

O emprego das tecnologias de compartilhamento como instrumento para qualificação do Processo de Imersão na educação empreendedora no ensino superior

The use of content sharing resources as a tool for Immersion Process qualification into the entrepreneurship subject in higher education.

Márcio da Cunha Marins¹, Evandro Manara Miletto^{1*}

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) -
Campus Porto Alegre. Porto Alegre, RS, Brasil.

*Orientador

Resumo

Na atual transformação sociocultural, onde informação e conhecimento disseminados via interação social se mostram cada vez mais valorizados, a pertinência da aplicação do *Design Thinking* em meio digital, através do Processo de Imersão, podem contribuir para estimular a colaboração e a criatividade. O presente trabalho tem como objetivo avaliar de que forma o emprego dos recursos digitais para compartilhamento de conteúdo pode qualificar o Processo de Imersão quando da aplicação do *Design Thinking* como metodologia colaborativa na educação empreendedora. O estudo ganha relevância ao enfatizar o *Design Thinking* na disciplina de empreendedorismo como método para estabelecer uma visão centrada no público-alvo. Para tal, uma metodologia de abordagem mista (qualitativa e quantitativa) foi utilizada. Como ferramenta, foi aplicado um experimento prático com 45 alunos de Empreendedorismo do Centro Universitário Uniftec. Divididos em equipes, os acadêmicos realizaram o Processo de Imersão em Profundidade aplicando uma entrevista qualitativa em uma amostra de 30 entrevistados. Os times que utilizaram os recursos tecnológicos obtiveram dados mais detalhados e em menos tempo. Analisando os resultados, pode-se dizer que o emprego dos recursos digitais para compartilhamento de conteúdo permite alocar eficientemente os recursos e, ainda, qualifica processos que visam a investigação de problemas quando focados no público-alvo.

Palavras-chave: Recursos Digitais. Compartilhamento de Conteúdo. Processo de Imersão.

Abstract

In the current socio-cultural transformation, which disseminated information and knowledge via social interaction are becoming increasingly more valued, the relevance of the application of *Design Thinking* in digital media, through the Immersion Process, may help to stimulate collaboration and creativity. This study aims to evaluate how the use of digital resources for content sharing can qualify the Immersion Process when applying the *Design Thinking* as a collaborative methodology in entrepreneurship education. To this, a mixed approach methodology (quantitative and qualitative) was used. As a tool, it was applied a practical experiment with 45 students of Entrepreneurship at University Center Uniftec. Divided into

teams, the students performed the Depth Immersion Process applying a qualitative interview in a sample of 30 respondents. Teams using the technological resources obtained more detailed data in less time. Analyzing the results, it's possible to affirm that the use of digital resources for content sharing makes viable the efficient allocation of resources and also qualifies processes when they are focused in research problems of target audience.

Keywords: Digital Resources. Content Sharing. Immersion Process.

Introdução

De acordo com Caetano (2014), o empreendedorismo, enquanto disciplina amplamente direcionada à construção do conhecimento voltado ao desenvolvimento econômico e social de uma região, pode ser incorporado à grade curricular de qualquer curso universitário. Salim e Silva (2010) complementam ao ratificar que a aplicação dos conceitos, métodos e técnicas adquiridos na disciplina de empreendedorismo possibilita aos acadêmicos estarem no foco das melhores oportunidades de desenvolvimento profissional, pois as empresas estão cada vez mais direcionadas à inovação e à valorização daqueles que souberem conviver e colaborar em um ambiente empreendedor e inovador. Neste sentido, Vianna *et al.* (2012) reforçam que o *Design Thinking* surgiu da necessidade de inovar ao recriar modelos de negócios e construir mercados novos, voltando-se às necessidades humanas não atendidas. É neste contexto que o presente trabalho buscou avaliar de que forma o emprego dos recursos digitais para compartilhamento de conteúdo pode qualificar o Processo de Imersão quando da aplicação do *Design Thinking* como metodologia colaborativa na educação empreendedora. Para tal, propõe-se, em um primeiro momento, que os acadêmicos realizem uma pesquisa qualitativa, tendo três equipes efetivando a atividade no formato convencional e outras três adotando recursos tecnológicos para coleta e compartilhamento de dados. Em um segundo momento, propõe-se comparar o desempenho das equipes do ponto de vista da alocação de recursos humanos para a coleta de dados e a qualidade das informações para composição dos Mapas de Empatia, considerando a integridade dos dados que os compõem. Para validar os objetivos aqui propostos, o presente trabalho acadêmico tratar-se-á de um estudo de caso prático, de caráter exploratório-descritivo, com pesquisa mista e com levantamento de dados através de observação direta. O estudo em questão será realizado com acadêmicos da disciplina de

Empreendedorismo do Centro Universitário Uniftec, instituição de ensino superior, particular, localizada na cidade de Caxias do Sul.

Pinheiro e Alt (2012) conceituam o *Design Thinking* como uma metodologia que sugere um novo jeito de pensar; uma abordagem centrada nas pessoas, podendo ser aplicada pelos mais diversos tipos de organizações com o objetivo de fazer com que ideias transformadoras sejam convertidas em soluções criativas. A partir da conceituação dos autores, o projeto ganha relevância ao contribuir com a educação empreendedora ao proporcionar melhor entendimento aos acadêmicos sobre os sentimentos e comportamentos de um público-alvo estudado, quando da aplicação do *Design Thinking*, antes da concentração de esforços, recursos materiais e humanos para o desenvolvimento de produtos e serviços que os atendam.

Materiais e Métodos

A base metodológica segue uma abordagem combinada (qualitativa – quantitativa), de natureza aplicada com objetivo exploratório. Para responder o objetivo do presente estudo, foi aplicado um experimento prático que contou com 45 alunos de Empreendedorismo do Centro Universitário Uniftec de Caxias do Sul, disciplina que possui o *Design Thinking* em suas bases tecnológicas. Divididos em seis equipes, os acadêmicos foram desafiados a realizar o Processo de Imersão em Profundidade – segunda fase do Processo de Imersão dentro da metodologia em questão –, aplicando a técnica de entrevista em uma amostra de 30 entrevistados. Com base nos campos qualitativos do Mapa de Empatia, os dados obtidos dos entrevistados têm o propósito de embasar esta ferramenta pertencente à terceira fase do *Design Thinking* e que têm por objetivo ilustrar visualmente o enquadramento das respostas coletadas pelas equipes. Segundo Osterwalder e Pigneur (2011), o Mapa de Empatia possui o objetivo de entender os usuários a partir da compreensão de suas motivações e emoções, potencializando a construção de modelos de negócios mais fortes (Figura 1).



Figura 1. Mapa de Empatia.

Fonte: adaptado de Osterwalder e Pigneur (2011).

O experimento foi dividido em quatro etapas. Na primeira, as equipes foram igualmente divididas em dois grupos com três equipes cada um. Na segunda etapa, três equipes foram instruídas a realizar a coleta de dados qualitativos com o uso de dispositivos móveis (celulares ou gravadores digitais) e, ainda, compartilhá-los com os demais integrantes da equipe através de uma pasta no Dropbox. Na terceira etapa, as três equipes restantes foram instruídas a realizar a coleta dos dados na forma convencional – neste caso, realizando as anotações durante as entrevistas. Na quarta etapa, os acadêmicos selecionaram 30 pessoas aleatoriamente para realização das entrevistas qualitativas e, posteriormente, reunir o material para construção dos Mapas de Empatia. Para realização desta atividade, foram dados sete dias como prazo para conclusão do Processo de Imersão em Profundidade e a construção dos Mapas de Empatia.

Resultados

Enquanto as equipes que utilizaram os aparatos tecnológicos aqui abordados concluíram o Processo de Imersão em Profundidade em menos de 120 minutos, as demais precisaram, em média, de três dias para sua finalização. Este resultado deu-se pelas diferentes formas de alocação do recurso humano durante o experimento. Aliadas à aplicação das tecnologias móveis para coleta de dados, as equipes que encerraram a atividade antecipadamente conseguiram se dividir e realizar individualmente todas as entrevistas. As equipes que adotaram o processo convencional precisaram realizar as

entrevistas em duplas, resultando em uma concentração maior de integrantes para cada pessoa entrevistada.

Quanto à qualidade dos resultados, as equipes que utilizaram os recursos tecnológicos afirmaram que a construção dos Mapas de Empatia foi facilitada devido ao compartilhamento dos áudios, vídeos e imagens coletados, o que possibilitou a revisão detalhada das respostas dadas pelos entrevistados em sua integridade. Enquanto isso, as equipes que utilizaram o método tradicional afirmaram terem passado por dificuldades para coletar as respostas na velocidade em que a entrevista ocorria, admitindo, inclusive, terem perdido algumas informações durante o processo, comprometendo, de certa forma, a qualidade/integridade do Mapa de Empatia construído.

Discussão

Segundo Vianna *et al.* (2012), o *Design Thinking* possui três fases, sistematicamente dependentes umas das outras (Figura 2). Localizado na primeira fase, o Processo de Imersão em Profundidade é a etapa onde são identificadas as necessidades do potencial público-alvo e as prováveis oportunidades através da técnica de entrevista qualitativa que, neste caso, serve como fonte principal para construção do Mapa de Empatia; uma ferramenta visual que representa a organização e classificação das respostas dos entrevistados a ponto de identificar seus medos, objetivos, o que pensam, o que sentem, o que ouvem, o que veem e como agem. Eis que a integridade das informações coletadas acaba por ser crucial. A construção e validação dos protótipos depende dos *insights* gerados na fase de Ideação. Por sua vez, tal fase é altamente dependente de dados qualificados, o que significa que os depoimentos advindos dos entrevistados precisam ser completos e sem alterações.

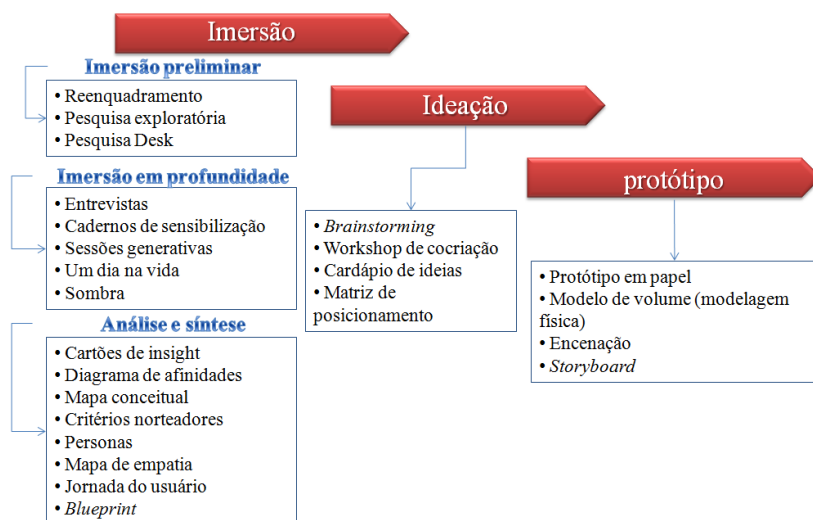


Figura 2. Etapas do *Design Thinking* e suas respectivas ferramentas.

Fonte: adaptado de Vianna *et al.* (2012).

Considerações finais

Com base específica neste estudo de caso, pode-se dizer que emprego das tecnologias para compartilhamento de conteúdo permite maior a eficiência na alocação de tempo e recursos humanos durante a coleta de dados qualitativos. Ao mesmo tempo, elas contribuem para manter a integridade dos depoimentos levantados no Processo de Imersão em Profundidade, pois a fase de Ideação, bem como o sucesso de projetos baseados no *Design Thinking*, necessita de dados completos e inalterados. Este mesmo desfecho demonstra, ainda, que há potencial e demanda latente para desenvolvimento de uma plataforma específica para compartilhamento de conteúdo e que dê suporte a esse processo – resultado futuro da presente pesquisa.

Referências

CAETANO, Bruno. **Manual do Empreendedorismo**: 74 dicas para ser um empreendedor de sucesso. 2ª Edição. São Paulo: Editora Gente, 2014.

OSTERWALLDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis. **Design Thinking Brasil**: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo:** despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

VIANNA, Mauricio José; VIANNA, Ysmar; ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz. **Design Thinking:** inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.