



II Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas

L U S O C O N F

2019

Livro de Atas

II Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas

Proceedings Book

II International Conference on Portuguese Language and Lusophone Relations

Editores:

Carlos Teixeira

Vitor Gonçalves

Paula Odete Fernandes

Alexandra Soares Rodrigues

Carla Guerreiro

Lídia Machado dos Santos

Ficha Técnica | Technical Record

Título | Title

LUSOCONF2019

II Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas: livro de atas

II International Conference on Portuguese Language and Lusophone Relations: book of proceedings

Editores | Editors

Carlos Teixeira

Instituto Politécnico de Bragança

Vitor Gonçalves

Instituto Politécnico de Bragança

Paula Odete Fernandes

Instituto Politécnico de Bragança

Alexandra Soares Rodrigues

Instituto Politécnico de Bragança

Carla Guerreiro

Instituto Politécnico de Bragança

Lídia Machado dos Santos

Instituto Politécnico de Bragança

Capa | Cover

António Meireles e Vitor Gonçalves

Edição | Edition

Instituto Politécnico de Bragança - 2021

Campus de Santa Apolónia

5300-253 Bragança

Portugal

Data de edição | issue date: agosto / August 2021

ISBN: 978-972-745-268-2

Handle: <http://hdl.handle.net/10198/19030>

DOI: <https://doi.org/10.34620/lusoconf.2019>

URL: www.lusoconf.ipb.pt

Email: lusoconf@ipb.pt



Índice

Comissão Científica Scientific Committee	iv
Comissão Organizadora Organizing Committee	v
Programa Geral do LUSOCONF2019 Programme	vi
Organização, Patrocínio e Colaboração Sponsorship	vii
Bem-vindo ao LUSOCONF2019 (Mensagem do Diretor da ESEB) Welcome	1
Nota de apresentação do LUSOCONF2019 Presentation note	2
Textos das conferências plenárias e mesas redondas Plenary conferences.....	4
Educação para o desenvolvimento sustentável: uma janela de oportunidades para a CPLP	5
Education for sustainable development: a window of opportunity for the CPLP	5
A guerra colonial contada às crianças: Guilherme de Melo e as irresolúveis ambiguidades.....	15
The colonial war told to children: <i>Guilherme de Melo</i> and the irresolvable ambiguities	15
A Lusofonia como espaço de intercâmbio cultural. (Re)significar o conceito com novas práticas	29
Lusophony as a space for cultural exchange. (Re)signifying the concept with new practices.....	29
A aliança África-Europa e a Língua Portuguesa	44
The Africa-Europe alliance and the Portuguese language	44
O valor das línguas	48
The value of languages	48
Voz verbal e clítico <i>se</i> : descrição em gramáticas lusobrasileiras do século XIX	55
Verbal voice and clitic <i>se</i> : description in 19 th century Luso-brazilian grammars.....	55
Variantes do objeto direto anafórico em manuais de português brasileiro como L2	67
Anaphoric Direct Object Realisation in L2 Brazilian Portuguese Textbooks.....	67
Reescrita: as estratégias de paráfrase e retextualização	80
Rewriting: the strategies of paraphrasing and retextualisation	80
Aprendizagens Essenciais de Português: mapeamento de géneros textuais e competências associadas.....	90
Portuguese Essential Learning: mapping textual genres and associated skills	90
O multilinguismo na instrução italiana: o ensino do português no ensino secundário	103
Multilingualism in Italian education: teaching Portuguese in secondary schools	103
“Aqui estamos nós” – reescritas da cidadania global com Oliver Jeffers	121
“ <i>Aqui estamos nós</i> ” - rewriting global citizenship with Oliver Jeffers	121
Programa de promoção de bem-estar em idade escolar para uma educação inclusiva	130

School-age Well-being Promotion Program for Inclusive Education.....	130
Mulheres cabo-verdianas que estudam engenharia em Portugal: fluxos em análise	138
Cape Verdean women studying engineering in Portugal: an analysis of their flows.....	138
Perspetivando um programa de formação continua com e para supervisores.....	151
Perspective a continuing education program with and for supervisors.....	151
Tecnologias de apoio às línguas no ensino superior: um estudo exploratório	161
Technology-enhanced language learning in higher education: an exploratory study	161
Educar ao ar livre: contributos para avaliar a sua viabilidade	172
Educating outdoors: contributions to evaluate its viability	172
Atividade experimental de microbiologia sobre saúde oral em Moçambique usando materiais de fácil acesso.....	182
Experimental activity of microbiology on oral health in Mozambique using easily accessible materials	182
Horta Pedagógica: um recurso promotor da articulação de saberes	194
Pedagogical Garden: a resource promoting the articulation of knowledge	194
Práticas e experiências tecnológicas na educação musical	203
Technological practices and experiences in music education.....	203
Transição secundário-superior: diagnóstico dos conhecimentos matemáticos de alunos portugueses e africanos	209
Secondary-higher education transition: diagnosis of mathematical knowledge of Portuguese and African students	209
De <i>A Velhice do Padre Eterno</i> : análise crítica.....	221
From <i>A Velhice do Padre Eterno</i> : critical analysis.....	221
Tradição e marginalidade em “O sol na cabeça”, de Geovani Martins	230
The traditional and the marginal in Geovani Martins's 'The Sun on my Head'	230
A leitura em linha do Teatro de Autores Portugueses do Séc. XVI	239
The online reading of the 16th century Portuguese Theater	239
Um espaço de empreendedorismo artístico para a comunidade da lusofonia em Bragança.....	246
A space for artistic entrepreneurship for the Portuguese-speaking community in Bragança.....	246
A Reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul na Perspetiva do Estudante e o Perfil do Estudante Satisfeito.....	257
The Reputation of <i>Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul</i> from the Student's Perspective and the Profile of the Satisfied Student	257
A perspetiva do estudante da UTFPR sobre Responsabilidade Social Corporativa: o caso da marca Renault.....	276
The UTFPR student's perspective on Corporate Social Responsibility: the case of the Renault brand.....	276
Aplicações tecnológicas na gestão de estabelecimentos de alojamento: estudo de caso	305

Um espaço de empreendedorismo artístico para a comunidade da lusofonia em Bragança

A space for artistic entrepreneurship for the Portuguese-speaking community in Bragança

Hermene Pegoraro Schinaid¹, Vitor Gonçalves²
m301506@alunos.ipb.pt, vg@ipb.pt

¹Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

²Centro de Investigação em Educação Básica; Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

Resumo

No âmbito do empreendedorismo, desde há mais de 10 anos que o Instituto Politécnico de Bragança (IPB), através do seu gabinete de empreendedorismo, tem vindo a: fomentar o espírito empreendedor na comunidade académica; fornecer formação extracurricular em temáticas relacionadas com o contexto empresarial; promover o concurso nacional de ideias de negócio Poliemprende; e integrar a Rede Regional de Fomento ao Empreendedorismo, criando um ambiente favorável ao surgimento de novas iniciativas empresariais em contexto académico. Mas os alunos dos cursos de índole artística desta instituição sentir-se-ão devidamente informados e enquadrados neste espaço? Uma primeira abordagem informal deu-nos uma clara indicação de que o espaço poderia ser mais atrativo, diferente e adequado a este tipo de público. O presente estudo teve por objetivo relatar um estudo de caso para avaliar um espaço de coCriação, no qual os alunos dos cursos de artes pudessem ter, na Escola Superior de Educação do IPB, um ambiente de troca e orientação no tocante à geração, desenho e desenvolvimento das suas ideias e projetos de negócio, sob o entendimento de que um espaço dessa natureza propiciaria a conexão de ideias e de pessoas diversas e oriundas tanto de Portugal como do Brasil ou mesmo de países africanos de língua oficial portuguesa. Assim, através de uma abordagem teórico-prática, foram propostos encontros nos quais os alunos pudessem vivenciar a experiência de fazer parte de um espaço de troca e orientação no tocante à geração, desenho e desenvolvimento das suas ideias e projetos. O estudo de caso que apresentamos incidiu sobre: levantamento de dados acerca das reais necessidades dos alunos; apresentação de um plano de intervenção face ao perfil dos alunos e às suas necessidades; desenvolvimento do plano de formação e respetiva observação; e análise do grau de satisfação dos participantes. Assumindo que num estudo de caso os resultados são válidos só para o caso que se estuda, destacamos desde já o seu valor e importância para fornecer o conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada. Nesta perspetiva, os resultados iniciais sinalizam que a existência de um espaço desta natureza para que os alunos se possam encontrar para explorar, experimentar e partilhar ferramentas e conhecimentos pode ser uma forma inovadora de educação para o empreendedorismo, além de ser também uma estratégia de construção coletiva considerando a diversidade da lusofonia.

Palavras-Chave: educação para o empreendedorismo, empreendedorismo artístico, espaço de cocriação, comunidade lusófona do IPB.

Abstract

In the field of entrepreneurship, for over 10 years, the Polytechnic Institute of Bragança (IPB), through its entrepreneurship office, has been: fostering entrepreneurship in the academic community; provide extracurricular training in business context topics; promote the national Poliemprende business ideas contest; and integrate the Regional Network for the Promotion of Entrepreneurship, creating a favorable environment for the emergence of new entrepreneurial initiatives in the academic context. But will the students of the artistic courses of this institution feel properly informed and fit in this space? A first informal approach gave us a clear indication that the space could be more attractive, different and appropriate for this type of audience. The present study aimed to report a case study to evaluate a co-creation space, in which the students of the arts courses could have, at IPB Higher School of Education, an environment of exchange and orientation regarding the generation, design and development of its ideas and business projects, under the understanding that such a space would allow the connection of ideas and diverse people from Portugal and Brazil, as well as from Portuguese-speaking African countries. Thus, through a theoretical-practical approach, meetings were proposed in which students could experience the experience of being part of a space for exchange and guidance regarding the generation, design and development of their ideas and projects. The case study we presented focused on: data collection about the students' real needs; presentation of an intervention plan according to the students' profile and their needs; development of the training plan and its observation; and analysis of the degree of satisfaction of the participants. Assuming that in a case study the results are valid only for the case under study, we now highlight their value and importance in providing a thorough knowledge of a delimited reality. From this perspective, the initial results indicate that having such a space for students to meet to explore, experiment and share tools and knowledge can be an innovative form of entrepreneurship education, as well as being a building strategy, considering the diversity of lusophony.

Keywords: entrepreneurship education, artistic entrepreneurship, co-creation space, IPB lusophone community.

1. Introdução

Desde há mais de uma década que o Instituto Politécnico de Bragança (IPB) tem vindo a atribuir importância ao empreendedorismo através de uma pró-presidência em Empreendedorismo e respetivo Gabinete de Promoção do Empreendedorismo que tem disponibilizado um conjunto de ações que visam: o fomento do espírito empreendedor na comunidade académica; o fornecimento de formação extracurricular em temáticas relacionadas com o contexto empresarial; a promoção do concurso nacional de ideias de negócio Poliemprende; a integração da Rede Regional de Fomento ao Empreendedorismo, entre outras ações ou iniciativas. Para além de servirem como complemento de apoio aos estudantes, tais ações contribuem para a criação de um ambiente favorável ao surgimento de novas iniciativas empresariais em contexto académico. Mas os alunos dos cursos de índole artística desta instituição sentir-se-ão devidamente informados e enquadrados neste espaço? Numa primeira tentativa de obtenção de respostas, poderíamos dizer que sim, tal como qualquer outro tipo de formações. Contudo, uma consulta informal a este tipo de alunos deu-nos uma clara indicação de que o espaço poderia ser mais atrativo, diferente e adequado às especificidades da tipologia de negócios característicos deste tipo de público.

Tendo como fonte de inspiração o Núcleo Empreendedor de Programas, Projetos e Empreendimentos (NIPPE), projeto do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro – IFRJ, este artigo visa relatar um estudo de caso no âmbito do projeto intitulado Espaço coCriação. Este espaço constituiu uma proposta para constituir junto à Escola Superior de Educação (ESE) do IPB um espaço de cocriação de ideias e projetos em contexto académico, com vista a servir de facilitador no acesso às informações e processos de planeamento e criação de modelos de negócio, com o objetivo maior de despertar e alavancar o potencial empreendedor nos alunos dos cursos das Licenciaturas em Arte e Design, em Animação e Produção Artística e em Música em Contextos Comunitários ou até mesmo nos alunos dos Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) de Ilustração e Arte Gráfica, de Músico Instrumentista e de Produção nas Artes do Espetáculo, propiciando a conexão de ideias e de pessoas diversas que têm o português como língua oficial.

Em 2016, o estudo denominado “A economia Criativa em Portugal – Relevância para a Competitividade e Internacionalização da Economia Portuguesa” apresentado no Porto, na Fundação Serralves pela sociedade Augusto Mateus & Associados apontou que o setor da economia criativa gera 3,6% de toda economia do país, sendo maior até mesmo do que os setores alimentar e têxtil. Tais dados sinalizam a relevância do Setor Cultural e Criativo e justificam a necessidade de exploração e desenvolvimento do potencial criativo empreendedor dos alunos ligados aos cursos de índole artística.

Por conseguinte, o presente artigo visa relatar um estudo de caso para avaliar um espaço de cocriação na ESE que se pretende que seja um ambiente de troca e orientação no tocante à geração, desenho e desenvolvimento de ideias e projetos de negócio. Para efeitos de estruturação, as informações estarão dispostas em dois eixos fundamentais. Num primeiro momento, apresentamos brevemente a definição de empreendedorismo artístico e as ferramentas para pensar e projetar um modelo de negócios, nomeadamente o Modelo Criativo Disney e o *Business Model Canvas*, efetivamente usados com os participantes do Espaço coCriação. Num segundo momento, serão descritas as quatro fases do projeto piloto, as quais constituíram o estudo de caso propriamente dito.

2. Empreendedorismo artístico

O empreendedorismo artístico ou criativo corresponde à atividade daquele que aproveita as oportunidades para criar as mudanças com vista a maximizar a atratividade artística e cultural. Essa forma de empreender fez surgir também uma forma nova de economia, a chamada economia criativa, a qual, como o próprio nome sugere, contempla setores que têm sua origem na criatividade.

A respeito do termo economia criativa, foi o consultor inglês John Howkins, autor do livro “The creative economy”, o primeiro a usá-lo. Por mais que ainda seja um conceito em evolução, há consenso entre agentes e investigadores em torno da ideia de que a economia criativa é baseada em ativos criativos com potencial para gerar crescimento e desenvolvimento económicos e ao mesmo tempo estimular a criação de riqueza e a geração de empregos, contribuindo para a promoção da inclusão social, da diversidade cultural e do desenvolvimento humano.

Em se tratando de mercado, contudo, não é possível atribuir valor económico à criatividade e, por esse motivo, ela precisa tomar forma, se transformar em produto e/ou serviço, encontrar um mercado ou nicho para atender, ter diretrizes sobre leis e contratos.

Em outras palavras, para se concretizar, ela precisa se aliar ao processo de empreendedorismo.

2.1. Ferramentas de apoio ao processo criativo de geração de ideias

Entendendo que um espaço de cocriação é composto por pessoas diversas, com formas e processos criativos mentais igualmente diversos, nos encontros propostos pelo projeto Espaço coCriAção propusemos o uso de ferramentas que pudessem potenciar a geração de ideias de cada um dos participantes e os estimulassem a pensar e projetar a ideia de negócios.

O ato de gerar ideias pode ser uma atividade solitária. Porém, ao se ter a mesma atividade em grupo o potencial criativo para encontrar soluções para um determinado problema ou situação toma proporções muito maiores.

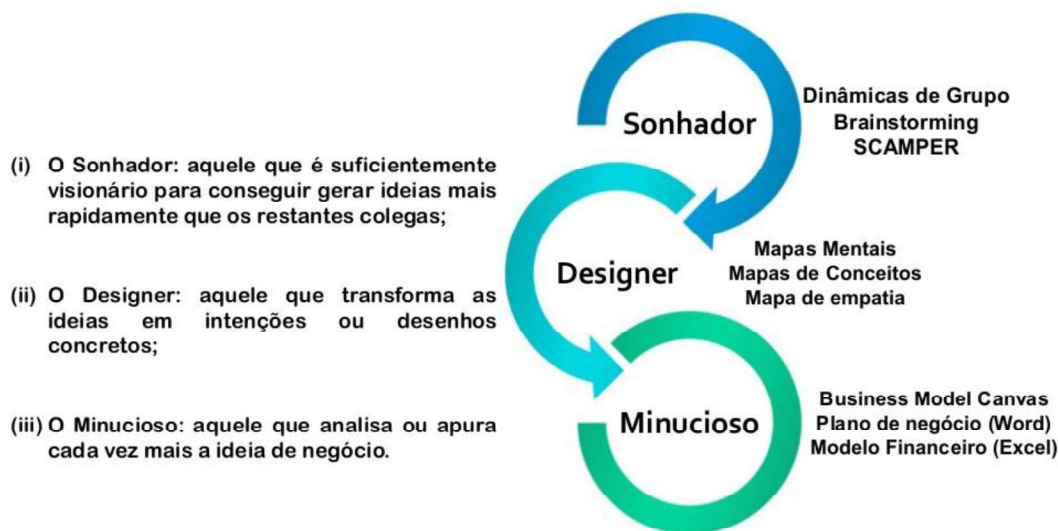


Figura 1: Modelo Criativo Walt Disney

[Fonte: elaboração própria, adaptado de Gonçalves (2018ab)]

Em grupo é possível levantar problemas, colocar obstáculos, julgar, pensar, criticar, repensar e remodelar ideias, num exercício contínuo e cíclico que com o auxílio de um método que propicie diferentes abordagens e diferentes perspectivas favorece e fortalece as decisões em um processo de modelagem de negócios. Do exposto, nos encontros do Espaço coCriAção, numa das primeiras sessões, os participantes envolveram-se num processo de geração de ideias utilizando o Modelo Criativo Disney (Figura 1) no qual, a cada fase de geração de ideias, cada indivíduo pôde se perceber assumindo três perfis diferentes correspondentes a diferentes momentos: ora como sonhador, ora como designer (ou realista), ora como minucioso (ou crítico). Keith Trickey (2008) e Vinicius Mano (2013) referem que o Modelo Criativo Disney visa, portanto, explorar algo a partir de três diferentes pontos de vista que caberiam nas figuras do sonhador, do designer e do minucioso. Mas o que caracteriza cada um no processo de geração e processamento de ideias e, quais técnicas podem ser usadas?

- O Sonhador é a figura necessária para se formar novas ideias. No momento do processo de geração de ideias, *brainstorming*, ou chuva de ideias como é também comumente conhecida, é uma das técnicas que pode ser usada. Nela os participantes sugerem o maior número de ideias originais e estimulam as ideias uns dos outros. A partir da lista de ideias decorrente do *brainstorming*, o SCAMPER é uma das técnicas usadas para trabalhar ideias. Esse acrônimo pode ser resumido nos seguintes conceitos principais: S - substituir

uma ideia por outra; C - combinar uma ideia com outra; A – adaptar uma ideia à realidade do mercado onde se pretende instalar; M - modificar, maximizando ou minimizando uma ideia; P - Propósito ou pôr outras utilizações; E - eliminar ideias fruto do *brainstorming* que não se enquadram no objetivo do negócio ou projeto; R - reverter ou rearranjar a ideia para melhorar a sua viabilidade.

- O Designer é necessário como uma forma de transformar as ideias em coisas concretas. Os mapas mentais ou de conceitos contribuem para representar graficamente a ideia de negócio e respetivos produtos ou serviços. Um mapa mental pode ser editado com mind42 (<https://mind42.com>), tendo a vantagem de poder ser editado de modo colaborativo e online. O mapa de empatia é o instrumento usado para identificar o ponto de vista do cliente.

- O Minucioso é necessário como um filtro e um estímulo para analisar ou apurar cada vez mais a ideia de negócio. É ele o responsável por avaliar as ideias, acreditando que todas elas têm de ser analisadas e avaliadas. É também o minucioso que considera potenciais problemas e possíveis soluções para os mesmos. Aqui podemos perspetivar o modelo de negócio através do Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) para apresentar a ideia de negócio.

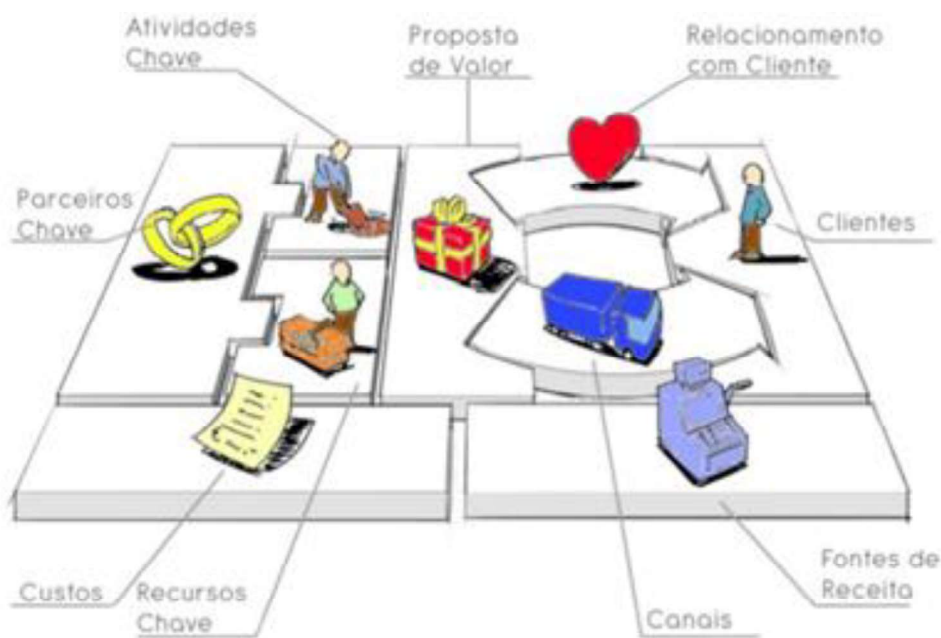


Figura 2: Business Model Canvas

[Fonte: Osterwalder e Pigneur (2010)]

3. Espaço coCriação: uma forma de trabalho em rede

Diferentes pessoas, com diferentes visões de mundo, mas com interesses comuns compartilhando do mesmo espaço, esse pode ser o conceito do Espaço coCriação que propomos para a Escola Superior de Educação de Bragança.

De acordo com Colonomos (1995), citado por Acioli (2007), em Ciências Sociais, rede seria o conjunto de relações sociais entre um conjunto de atores e também entre os próprios atores. De forma geral, rede é qualquer tipo de relação entre indivíduos ou entidades. De forma subjacente ao conceito de redes, dado o facto de estarmos na era das

TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), intrinsecamente, outros conceitos podem aparecer, tais como o de inteligência coletiva, do filósofo e sociólogo Pierre Lévy. Não é objetivo deste trabalho se aprofundar nesta definição ou tampouco nos debates que ela pode gerar, mas sim, usar o entendimento de rede, que sugere fluxo e movimento, ao mesmo tempo em que indica a aproximação com as mais variadas áreas de conhecimento para embasar os encontros realizados pelo projeto Espaço coCriação.

Na colaboração e na partilha está um grande potencial de inovação. Esta ideia foi defendida por Peter Gloor, investigador do MIT, junto aos participantes do 8º Encontro Nacional de Inovação COTEC, ocorrido em 2011, o qual tratou de falar de Redes Colaborativas de Inovação ou, em inglês, *Collaborative Innovation Networks* (COINs). Na ocasião, Gloor também defendeu que todas as *startups* começam como uma COIN. Ele explicou o conceito de COIN como sendo um conjunto de pessoas auto-motivadas, com uma visão coletiva, as quais colaboram na concretização de um objetivo comum por meio do compartilhamento de ideias, informação e trabalho.

Dentre os níveis de interação que os modelos de trabalho em rede propõem, os mais facilmente perceptíveis e que, para já, cabem ser citados, estão: a percepção, a confiança, a identificação, a solidariedade e a reciprocidade (Guzzo, 2016).



Figura 3: Níveis de interação no Espaço coCriação
[Fonte: Imagem adaptada de: Guzzo Projetos (2016)]

Entendendo, portanto, que o saber está nos seres humanos e que cada qual, em um modelo de trabalho em rede, tem a contribuir com suas próprias vivências, experiências, capacidades e habilidades acumuladas ao longo da vida, a imagem acima pode servir para descrever o que foi a proposta do Espaço cocriação no tocante à interação de seus participantes trabalhando conjuntamente em rede.

4. Estudo de Caso: metodologia e resultados do Espaço coCriação

Segundo Yin (1994), o estudo do caso não é mais do que uma de várias maneiras de fazer investigação nas ciências sociais, mas “a estratégia dos estudo do caso é muito provável de ser apropriada para questões ‘como’ e ‘porquê’, por isso a sua tarefa inicial é clarificar precisamente a natureza das questões do seu estudo a este respeito” (p.34).

Por mais que se tenha conhecimento de que em um estudo de caso os resultados são válidos só para o caso que se estuda, Triviños (1987, p.111) ressalta seu valor e importância: “[...] fornecer o conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada que os resultados atingidos podem permitir e formular hipóteses para o encaminhamento de outras pesquisas”. É a partir dessa perspectiva que esse artigo apresenta o estudo de caso do Espaço coCriação.

Com o entendimento que um espaço de *coworking* perpassa o empreendedorismo presente em maior ou menor grau em cada indivíduo, com o objetivo de falar sobre empreendedorismo e desmistificar a figura do empreendedor nato, o projeto piloto intitulado Espaço coCriação foi pensado de forma a promover encontros entre alunos em formação dos cursos ligados às artes da Escola Superior de Educação do IPB, de forma a contribuir para despertar e alavancar o potencial empreendedor desses alunos servindo, portanto, como facilitador no acesso às informações sobre planeamento e modelos de negócios. Também é possível considerar que um espaço dessa natureza poderia ser mais atrativo no processo de educação para o empreendedorismo, além de diferente e adequado ao tipo de público para ele pensado, atuando para a promoção do sentimento de pertença e propiciando a conexão de ideias e de pessoas diversas e oriundas tanto de Portugal como do Brasil ou de países africanos de língua oficial portuguesa.

Através de uma abordagem teórico-prática, foram propostos encontros nos quais os alunos pudessem vivenciar a experiência de fazer parte de um espaço de troca e orientação no tocante à geração, desenho e desenvolvimento das suas ideias e projetos. O estudo de caso que apresentamos incidiu sobre quatro fases distintas:

- Fase 1: Levantamento de dados sobre as reais necessidades desses potenciais empreendedores;
- Fase 2: Apresentação de um plano de intervenção em conformidade com as necessidades identificadas, incluindo propostas e intervenções direcionadas aos requisitos identificados e às demandas previamente mapeadas;
- Fase 3: Desenvolvimento do plano e respetiva observação;
- Fase 4: Análise do grau de satisfação dos participantes.

Para a primeira fase foi disponibilizado um formulário de pesquisa em dois formatos, um virtual e outro físico, direcionado especificamente aos alunos dos cursos referidos na apresentação deste projeto. Nesse formulário, os participantes indicavam o seu interesse em participar em espaços de trocas ideias e planos de trabalho com pessoas desconhecidas, bem como a possibilidade de sua adesão a um espaço com pequenas palestras e conversas informais sobre empreendedorismo. As duas figuras abaixo mostram o mapeamento de interesse dos alunos:

Sobre trocar ideias e planos de trabalho em um espaço com pessoas desconhecidas:

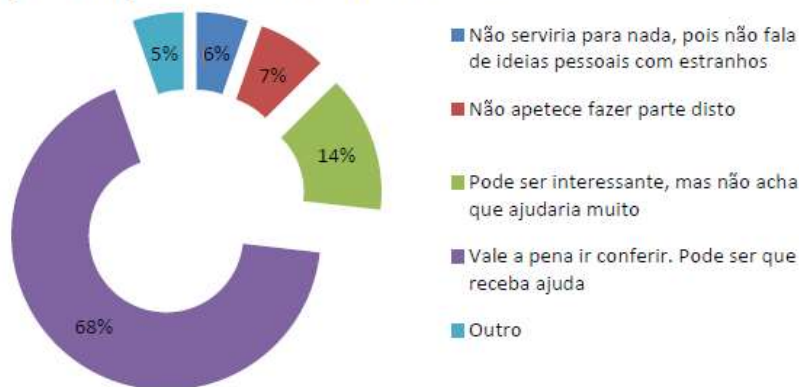


Figura 4: Mapeamento de interesse 1-2

Sobre a existência de um espaço com pequenas palestras e conversas informais sobre empreendedorismo



Figura 5: Mapeamento de interesse 2-2

Na segunda fase, a partir das respostas obtidas, optou-se por pensar oficinas e/ou rodas informais de conversa a fim de falar sobre empreendedorismo, ferramentas para modelos de negócio e sobre o próprio conceito de trabalho em rede. As propostas de oficinas e rodas de conversa foram encaminhadas via e-mail às pessoas interessadas e estas decidiram por aderir ou não a elas. Apesar de muitas mais terem manifestado o interesse em conferir ou mesmo participar no âmbito deste espaço, apenas cinco pessoas se mostraram interessadas em participar dos encontros. Destas, porém, efetivamente apenas três puderam estar disponíveis para comparecer aos dois encontros propostos, com duração de duas horas cada. Acredita-se que a proximidade com o término do ano letivo, o corresponde acréscimo de trabalho e também as preocupações com os exames e trabalhos finais tenham resultado num número inferior de participantes em comparação aos números identificados aquando da pré-incrição dos interessados.

Chegado o momento da terceira fase, o plano de ação foi composto por dois encontros principais. No primeiro, foi possível falar sobre empreendedorismo e desmistificar a

figura do empreendedor. Foi também possível entender como cada um dos presentes trata suas ideias e, partir disso, foram propostas atividades, em dupla ou em grupo, a fim de provocar a interação entre cada participante para que descobrissem quais capacidades e habilidades têm em comum. Foi apresentado ainda o processo criativo Disney 3D e, como forma de provocação, cada um participou do exercício de busca de respostas: “Quem sou: sonhador, projetista ou crítico? Quem são as pessoas do grupo que está hoje aqui comigo?”. Já no segundo encontro, a partir do que foi apresentado no dia anterior, foram aprofundados com os presentes o conceito de processo criativo Disney e, a partir do mapa mental feito por cada um em sala no dia anterior, os participantes tiveram a oportunidade de utilizar a ferramenta *Business Model Canvas* a fim de desenharem, eles próprios, as suas ideias de modelos de negócios.

Ao longo do tempo de ambos os encontros, foi possível observar a participação de cada indivíduo e como se dava sua interação com o grupo, a partir dos conteúdos apresentados. Com o auxílio de um diário de campo, algumas afirmações dos participantes foram registadas.

Na quarta fase, foi feito um cruzamento das respostas obtidas por meio de formulário de pesquisa de satisfação entregue em cada um dos dois encontros com as anotações do diário de campo. Neste foram registadas as afirmações dos participantes ao longo dos dois encontros. Abaixo, seguem algumas dessas afirmações que indicam um pouco do que foi a experiência por eles vivida no projeto Espaço coCriAção, compartilhando ideias e pensando saídas para seus modelos de negócio:

“Já desde há algum tempo que tenho minha ideia de negócio, mas sempre esbarro com as mesmas dificuldades. Com o grupo aqui hoje, me mostraram possíveis saídas que eu não tinha” – participante A.

“Se eu tivesse de preencher um Business Model Canvas em casa sozinho, eu não o faria, porque acharia difícil” – participante B.

“Jamais pensei que ser uma pessoa crítica pudesse ser bom. Mas descobri aqui hoje que pode ser bom, sim” – participante C.

5. Conclusão

Assumindo que num estudo de caso os resultados são válidos só para o caso que se estuda, destacamos desde já o seu valor e importância para fornecer o conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada. O estudo do caso apresentado teve como intuito justificar ou encontrar resposta para como e porquê se poderia dinamizar um espaço de coCriAção na Escola Superior de Educação do IPB específico para os cursos de índole artística.

Nesta perspectiva, os resultados iniciais sinalizaram que a existência de um espaço dessa natureza para que os alunos possam se encontrar, explorar, experimentar, trocando e partilhando conhecimentos pode ser uma forma inovadora de se educar para o empreendedorismo e transmitir e ampliar os conhecimentos pelos alunos licenciandos, além de ser também uma estratégia de construção coletiva considerando a diversidade da lusofonia. Há que se considerar ainda que essa forma de trabalhar e empreender constituiu-se também em espaço de resistência aos modelos convencionais de trabalho tão comumente vistos em nossa sociedade atual.

No tocante à baixa adesão de alunos às sessões de oficinas e rodas de conversa propriamente ditas, ao visitar os registos de diário de campo contendo conversas com alguns dos alunos em cujas salas foram feitas visitas para se apresentar o projeto e

entregar os formulários em formato físico, é possível depreender que a curiosidade acerca das atividades do Espaço coCriação passou para segundo plano provavelmente face à proximidade da época de avaliações. Acredita-se pois que a proximidade com o fim do semestre letivo tenha sido um grande impeditivo na adesão às atividades propostas. A precisão de resposta para esta questão, contudo, só será possível mediante a continuidade do projeto. Porém, para futuras atividades pensamos que o mais prudente seja manter um cronograma de execução de atividades que se concentrem o máximo possível nos três primeiros meses do semestre letivo.

Não obstante, tendo em conta o número de alunos de cursos artísticos da Escola Superior de Educação do IPB e o potencial do Espaço coCriação, enquanto forma de trabalho em rede para promover o empreendedorismo artístico, haverá necessidade de aprofundar os motivos da reduzida participação destes estudantes, podendo este projeto vir a ser proposto num plano de Inovação Formativa (<http://if.ipb.pt>), tal como: Plano de Desenvolvimento de Carreiras, Inovação Baseada em Desafios ou Estágio de Iniciação Científica.

6. Referências

- Acioli, S. (2007). Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. *Informação & Informação*. Londrina. Vol. 12, Nº 0. Acedido em 27-07-2019. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1784>
- ADDICT (2016). A economia Criativa em Portugal – Relevância para a Competitividade e Internacionalização da Economia Portuguesa. Sociedade de Consultores Augusto Mateus & Associados. Acedido em 25-07-2019. Disponível em: http://clubecriativos.com/wp-content/uploads/2016/12/ADDICT_Economia-Criativa_vf.pdf
- Empreendedorismo.ipb (2019). Gabinete Empreendedorismo do IPB. Acedido em 26-07-2019. Disponível em: <http://www.empreendedorismo.ipb.pt>
- Gloor Peter, Redes Colaborativas de Inovação (2011). Cotec Portugal. Acedido em 22-07-2019. Disponível em: <http://www.cotecportugal.pt/pt/noticias-e-eventos/redes-colaborativas-de-inovacao>
- Gonçalves, Vitor (2018a). Educação para o empreendedorismo ambiental. In Miranda, A.; Lopes, M; Tarelho, L; Martins, F.; Roebeling, P.; Coelho, M; Labrincha, J. (Eds.) *Atas da 1ª Conferência Internacional de Ambiente em Língua Portuguesa: Ambiente e Direitos Humanos*, vol. II. Aveiro: Universidade de Aveiro. p. 349-357. ISBN 978-972-789-540-3. Acedido em 24-08-2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10198/17622>
- Gonçalves, V. (2018b). Educação para o empreendedorismo ambiental. Acedido em 24-08-2019. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/VitorGonalves9/eea-96620568>
- Guzzo, C. (2016). Redes Colaborativas: como fazer isso dar certo? Acedido em 22-07-2019. Disponível em: <https://www.slideshare.net/claudiaguzzo/redes-colaborativas-como-fazer-isso-dar-certo>
- IPB (2019). Empreendedorismo. Acedido em 25-07-2019. Disponível em: <http://portal3.ipb.pt/index.php/pt/ipb/estudar-no-ipb/atuais-estudantes/empreendedorismo>
- Leitão, J.; Nabeiro, I. & Gomes, D. [Coord.] (2014). *Manual para Jovens Empreendedores: Comportamentos e Competências dos 13 aos 18 anos*. Coração DELTA Editor.
- Lévy, P. (1993). *As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento da informática*. Rio de Janeiro: Ed34.
- Mano, V. (2013). Processo Criativo – Processos Disney Acedido em 24-07-2019. Disponível em: <http://www.processocriativo.com/disney/>

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. 1st ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc..
- Poliempreende (2019). *Poliempreende: Projetos de Vocação Empresarial*. Acedido em 26-07-2019. Disponível em: <http://www.poliempreende.com>
- Trickey, K. (2008). *The Walt Disney Creativity strategy*. Acedido em 24-07-2019. Disponível em: <http://www.hussted.dk/bibliotek/DisneyPaper.pdf>
- Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Atlas.
- Yin, R. (1994). *Pesquisa Estudo de Caso - Desenho e Métodos*. 2 ed.. Porto Alegre: Bookman.