como uma agência centrada no professor, cuja tarefa é transmitir os conhecimentos acumulados pela humanidade segundo uma gradação lógica, cabendo aos alunos assimilar os conteúdos que lhes são transmitidos. Nesse contexto a prática era determinada pela teoria que a moldava fornecendo-lhe tanto o conteúdo como a forma de transmissão pelo professor, com a conseqüente assimilação pelo aluno. Essa tendência atinge seu ponto mais avançado na segunda metade do século XIX com o método de ensino intuitivo centrado nas lições de coisas.

A partir destas considerações, é possível inferir que na metodologia tradicional a relação professor-aluno, se constrói de modo vertical na medida em que o primeiro domina o conteúdo a ponto de ensinar e, o segundo, o recebe a ponto de aprender. Conforme referida tendência, o aluno não participa ativamente no processo de ensino e aprendizagem. Sua tarefa se resume em apenas acumular informações que lhe são passadas de forma distante da sua realidade.

Sob outra perspectiva, a fim de questionar a passividade na qual o sujeito estava condenado pela pedagogia tradicional, a matriz pedagógico-metodológica escolanovista originou-se no decorrer do século XIX com fundamentos ligados aos avanços científicos da Biologia e da Psicologia. Passou a imperar a corrente do determinismo biológico para a qual, o sujeito era visto como um organismo e seu desenvolvimento desencadeava a aprendizagem.

Embora nos últimos tempos muito se tem falado acerca das metodologias ativas e suas contribuições para a Educação, é preciso pontuar que referida tendência não nasceu nesta década. Teóricos escolanovistas, tais como W. James, J. Dewey, A. Ferrière e E. Claparède publicaram entre 1890 e 1931 uma vasta produção bibliográfica na esfera do

movimento da Escola Nova, a qual estimulou uma significativa discussão entre a teoria e a prática fundada na experiência. Especificadamente, o Brasil mantém sintonia com referido movimento desde 1920.

Para ele, a atividade, promotora de experiência, é vista como o motor da aprendizagem que se constrói livremente à medida que o sujeito se desenvolve biologicamente. O papel do professor passa a ser apenas de orientador deste processo.

Referido pensamento, que se respalda em teorias educacionais já defendidas por Rousseau (1712-1778), Tolstoi (1828-1910) dentre outros, favoreceu a configuração da metodologia ativa no âmbito do movimento da Escola Nova inaugurado na Inglaterra em 1889.

O aluno passou a ocupar o centro do processo educativo que numa perspectiva liberal era tomado pelo professor, na prerrogativa de constituir-se como um sujeito que frente às necessidades possui interesse e desejo de aprender. Logo, é capaz de buscar conhecimento pelo próprio esforço e autodeterminação.

A experiência do curso de Administração EAD da Uniube

Nas últimas décadas, com o advento da globalização e da tecnologia, os produtos e serviços são pelas empresas, continuamente repensados e reformulados, de modo que o cliente possa sempre receber soluções cada vez mais perspicazes no sentido de satisfazer às suas necessidades. Nesse contexto, as organizações são desafiadas a inovar continuamente, ou seja, a disponibilizar para o mercado produtos e serviços novos, que surpreendam o cliente e, com isso, possam se tornar cada vez mais competitivas.

Nessa perspectiva, a disciplina Estratégias de Marketing e Pesquisa de Mercado, foi construída com o intuito de desafiar o aluno a pensar e lançar um produto ou serviço no mercado, que seja inédito (novo) ou inovador (aperfeiçoado) por meio de uma atividade denominada Trabalho Prático de Lançamento de Produtos. Consiste em uma atividade simples, porém muito importante para a formação do profissional enquanto gestor, seja por lhe apresentar instrumentos importantes do marketing e estimular a criatividade, seja por permitir que identifique oportunidades de negócios.

A atividade é preferencialmente desenvolvida em grupos de até no máximo 3 integrantes, o que não impede de o aluno executá-la individualmente. Numa primeira fase, ele conta com o auxílio do professor tutor presencial para a formação das equipes

que, uma vez estabelecidas, caberá ao líder do grupo informar ao professor tutor on line, por meio da ferramenta Tira Dúvidas, quem são os integrantes.

No decorrer de 8 semanas o aluno recebe orientações para a elaboração de 5 peças obrigatórias: 1. Briefing do Produto - 2. Folder - 3. Fanpage ou Site - 4. Jingle - 5. Workshop na Comunidade. O briefing, assim denominada, representa a reunião de ideias que possibilitam à equipe de trabalho compreender um conceito de produto ou serviço, as suas características técnicas, operacionais e mercadológicas, bem como mensurar a sua viabilidade econômico-financeira. Nele, são especificadas ainda as características do público consumidor, as vantagens e desvantagens do mercado concorrencial e as principais ações que tornarão possíveis fazer com que o produto ou serviço a ser lançado seja conhecido do grande público e desperte no consumidor, o interesse pela compra. Para a construção deste e dos demais materiais como folder, site ou fanpage, e jingle, o aluno conta com um conjunto de orientações de estudo disponibilizadas semanalmente no Ambiente Virtual de Aprendizagem, com leituras indicadas no livro-texto, além de videoaulas, materiais de apoio e, sobretudo, com o apoio irrestrito e contínuo do professor tutor que, por meio das ferramentas comunicacionais da EAD Uniube, estabelece com o discente um diálogo construtivo e persistente.

Na 8ª semana, o aluno conclui o referido trabalho prático por meio da criação de um vídeo, cujo o papel é retratar o Workshop na Comunidade. Trata-se de um evento por meio do qual o aluno apresenta com criatividade, ao seu público alvo, o produto ou serviço a ser lançado. Este primeiro contato com os potenciais consumidores é importante, pois possibilita apresentar as funcionalidades e os benefícios daquilo que se pretende lançar e, principalmente, permite aprimorar o projeto nas suas possíveis vulnerabilidades.

Uma vez que o aluno tenha feito a opção por lançar um produto, o protótipo, maquete ou desenho 3D deverá ser produzido. Tendo optado por um serviço, deverá simulá-lo e encenar os detalhes daquilo que será criado e oferecido à sociedade. É importante ressaltar que além de apresentar, ao público-alvo, o protótipo do produto ou serviço, o aluno posta as demais peças obrigatórias do trabalho de modo que a comunidade também as possa conhecer e avaliar. O público presente é convidado a avaliar não só o produto como de modo mais amplo, o evento realizado. Este feedback proporciona ao aluno a possibilidade de aprimorar o projeto e, ao professor-tutor, servirá, juntamente com o vídeo, de comprovação de que o evento de fato aconteceu.

No que concerne a avaliação do vídeo, cuja duração não ultrapassa 5 minutos, a sua

publicação no canal UNIUBE Empreendedora, no Youtube, é condição primeira para que se dê a habilitação do aluno no trabalho uma vez que, na nota final, o seu peso corresponde a 35% da pontuação. É considerado aprovado na disciplina o aluno que obtiver aproveitamento na etapa igual ou superior a 60% (sessenta por cento). O aproveitamento de cada aluno é avaliado de acordo com o envio das etapas do trabalho.

Os resultados buscados e alcançados

A primeira experiência de oferta desta disciplina no formato descrito ocorreu em outubro de 2016 com 381 alunos matriculados e 5 tutores vinculados possibilitando 253 produtos/serviços lançados. Em um primeiro momento, por parecer uma atividade complexa que demanda prática por parte do aluno, houve uma procura grande por solução de dúvidas na ferramenta virtual. Aos poucos, a medida que assistiam as videoaulas e consultavam os materiais indicados para leitura, estas dúvidas foram diminuindo e os resultados começaram a surgir.

Ao entregarem o trabalho, os alunos fizeram uma auto avaliação na ferramenta de interação do ambiente virtual com o objetivo de relatarem como foi a experiência de realizar referida atividade. A maioria dos depoimentos enviados revelaram que a possibilidade de os alunos trabalharem em grupo foi outro grande diferencial desta atividade uma vez que no ambiente corporativo, saber trabalhar em equipe possui um papel essencial na criação e inovação dentro de uma organização, bem como na solução de problemas.

Além de ressaltar a importância do trabalho em grupo, por meio dos depoimentos podemos perceber os benefícios da atuação feita pelo professor tutor on line. Refere-se ao responsável pelo processo de ensino-aprendizagem que se desenvolve no ambiente virtual AVA Uniube On-line, não só mediando como participando do processo individual e coletivo, corrigindo atividades, tirando dúvidas de conteúdo, interagindo e estimulando os alunos para os estudos e a realização das atividades.

Ao apreciar os trabalhos finais também pudemos perceber o quanto esta atividade possibilitou contribuições para a formação profissional, pessoal e social daqueles que a fizeram. Num primeiro momento, ao identificar em sua localidade um produto ou serviço inovador capaz de satisfazer necessidades antes não vislumbradas, o aluno exercita uma importante habilidade profissional qual seja, reconhecer seu entorno, traçar perfis, diagnosticar problemas e analisar soluções.

Por meio dos vídeos produzidos, constatamos o quanto há espaços para o

empreendedorismo em todas as regiões do país. Neste sentido, a atividade proposta torna-se extremamente importante para atender o ambiente organizacional destes lugares pois a competitividade dos negócios e o ideal de uma produtividade sustentável estão diretamente ligados à capacidade de gestão e, conseqüentemente, ao desenvolvimento regional.

Ainda quanto a formação profissional é importante ressaltar que a atividade de lançamento de produto permite ao aluno construir conhecimentos que o possibilitará alcançar o perfil final do egresso proposto pelo curso. Conforme registrado no Projeto Político Pedagógico do curso o (a) egresso(a) do Curso de Administração – EAD da UNIUBE deverá ser um(a) profissional empreendedor(a) que formula e toma decisões estratégicas, consciente de sua responsabilidade social, capacitado para atuar de forma flexível e tomar decisões a partir da compreensão das questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento.

Ao planejar como o produto/serviço será lançado no mercado, o aluno é capaz de aprender a utilizar adequadamente os recursos de comunicação e expressão em situações relacionadas ao exercício profissional, expressando-se de modo crítico e criativo frente aos diferentes contextos organizacionais e sociais. Da mesma forma, desenvolve atitudes persuasivas e influentes nos relacionamentos interpessoais e intergrupais a medida que apresenta seu trabalho e demonstra a um público alvo a importância do que desenvolveu.

A busca por informações sobre oportunidades de negócios leva o aluno a pensar estrategicamente e agir de forma criativa identificando, mensurando, assumindo e convivendo com riscos. Ele aprende a partir de suas experiências com a participação de uma equipe interdisciplinar capaz de contribuir para a produção destes conhecimentos. Por fim, quanto à formação pessoal, comprovamos a satisfação dos alunos ao apresentar algo criado por si. Demonstraram engajamento de modo que os resultados dos trabalhos apresentados surpreenderam as expectativas dos professores tutores.

CONSIDERAÇÕES PONTUAIS

O principal objetivo desta produção é defender a necessidade de uma metodologia que incentive a formação de um profissional preparado para enfrentar os desafios do mercado de trabalho. A fim de modificar o cenário dominado pela influência pedagógica tradicional, no qual o professor é o reproduzidor dos conteúdos e o aluno mero receptor, é necessário compartilhar experiências e faz-se indispensável um aperfeiçoamento que provoque o despertar da consciência por meio de um processo comprometido com

inovação contextualizado com as necessidades da sociedade contemporânea.

Ao pensar uma metodologia que favoreça a interação do sujeito com o meio, esta atividade representa o início desse caminho. Por ela, é possível: que o aluno conheça a comunidade para a qual oferecerá seus serviços profissionais; desmistifique o mercado como algo pronto e unificado; mostre sua criatividade e ganhe espaço para anunciar sua voz. Enfim, coloca-se em prática o sentido maior da educação: não ser uma coisa em si, mas configurar um processo que visa a um movimento político de construção do sujeito social. Isso ocorre à medida que o aluno vivencia as dificuldades sociais e, pela crítica, adquire condições de refletir a respeito da própria realidade.

Neste sentido, pensamos que o professor só consegue provocar no aluno a competência da crítica e da reflexão se seu modo de ensinar e seus instrumentos escolhidos se apoiarem também nessas características. A imposição de um pensamento, o apego às formas tradicionais de ensino baseadas na memorização e devolução do conteúdo transmitido transformam a sala de aula em um ambiente favorável à alienação. Essa caótica consequência contribui para a formação de um círculo vicioso, pois esse futuro profissional constrói sua identidade alienada a estruturas impostas e, ao atuar na prática, também terá, como norte, referidas concepções.

Por fim, defendemos que a consciência estabelecida por uma escolha metodológica é fator determinante para a constituição do sujeito que queremos formar,

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, José Carlos S. **Da Metodologia ativa à metodologia participativa**. In: VEIGA, Ilma Passos Alencastro (org.) *Metodologia participativa e as técnicas de ensino-aprendizagem*. Curitiba: CRV, 2017, p. 17-55.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987

SAVIANI, Dermeval. **Escola e democracia**. 41. ed. revista. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.

SCHÖN, Donald. **Educando o profissional reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SERRÃO, Maria Isabel Batista. **Superando a racionalidade técnica na formação: sonho de uma noite de verão.** In: PIMENTA, S. G.; GHEDIN (orgs). Professor reflexivo no Brasil: gênese e crítica de um conceito. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro (org.). Técnicas de ensino: por que não? 21^a. edição, 4^a. reimpressão. Campinas, SP: Papirus, 2014.