

Aprendizagem colaborativa com world café: uma experiência dessa parceira em sala de aula

Collaborative learning with world coffee: an experience from this partner in the classroom

Aprendizaje colaborativo con café mundial: una experiencia de este socio en el aula

Recebido: 30/03/2020 | Revisado: 30/03/2020 | Aceito: 16/04/2020 | Publicado: 17/04/2020

Valdemir José Máximo Omena da Silva

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7256-6121>

Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Maranhão, Brasil

E-mail: valdemiromena@ifma.edu.br

Mariângela Costa Schneider

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9667-2212>

Universidade do Vale do Taquari, Brasil

E-mail: mariangelac@universo.univates.br

Márcia Lima Santos de Cezere

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1118-3784>

Instituto Federal Rio-grandense-Lajeado, RS, Brasil

E-mail: marciacezere@ifsul.edu.br

Silvana Neumann Martins

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1944-3760>

Universidade do Vale do Taquari, Brasil

E-mail: smartins@univates.br

Kari Lúcia Forneck

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5906-4269>

Universidade do Vale do Taquari, Brasil

E-mail: kari@univates.br

Resumo

Através da estratégia de ensino World Café, este trabalho teve como objetivo conhecer as contribuições dessa estratégia, pautada pela Aprendizagem Colaborativa, no ensino do empreendedorismo, em uma turma de especialização em Gestão de Micros e Pequenos negócios do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense - IFSul,

câmpus Lajeado. A fundamentação teórica está baseada em Brown e Isaacs (2007); Demo (1996); Dillenbourg (1999); Bacich e Moran (2017); Torres e Irala (2014). A abordagem utilizada foi qualitativa, sendo o instrumento de coleta a criação e análise de cartazes elaborados pelos alunos. Como resultado, ressalta-se que a parceria entre a estratégia World Café pautada pela Aprendizagem Colaborativa atendeu o objetivo desse trabalho, gerando ideias no contexto proposto, possibilitando aos alunos a construção do conhecimento empreendedor de maneira descontraída, colaborativa e dinâmica. Assim, conclui-se que as experiências foram positivas no tocante ao envolvimento e integração dos grupos de alunos, o que contribuiu para o conhecimento sobre empreendedorismo, proposto através dessa estratégia.

Palavras-chave: Aprendizagem colaborativa; World Café; Ensino e aprendizagem.

Abstract

Through the World Café teaching strategy, this work aimed to know as a contribution of this strategy, guided by Collaborative Learning, in the teaching of entrepreneurship, in a class of specialization in Management of Micros and Small Businesses of the Federal Institute of Education, Science and Technology Sul-rio-grandense - IFSul, campus Lajeado. The theoretical basis is based on Brown and Isaacs (2007); Demo (1996); Dillenbourg (1999); Bacich and Moran (2017); Torres and Irala (2014). The approach used was qualitative, being the instrument for collecting and creating analyzes prepared by students. As a result, it should be noted that a partnership between World Coffee guided by Collaborative Learning has met this objective, generating ideas without context, enabling students to build knowledge on how to learn to relax, collaborate and use. Thus, it is concluded that the experiences were positive with regard to the involvement and integration of groups of students, or that they contributed to the knowledge about entrepreneurship, approached in this way.

Keywords: Collaborative learning; World Café; Teaching and learning.

Resumen

A través de la estrategia de enseñanza de World Café, este trabajo tuvo como objetivo conocer como una contribución de esta estrategia, guiada por el Aprendizaje Colaborativo, en la enseñanza del emprendimiento, en una clase de especialización en Gestión de Micro y Pequeñas Empresas en el Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología. Sul-rio-grandense - IFSul, campus Lajeado. La base teórica se basa en Brown e Isaacs (2007); Demo (1996); Dillenbourg (1999); Bacich y Moran (2017); Torres e Irala (2014). El enfoque

utilizado fue cualitativo, siendo el instrumento para recopilar y crear análisis preparados por los estudiantes. Como resultado, debe tenerse en cuenta que una asociación entre World Coffee guiada por el aprendizaje colaborativo ha cumplido este objetivo, generando ideas sin contexto, permitiendo a los estudiantes desarrollar conocimientos sobre cómo aprender a relajarse, colaborar y usar. Por lo tanto, se concluye que las experiencias fueron positivas con respecto a la participación e integración de grupos de estudiantes, o que contribuyeron al conocimiento sobre el espíritu empresarial, enfocado de esta manera.

Palabras clave: Aprendizaje colaborativo; World Café; Enseñanza y aprendizaje.

1. Introdução

Estabilidade parece ser palavra desconhecida nos momentos atuais, especialmente no que se refere ao empreendedorismo, tendo em vista que o dono da empresa parece conviver com a incerteza diariamente. Geralmente, os problemas do dia a dia mostram-se como grandes obstáculos para o empreendedor, oportunidade em que ele assume o risco e inova ou desiste de seu negócio. Desse modo, independentemente de ser empreendedor nos negócios ou simplesmente na vida, os desafios diários exigem novas características para inovar.

Nesse sentido, formar pessoas com essas características é uma das grandes missões desta nova era em que o avanço tecnológico e científico vem se desenvolvendo intensamente.

Essa sociedade que nasceu como sociedade da informação e que, com as redes sociais, se tornou sociedade do conhecimento, porque produz conhecimento em tempo real, desfez as antigas estruturas de poder, ao mesmo tempo que deu à luz novas (...). Não apenas pessoas antes isoladas puderam ganhar poder, mas, com o acesso cada vez mais democratizado à informação, uma geração de jovens, munidos de algum conhecimento e muita ousadia, produziu novos centros geradores de lucro e desfez antigos, ao mesmo tempo em que criou novos modelos de negócios, novos modos de gestão, e inspirou novas lideranças (Mosé, 2015, p. 23).

Perante essas mudanças, em todas as áreas são necessárias pessoas empreendedoras, que possuem grande energia para se reinventar constantemente. Especialmente no que se refere a um curso de formação de gestores, há que se pensar em maneiras de desafiar os alunos a sair da zona de conforto e encontrar alternativas para os seus problemas. Moran (2017) contribui afirmando que:

Nesse sentido, é necessário (...) trabalhar os professores, os gestores e os alunos; focar a pesquisa, o novo, encontrar ângulos, exemplos, relações, adaptações diferentes; superar a aprendizagem meramente intelectual e vivenciar mais os projetos, as experiências e a resolução de problemas; propor e implementar ações baseadas em

informações. É uma nova postura proativa, que contrasta com a forma tradicional de aprender (...). É preciso sensibilizar e capacitar professores para ações inovadoras, para tomar mais a iniciativa, para explorar novas possibilidades nas suas atividades didáticas, na sua carreira, na sua vida (Moran, 2017, p. 65).

Servindo-se dos preceitos do empreendedorismo, pensou-se nesta prática, em um processo de ensino e aprendizagem que permitisse que os alunos trabalhassem ativamente, sendo orientados pelos professores a fim de se desenvolverem a partir da experiência, da experimentação, isto é, do aprender fazendo. Para além disso, pensou-se em construir algo pautado em seus desafios cotidianos, abrindo novas possibilidades e facilitando o encontro de soluções, a partir de suas vivências escolares, para seus problemas de fora do cotidiano escolar. A ideia da intervenção, que é relatada neste texto, foi a de favorecer o amadurecimento de uma atitude empreendedora, proativa e inovadora, através de metodologias de trabalho que Lopes (2010) enumera com muita procedência:

Assim, essa educação enfatiza o uso intenso de metodologias de ensino que permitam aprender fazendo e se caracteriza por isso, pois o indivíduo se defronta com eventos críticos que o forçam a pensar de maneira diferente, buscando saídas e alternativas, ou seja, aprendendo com a experiência, com o processo. Daí que se relaciona com a aprendizagem experiencial de David A. Kolb. Correlaciona-se ainda com pedagogias como: Aprendizagem pela Ação; Aprendizagem Contextual (processo de construir o significado com base na interação social e na experiência); Aprendizagem Centrada em Problemas e Aprendizagem Cooperativa (trabalhar em grupos heterogêneos exercitando a comunicação, liderança, coesão de equipe etc.) (Lopes, 2010, p. 29).

É preciso extrapolar o espaço da sala de aula, promovendo um momento de maior interação dos alunos com as diversas possibilidades de prática, como salienta Moran (2017), “sair mais da sala de aula e inserir-se no cotidiano do bairro, no conhecimento e no contato com pessoas, prédios, grupos, instituições próximas ou que tenham a ver com a área de conhecimento escolhida” (p. 65).

Nesse sentido, percebe-se que as metodologias de ensino que permitem que o aluno aprenda fazendo, desenvolvendo situações de aprendizagem que exigem o pensamento e a ação, contribuem para um ambiente promotor do empreendedorismo (Lopes, 2010). O Ensino do empreendedorismo surge com o propósito de identificar novas formas de aprendizagem, ganhando espaço dentro das escolas de cursos técnicos e superiores. Ainda abre um conjunto de opções, oportunidades e possibilidades de aprendizado ao aluno que vai além dos conceitos puramente técnicos, proporcionando-lhes um caminho novo, pautado nas descobertas em direção ao desenvolvimento e ao crescimento profissional, com intuito de provocar uma

mudança de comportamento (Lopes, 2010). Todavia, há um desafio em educar o aluno para as competências empreendedoras, voltado não somente para o fenômeno econômico, mas principalmente para a mudança de comportamento, despertando nele o sentido de empreender a própria vida nos seus variados aspectos: pessoal, social, cultural e profissional (Bacich e Moran, 2017).

A partir desta clareza, pensou-se na possibilidade de agregar a Aprendizagem Colaborativa ao ensino do empreendedorismo, pois se entende que ambos se complementam, tendo em vista que a Aprendizagem Colaborativa ocorre numa situação conjunta ou em parceria. Segundo Torres e Irala (2014, p. 65):

Um conceito simples de Aprendizagem Colaborativa apresentado por Dillenbourg (1999) é que essa é uma situação de aprendizagem na qual duas ou mais pessoas aprendem ou tentam aprender algo juntas. De acordo com o autor, esse conceito geral pode ser interpretado de várias maneiras: o número de sujeitos pode sofrer grande variação, podendo ser duas ou milhares de pessoas; aprender algo também é um conceito muito amplo, pois pode significar o acompanhamento de um curso ou ainda a participação em diversas atividades como, por exemplo, as de resolução de problemas; o aprender “em conjunto” pode ser interpretado de diversas maneiras, como situações de aprendizagem presenciais ou virtuais, síncronas ou assíncronas, esforço totalmente em conjunto ou com divisão de tarefas. Assim sendo, a prática de Aprendizagem Colaborativa pode assumir múltiplas caracterizações, podendo haver dinâmicas e resultados de aprendizagem diferentes para cada contexto específico Torres e Irala (2014, p. 65).

Conforme os autores supracitados, em uma visão ampla de Aprendizagem Colaborativa, a expectativa é que ocorra a aprendizagem a partir de uma interação entre pares que trabalham na resolução de problemas ou na realização de uma tarefa proposta pelo professor (Torres e Irala, 2014). Nas diferentes etapas do ensino, percebe-se a necessidade de que os alunos desenvolvam habilidades e estratégias que lhes proporcionem a apreensão, por si mesmos, de novos conhecimentos e não apenas a sua obtenção pronta e acabada, o que faz parte da nossa cultura, ciência e sociedade. É preciso fazer com que os alunos se tornem pessoas preparadas para enfrentar diversas situações dentro de diferentes cenários, fazendo com que busquem aprender novos conhecimentos. Somente dessa forma se espera que estejam melhor preparados para adaptarem-se às mudanças culturais, tecnológicas e profissionais que o momento exige.

Essa preparação ocorre a partir do momento em que a pessoa passa a “enfrentar desafios novos, avaliar os contextos sócio-históricos, filtrar informação, manter-se permanentemente em processo de formação são responsabilidades inalienáveis para quem

procura ser sujeito de sua própria história, não massa de manobra para sustentar privilégios alheios (Demo, 1996, p.32).”

Segundo Freire (2015), a pessoa humana, matéria-prima de qualquer ato educacional, é uma inteireza, uma totalidade. Uma totalidade afetiva, amorosa, social e que depende do outro e se completa no outro. Destaca que é dessa pessoa humana que o mundo precisa: daquela pessoa que, por se sentir incompleta, deseja, e, por desejar, sonha e, portanto, cria e se assume enquanto autor. O ensino, segundo Freire (2015), é ensinar com o outro, aprender a ensinar melhor com o sentido de mundo que o outro tem.

Desta forma, a proposta do World Café como estratégia de ensino passa a ser complementar ao que se considera importante neste processo, frente aos conceitos do empreendedorismo e da Aprendizagem Colaborativa.

A estratégia de ensino do World Café foi proposta por Brown e Isaacs (2007) e é baseada no entendimento de que o diálogo é o princípio que incentiva os negócios, as pessoas e as organizações na resolução de problemas. Seus pressupostos define-se como: o conhecimento e a sabedoria necessários para gerar ideias já estão presentes e acessíveis nas pessoas; a inteligência que emerge quando o sistema se conecta a si próprio de formas criativas (Brown e Isaacs, 2007, p. 185); e, além disto, a percepção coletiva conforme apresentado na Figura 1:

Figura 1: Pressupostos do World Café.



Fonte: Brown; Isaacs, 2007, p. 185

Com base nas contribuições dos autores, a utilização dessa estratégia de ensino proporciona um espaço de diálogo que, a partir de perguntas, vídeos e imagens pode estimular a participação das pessoas na contribuição de opiniões, experiências vivenciadas e o desenvolvimento da Aprendizagem Colaborativa sobre um ponto que se deseja discutir.

Segundo Brown e Isaacs (2007), o processo que estrutura a aplicação da estratégia deve considerar sete princípios, a saber:

- ✓ Princípio I: Estabelecer o contexto. Quem planeja o café deve determinar de forma clara qual o objetivo a ser atingido. Sobre qual tema as ideias devem ser geradas ou qual o problema a ser resolvido.
- ✓ Princípio II: Criar um espaço acolhedor. Escolher um ambiente caloroso, seguro, confortável e com comida e bebida disponíveis para que todos se sintam livres para oferecer seus melhores pensamentos. A bebida e a comida têm como objetivo proporcionar um ambiente informal que remeta a uma sensação de intimidade e de liberdade. Colocar sobre a mesa folhas *flip chart* e fornecer canetas coloridas para que as pessoas possam fazer as anotações desejadas. Esse passo deixa claro o fator ambiental no processo criativo, ou seja, a importância de criar um ambiente propício para a criatividade.
- ✓ Princípio III: Explorar as questões significativas. As ideias surgem em resposta a perguntas interessantes. Assim, deve-se encontrar perguntas relevantes ao tema para ajudar os convidados a pensarem no problema em questão. Dependendo do tempo disponível o café pode explorar um único tema ou mais. No caso de utilizar a mesma reunião para tratar de mais de um problema deve-se caracterizar bem a mudança de tema, formalizando uma nova rodada de conversação.
- ✓ Princípio IV: Estimular a contribuição de todos. As pessoas se engajam profundamente quando sentem que estão contribuindo de alguma forma. Deve-se incentivar a participação de forma ativa. Cada participante expõe sua ideia de acordo com seu conhecimento e experiência anterior, proporcionando uma construção mais inteligente. Em algumas ocasiões pode-se ter um objeto sobre a mesa que conduz a palavra dos participantes, ou seja, quando o objeto estiver em posse de alguém esta pessoa está com a palavra, devendo os outros participantes escutar com toda atenção possível.
- ✓ Princípio V: Promover a polinização cruzada e conectar diferentes pontos de vista. Os membros devem ser solicitados a compartilharem suas perspectivas sob o tema, podendo isso ser feito por meio de desenhos.

- ✓ Princípio VI: Escutar juntos para descobrir padrões, percepções e questões mais profundas. Saber ouvir é um passo importante nesta técnica. Aqueles que ouvem com habilidade são capazes de criar facilmente o que está sendo compartilhado.
- ✓ Princípio VII: Colher e compartilhar descobertas coletivas. O grupo deve discutir as ideias mais significativas que surjam durante o processo. Posteriormente, deve-se compartilhar as ideias com o grande grupo de forma que todos possam opinar sobre estas ideias. É importante certificar-se que essas ideias foram registradas de alguma forma. Finalmente, o grande grupo pode optar por uma ou mais ideias, dependendo da necessidade e do objetivo a serem atingidos.

Assim, observando estes princípios com o fim de responder o objetivo deste trabalho, cuja proposta é conhecer as contribuições dessa estratégia norteada pela Aprendizagem Colaborativa, ele foi desenvolvido com vinte e cinco alunos da turma de especialização em Gestão de Micros e Pequenas negócios do IFSul, *câmpus* Lajeado, cujo detalhamento está contemplado no procedimento metodológico, a seguir.

2. Metodologia

Para este trabalho foi utilizada a abordagem qualitativa, pelo fato dela “proporcionar melhor visão e compreensão do cenário do problema, estando baseada em amostras pequenas e não representativas e os dados analisados de uma maneira não estatística” (Malhotra, 2010, p. 122). Sob o enfoque da natureza, se adotou pesquisa aplicada que visa segundo Gil (2012), a geração de conhecimento para solução de problemas específicos em situação particular.

Quanto ao objeto, a pesquisa se apresenta como descritiva e exploratória que propicia facilitar familiaridade do pesquisador com os problemas existentes e permitindo a análise de exemplos que auxiliam a sua compreensão. Já o procedimento utilizado foi o participante, com a utilização da metodologia ativa denominada World Café, uma vez que, ele contribui para a construção de conhecimentos aos indivíduos envolvidos, como também, permite maior análise de sua realidade visando mudança do cenário observado (Pereira et al, 2018).

Os dados foram coletados a partir dos cartazes produzidos pelos alunos durante o desenvolvimento do World Café.

Para auxiliar os alunos no processo de geração de ideias para resolver um problema foi utilizada a estratégia de ensino World Café. Essa estratégia foi escolhida pelos autores em virtude da possibilidade de aprofundamento das questões e da aproximação entre os

aplicadores e alunos participantes da aula, tendo em vista os seguintes benefícios: I) é um momento de troca de conhecimentos; II) permite a participação direta entre os participantes dos grupos; III) estimula nos alunos o pensamento criativo e inovador; IV) contribui no aprofundamento do tema a partir da problematização; V) assegura a participação do aluno com seus saberes; VI) essa técnica já é conhecida pelos autores e apresenta excelentes resultados (Minayo e Sanches, 1993).

A aplicação dessa estratégia ocorreu no segundo semestre de 2019 com uma turma do curso de especialização em Gestão de Micro e Pequenos negócios do IFSul, *câmpus* Lajeado. A turma, composta de 25 alunos, foi dividida em cinco grupos. Três semanas antes da aplicação da estratégia em questão, houve a intervenção pedagógica proponente desta atividade, sendo solicitado aos grupos que identificassem um problema de maior relevância em uma empresa, e que passariam a focar as possíveis soluções para ele. Foi solicitado que cada grupo se organizasse para a obtenção do lanche para o café.

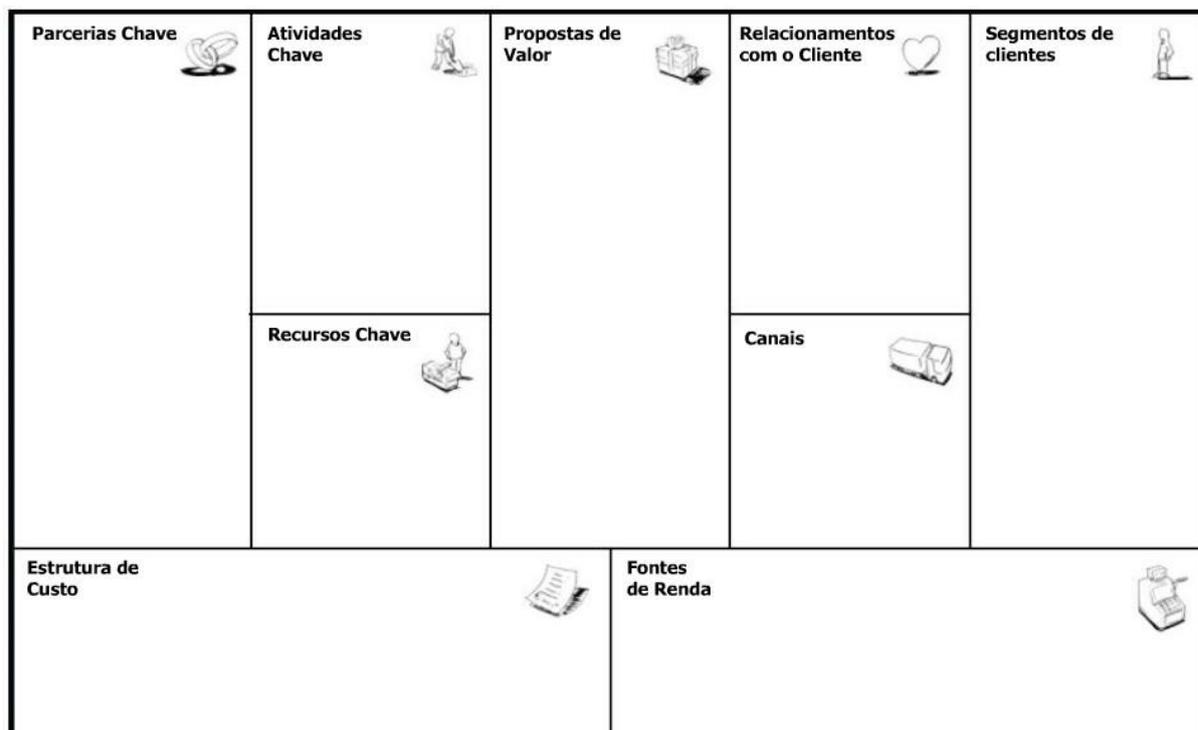
No dia da aplicação da estratégia, foi realizada uma exposição oral explicando como a metodologia seria desenvolvida. Os alunos chegaram à sala e foram montando as ilhas, assim definidas pelos aplicadores, sendo cinco no total. Na oportunidade, foi respondida algumas dúvidas apresentadas pelos alunos. Cada grupo recebeu uma cartolina amarela, pinceis atômicos nas cores azul, preta, verde, vermelha e um conjunto de canetas hidrocor para que os alunos pudessem registrar suas contribuições a partir do problema apresentado pelo anfitrião do grupo.

Foi percebido pelos professores que na primeira rodada dos grupos, a conversa fluía normalmente, contudo poucas ideias eram colocadas nas cartolinas. Após novas orientações, a partir da segunda rodada, começaram enfim as escritas. As rodadas progressivas de diálogos aconteceram com duração de 10 minutos cada, totalizando 50 minutos todo processo. Cabe salientar, que os alunos tinham acesso ao lanche disponibilizado nas mesas de debate, como sugere esta estratégia de ensino. Após finalizado as rodadas, os alunos foram convidados a apresentar as ideias discutidas em cada um dos grupos para o restante da turma.

Uma vez que cada grupo dispunha das ideias, foi orientado pelos aplicadores que organizassem em um quadro do *Canvas*, as escolhas que o grupo fossem fazer com o intuito de colocar em práticas cada umas delas. A ferramenta *Canvas* consiste em um mapa visual com o objetivo de orientar a organização no desenvolvimento estratégico na empresa. Com o *Canvas* é possível alinhar e apresentar as ideias, ampliando a compreensão entre todos os integrantes da equipe sobre o cenário atual e futuro da organização (Ostewalver, Pigneur, 2011b e Orofino, 2011).

Ao ser criada pelos autores supracitados, a ferramenta *Canvas*, apresentada na Figura 2, posto abaixo, permitiria a qualquer pessoa criar ou modificar a estrutura de um negócio, uma vez que ela apresenta fácil compreensão para ser preenchida, possibilitando a interrelação com as pessoas envolvidas no processo de transformação organizacional (Orofino, 2011).

Figura 2: Ferramenta *Business Model Canvas*.



Fonte: Osterwalder e Pigneur (2011, p.44)

Observa-se na Figura 2 que, conforme Osterwalder e Pigneur (2011), os elementos estão dispostos permitindo que o *Canvas* seja dividido em duas partes, um lado emocional (esquerdo), abordando questões alusivas a relacionamento e interação entre os atores, e outro lado lógico/racional (direito), cujo foco está na eficiência do processo. A proposição de valor está no centro, representando a razão para qual cada lado de desenvolve.

3. Análise dos Resultados

Após concluir as cinco rodadas dos grupos, totalizando sessenta minutos, cada um deles organizou uma apresentação sobre as sugestões coletadas a partir do problema inicial, que foram: I) Empresa de regularização de terrenos e casas junto à prefeitura (problema: dificuldade de captação de novos clientes); II) Empresa de Floricultura (problema: falta de opções para o descarte correto de sobras de plantas); III) Empresa de produção e venda de

roupas (problema: dificuldade em aumentar as vendas); IV) Empresa de Estética facial (problema: dificuldade de promover o Marketing - tornar a marca conhecida) e V) Empresa de Salão de beleza (problema: tornar o salão sustentável).

A partir das contribuições dos alunos, percebeu-se que a estratégia foi relevante por desenvolver uma ação de colaboração, possibilitando o diálogo e a troca de conhecimentos. As estratégias podem contribuir para o desenvolvimento da capacidade argumentativa, uma vez que elas desafiam a interpretação e internalização do problema, expondo o olhar frente a situação proposta, mostrando o senso crítico (Monteiro, Pissaia, Thomas, & Nunes, 2019).

Na sequência da aula, ocorreram as apresentações dos cartazes, por cada grupo, com as sugestões coletadas através da estratégia, que estão descritas abaixo. A partir da Figura 3 a seguir, tem-se as produções de cada grupo de trabalho.

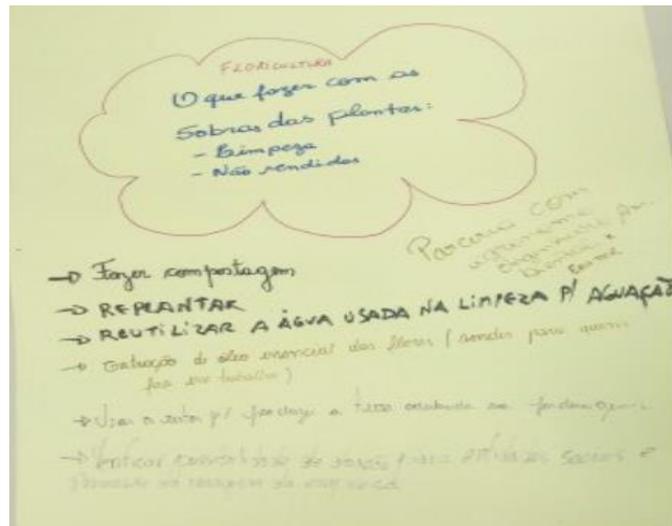
Figura 3: Empresa de legalização de documentos de terrenos e casas.



Fonte: Elaborado pelo grupo 1, 2019.

Observa-se no cartaz do grupo 1, representado na Figura 3, que o problema apresentado foi a dificuldade de captar novos clientes. O problema apresentado é real, e segundo a proprietária da empresa as sugestões coletadas a partir da Aprendizagem Colaborativa trouxe maior reflexão sobre outros pontos que ela ainda não havia percebido e que impactaria na solução total ou parcial da dificuldade apresentada. Essa observação feita pela proprietária da empresa estabelece uma relação fundamental apontada por Minayo e Sanches (1993) quanto ao aprofundamento do tema a partir da problematização. Em resposta à estratégia desenvolvida, a proprietária que é aluna do curso, adotou como decisão contactar com conhecidos que trabalham nos escritórios de engenharia e acordar uma parceria. Seguindo com os trabalhos apresentados em sala de aula, a Figura 4 posta abaixo demonstra o resultado desenvolvido pelo grupo 2 onde apresentaram uma floricultura.

Figura 4: Empresa de Floricultura.



Fonte: Elaborado pelo grupo 2, 2019.

Observa-se na Figura 4 a experiência apresentada pelo grupo 2, que foi a partir dos serviços oferecidos pela floricultura, entre eles: poda, jardinagem, replantagem, venda de rosas, há uma sobra de plantas, galhos, folhas etc., que são jogados no lixo e geram custos para serem descartados. Após a aplicação da estratégia do World Café, o grupo conseguiu chegar a uma solução para o problema. Dentre inúmeras ideias sugeridas pelos outros grupos, a escolha foi criar uma outra empresa de processamento dessas sobras em parceria com a floricultura. Essa ideia, que foi bem aceita pelos alunos do grupo 2, conseguiu resolver o problema e criar outro empreendimento, proporcionando a criação de mais vagas de trabalho e geração de renda para a comunidade local. Observou-se que a partir do cruzamento entre os diferentes pontos de vista e a construção das ideias significativas propostas pelos alunos, foi possível chegar a várias ideias que ajudassem no case em questão (Lopes, 2010). Na sequência das apresentações o resultado do grupo 3 é apresentado na Figura 5 a seguir.

Figura 5: Empresa de fabricação e venda de roupas.



Fonte: Elaborado pelo grupo 3, 2019.

Cada grupo criado em sala para participar da estratégia do World Café, trouxe cases reais e com o grupo 3 representado na Figura 5, as surpresas diante da Aprendizagem Colaborativa foram eficazes. Essa empresa com mais de dez anos no mercado de confecção está localizada numa das ruas transversais à rua Benjamin Constant no centro de Lajeado. A localização atual, por não ser de fluxo contínuo de pedestres apresenta pouca visibilidade e baixas vendas. A loja apresenta um bom espaço interno para a exposição das peças prontas, como também excelente espaço da produção, localizado nos fundos da mesma. Com a interação dos grupos formados pelos alunos a partir da estratégia World Café, muitas ideias surgiram, passando à proprietária da empresa, que também é aluna, inúmeras possibilidades de solução. Diante das necessidades de mudanças, é indispensável que o empreendedor saia da zona de conforto e encontre alternativas para os seus problemas (Moran, 2017).

Uma semana após a aplicação da estratégia, no instante da apresentação do grupo, uma das ideias propostas pelos alunos já havia sido aplicada. Colocaram em prática a divulgação da loja por meios eletrônicos, ressaltando o espaço de produção que os clientes não conheciam. Já na Figura 6 abaixo, o grupo 4 apresenta uma empresa que atua no mercado oferecendo estética facial.

Figura 6: Empresa de estética facial.



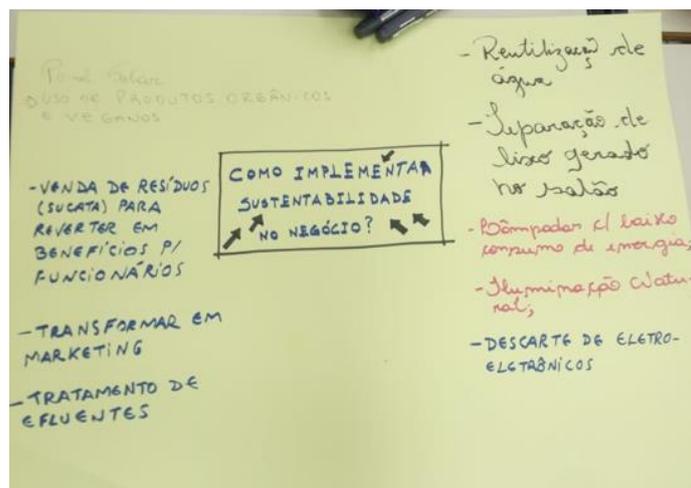
Fonte: elaborado pelo grupo 4, 2019.

Observa-se na Figura 6 que a empresa apresentada pelo grupo 4 está no mercado de Lajeado há pelo menos seis anos e têm encontrado dificuldades em promover a marca e expandir o negócio. Entre os serviços oferecidos, destaca-se: Hidratação Facial Diária, Limpeza de Pele Profunda, Peeling Facial, Drenagem Linfática Facial e Luz Pulsada. Como

se observa nessa figura, foram inúmeras ideias apontadas pelos alunos durante a estratégia do World Café.

Durante a apresentação do grupo, ao expor para a classe o resultado na cartolina, os alunos ressaltaram o quanto foi prazeroso a aprendizagem a partir da interação entre pares na resolução de problemas (Torres e Irala, 2014). Por fim, na Figura 7 abaixo, o grupo 5 apresentou o resultado do trabalho após a realização do World Café.

Figura 7: Empresa Salão de Beleza.



Fonte: Elaborado pelo grupo 5, 2019.

Observa-se na Figura 7, que o problema analisado era tornar o salão de beleza sustentável. A proprietária do estabelecimento tem como sócias duas pessoas da família e nove funcionárias que atendem no salão. O empreendimento ficava localizado no terceiro andar de um prédio comercial no centro da cidade de Lajeado. Segundo a proprietária, era impossível pensar em implantar alguma mudança nas duas salas do prédio devido à burocracia de engenharia e o restrito espaço físico. Na apresentação do grupo, a partir da construção de ideias contidas no cartaz, a proprietária do negócio salientou o quanto foi enriquecedor construir algo pautado em desafios cotidianos, abrindo novas possibilidades e facilitando o encontro de soluções para os problemas apresentados.

Assim, a estratégia desenvolvida em sala de aula encontra aporte teórico na mudança de comportamento, colaborando para o amadurecimento de uma atitude empreendedora, proativa e inovadora nas tomadas de decisões.

4. Considerações Finais

Considerando o objetivo desse artigo, qual seja conhecer as contribuições da estratégia do World Café pautada pela Aprendizagem Colaborativa no Ensino do empreendedorismo, percebeu-se o quanto enriqueceu o dia a dia da sala de aula. Com as rodadas de conversas entre os alunos puderam dar sugestões de solução para problemas existentes nas empresas e trocar conhecimento.

Os autores concluem que a produção dos cartazes a partir da interação dos alunos proporcionou outros olhares para o despertar de atitudes empreendedoras, tanto nos alunos como principalmente nos proprietários(as) das empresas estudadas que receberam uma consultoria sem custo financeiro. A troca de informações, entre eles, sobre as contribuições apontadas pelos grupos de alunos enriqueceu o momento com diversos saberes e pontuações direcionadas ao foco do assunto proposto, evidenciando que a estratégia World Café contribuiu para que o ensino e aprendizagem fosse alcançado na relação entre docente e aluno.

Assim, a aplicação da estratégia de ensino pautada na Aprendizagem Colaborativa auxiliou o processo de geração de ideias, podendo sua aplicação ser ampliada não somente no contexto escolar, mas também em qualquer cenário onde ideias inovadoras e criativas se fazem necessárias. Os autores definem que o objetivo desse trabalho foi atingido, possibilitando ao grupo de alunos a construção de conhecimento de uma forma colaborativa e criativa.

Tendo em vista os resultados obtidos neste trabalho, fica como sugestão para futuras pesquisas que a estratégia aplicada seja associada a outras disciplinas e cenários variados onde a geração de novas ideias dê acesso ao desenvolvimento de novos saberes.

Referências

Bacich, L. & Moran, J. (2017). *Metodologia ativa para uma Educação inovadora*. Porto Alegre: Penso.

Brown, J. & Isaacs, D. (2007). *O World Café: dando forma ao nosso futuro por meio de conversações significativas e estratégicas*. São Paulo: Cultrix.

Demo, P. (1996). *Educar pela pesquisa*. Campinas: Autores Associados.

- Dillenbourg, P. (1999). What do you mean by collaborative learning? In: Dillenbourg, P. (Ed.). *Collaborative learning: Cognitive and Computational Approaches*. Oxford: Elsevier, p.1-19.
- Freire, M. (2015). *Madalena Freire: a educação como diálogo entre diferentes saberes*. In: Mosé, Viviane (Org.). *A escola e os desafios contemporâneos*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Gil, A. C. (2012). *Metodologia Pesquisa social*. 6. ed. São Paulo, Atlas.
- Lopes, R. M. A. (2010). Referenciais para a educação empreendedora. In: Lopes, Rose Mary A. (Org.). *Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae.
- Malhotra, N. (2010). *Pesquisa de marketing: foco na decisão*.3. ed. São Paulo: Pearson.
- Minayo MC. & Sanches O. (1993). Quantitativo-qualitativo: Oposição ou complementaridade? *Caderno de Saúde Pública*, 9(3):239-262.
- Monteiro, S., Pissaia, L. F., Thomas, J., & Nunes, J. C. A. (2019). Phillips 66: possibilidade de uma intervenção pedagógica. *Res., Soc. Dev.* 2019; 8(4):e884937 ISSN 2525-3409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v8i4.937>. Acesso em: 15 abril 2020.
- Moran, J. M. (2017). *A educação que desejamos*. Novos desafios e como chegar lá. Campinas, SP: Papirus.
- Mosé, V. (Org.). (2015). *A escola e os desafios contemporâneos*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Orofino, M. A. R. (2011). Técnicas de criação do conhecimento no desenvolvimento de modelos de negócio. 233p. Dissertação (Mestrado). Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento., Universidade Federal de Santa Catarina.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation* -inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Alta Books.

Pereira, A.S. et al. (2018). *Metodologia da pesquisa científica*. [e-book]. Santa Maria. Ed. UAB/NTE/UFSM. Disponível em:
https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/15824/Lic_Computacao_Metodologia-Pesquisa-Cientifica.pdf?sequence=1. Acesso em: 31 março 2020.

Torres, P. L. & Irala, E. A. F. (2014). *Aprendizagem Colaborativa: teoria e prática*. In: Torres, P. L. (Org.). *Complexidade: redes e conexões na produção do conhecimento*. Curitiba: SENARPR, v. 1.

Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito

Valdemir José Máximo Omena da Silva – 30%

Mariângela Costa Schneider – 20%

Márcia Lima Santos de Cezere – 20%

Silvana Neumann Martins – 15%

Kari Lúcia Fornack - 15%