

Oficina de ideação: "Transformando ideias em ações"

Edilberto Venturelli¹; 0000-0002-0794-5424
Angelica Aparecida Silva Arieira¹; 0009-0004-8954-0616
Douglas Baltazar Goncalves¹; 0009-0006-1589-9727

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
edilberto.venturelli@foa.org.br

Resumo: A oficina de ideação "Transformando ideias em ações", realizada no UniFOA, teve como principal objetivo capacitar estudantes dos cursos de Publicidade, Propaganda e Jornalismo a partir de metodologias de inovação, como Design Thinking e Lean Startup, promovendo a transformação de ideias em projetos concretos. A metodologia envolveu dinâmicas de desbloqueio criativo, mapeamento de oportunidades, prototipagem e validação com apresentação de pitches. Como resultados, foram formadas equipes multidisciplinares, sendo desenvolvidas mais de dez ideias, das quais algumas participaram de um concurso de startups, incluindo uma que obteve o terceiro lugar na competição. A ação destacou-se pelo alto grau de engajamento dos participantes, pela interdisciplinaridade e pelos impactos positivos na formação empreendedora dos alunos. A discussão aponta que metodologias ativas e extensionistas contribuem para o fortalecimento da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Conclui-se que a oficina representa uma prática inovadora no ensino superior, fortalecendo vínculos com o ecossistema local de inovação e promovendo a formação de profissionais mais críticos, criativos e preparados para os desafios contemporâneos da comunicação.

Palavras-chave: ideação. design thinking. lean startup. comunicação. oficina.

INTRODUÇÃO

Em um cenário marcado pela rápida transformação digital e pela crescente complexidade dos desafios comunicacionais, o ensino superior precisa inovar para formar profissionais críticos, criativos e preparados para atuar de forma estratégica. A formação acadêmica no campo da Comunicação Social deve ir além da transmissão de conteúdos técnicos, incorporando metodologias que estimulem o protagonismo discente, a interdisciplinaridade e a capacidade de empreender soluções para problemas reais (MORAN, 2015).

A oficina de ideação "Transformando ideias em ações", realizada como ação de extensão no UniFOA, nasce desse contexto, com o objetivo de aproximar teoria e prática por meio do uso de metodologias contemporâneas de inovação. Fundamentada em abordagens como o Design Thinking e o Lean Startup, a proposta busca criar um ambiente de experimentação colaborativa, onde os estudantes possam vivenciar todas as etapas do desenvolvimento de um projeto de comunicação – desde a imersão no problema até a apresentação de soluções viáveis em forma de pitches.

De acordo com Freire (1996), a educação deve promover a autonomia e a capacidade de intervenção na realidade. Nesse sentido, oficinas como esta cumprem um papel essencial na formação de sujeitos capazes de atuar de forma crítica e transformadora, conectando saber acadêmico às demandas concretas da sociedade. Além disso, a articulação entre ensino, pesquisa e extensão, prevista nos marcos legais da educação superior brasileira (BRASIL, 2001), encontra na prática extensionista um espaço privilegiado para a formação integral do estudante.

A presente pesquisa tem como objetivo relatar e analisar os resultados da oficina de ideação no contexto dos cursos de jornalismo e publicidade e propaganda do UniFOA, destacando seus impactos na formação discente, na integração com a comunidade e na promoção da cultura da inovação. A justificativa para esta investigação reside na relevância de se compreender como práticas pedagógicas baseadas em metodologias ativas podem fortalecer a aprendizagem significativa, o espírito empreendedor e o vínculo universidade-sociedade (LIMA; MIOTO, 2007).

MÉTODOS

A metodologia da oficina de ideação foi baseada em abordagens participativas, práticas e colaborativas, alinhadas às tendências contemporâneas da educação superior e à proposta da extensão universitária. O projeto foi realizado presencialmente, com duração total de 2 horas, distribuídas em dois dias. Participaram 11 alunos dos cursos de Publicidade, Propaganda e Jornalismo, além de professores dos cursos que atuaram como mentores especializados nas áreas de comunicação, inovação e empreendedorismo.

O espaço físico foi adaptado para permitir a interação e o trabalho em equipe, contando com mobiliário flexível e recursos multimídia. Os materiais utilizados incluíram post-its, canetas coloridas, além de templates impressos como o Business Model Canvas, utilizados para estruturação e visualização das ideias.

A oficina foi estruturada em quatro etapas principais. A primeira etapa foi a imersão, na qual os participantes realizaram dinâmicas de desbloqueio criativo, técnicas de warm-up e brainstorming orientado, com o objetivo de estimular o pensamento divergente e identificar temas relevantes para o desenvolvimento de soluções comunicacionais. Essa etapa teve como referência metodológica autores como Brown (2009), que defende a importância da empatia no processo criativo.

Na segunda etapa, de ideação, os estudantes utilizaram ferramentas como Design Thinking para mapear oportunidades e desenvolver propostas iniciais. Essa fase foi conduzida com suporte dos mentores, que auxiliaram as equipes na estruturação de suas ideias e na definição de propostas de valor.

A terceira etapa, de prototipagem, seguiu princípios da metodologia Lean Startup, conforme proposto por Ries (2012), permitindo que os grupos transformassem suas ideias em modelos de baixa fidelidade, testando hipóteses e construindo soluções viáveis. Cada equipe teve acesso a materiais gráficos e digitais para desenvolver seus protótipos.

A última fase foi a validação, na qual os grupos apresentaram seus projetos em pitches de curta duração para uma banca composta por docentes e profissionais convidados. Após as apresentações, os projetos receberam feedback estruturado, considerando aspectos de viabilidade, inovação e impacto.

A avaliação dos participantes foi realizada por meio de formulário de satisfação via Microsoft Forms. Também foram registrados dados qualitativos por meio de anotações, registros visuais e quadros colaborativos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A oficina de ideação "Transformando ideias em ações" apresentou resultados positivos e coerentes com os objetivos traçados. Durante o processo, foram geradas mais de dez ideias iniciais, das quais haveria a possibilidade de se tornarem projetos estruturados. Dentre esses, alguns participaram de um concurso de startups, sendo que um dos projetos ficou em terceiro lugar na competição, o que demonstra o potencial das soluções desenvolvidas.

A formação de equipes multidisciplinares favoreceu a troca de conhecimentos e o trabalho colaborativo. Essa dinâmica permitiu aos estudantes vivenciar a interdisciplinaridade, considerada um dos pilares da formação integral no ensino superior (MEC, 2001). Além disso, a aplicação de metodologias como o Design Thinking mostrou-se eficaz para fomentar o pensamento empático e a identificação de oportunidades relevantes, como defendido por Verganti (2011).

Os dados coletados por meio do formulário de avaliação revelaram alto índice de satisfação entre os participantes, com destaque para os seguintes aspectos: desenvolvimento de habilidades como liderança, escuta ativa e pensamento estratégico; aprendizado sobre modelagem de negócios e comunicação de projetos; e fortalecimento do espírito empreendedor. Tais competências são amplamente valorizadas no mercado atual e estão alinhadas com as diretrizes curriculares nacionais, que enfatizam a formação crítica, criativa e ética (BRASIL, 2010).

A presença de mentores foi apontada como um dos pontos altos da oficina. No entanto, a limitação de tempo foi um fator mencionado por diversos participantes como obstáculo para o aprofundamento das fases de prototipagem e validação. Segundo Litto (2009), práticas educacionais inovadoras requerem tempo adequado para a consolidação do aprendizado experiencial.

Outro ponto relevante foi a percepção, por parte dos avaliadores, da qualidade dos projetos apresentados. Isso indica que os estudantes foram capazes de compreender o processo de inovação e aplicá-lo de forma prática em um curto espaço de tempo, reafirmando o potencial da extensão como estratégia de ensino-aprendizagem significativa (LOPES; MACEDO, 2011).

A discussão dos resultados evidencia que oficinas de ideação, como esta, promovem a articulação entre ensino, pesquisa e extensão, fortalecendo o protagonismo discente e aproximando a universidade das demandas sociais. Ao conectar os projetos a desafios reais e à participação em concursos externos, amplia-se o alcance e o impacto da formação acadêmica, como propõem autores como Demo (2000) e Santos (2011).

CONCLUSÕES

A oficina de ideação "Transformando ideias em ações" cumpriu seus objetivos ao proporcionar uma experiência formativa inovadora, colaborativa e alinhada às demandas do mercado de trabalho contemporâneo. Por meio da aplicação de metodologias ativas e da integração entre teoria e prática, os estudantes puderam desenvolver competências essenciais para a atuação em contextos de alta complexidade e constante transformação.

Os resultados obtidos demonstram que ações de extensão universitária com foco em inovação e empreendedorismo contribuem significativamente para o desenvolvimento de habilidades como liderança, criatividade, empatia e pensamento estratégico. Além disso, o reconhecimento externo de um dos projetos no concurso de startups reforça o valor das propostas construídas durante a oficina.



A oficina também evidenciou a importância do trabalho multidisciplinar, da presença de mentores especializados e da conexão com problemas reais da comunidade como fatores que enriquecem a experiência de aprendizagem. A avaliação positiva dos participantes e dos parceiros envolvidos aponta para a viabilidade de replicação e ampliação dessa iniciativa.

Conclui-se, portanto, que oficinas de ideação representam uma estratégia eficaz para fortalecer a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, contribuindo para a formação de profissionais mais preparados, socialmente engajados e capazes de atuar como agentes de transformação.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação**. Brasília: MEC, 2001.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Comunicação Social**. Brasília: MEC, 2010.

BROWN, T. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DEMO, P. **Educação e conhecimento: por uma epistemologia da práxis**. São Paulo: Cortez, 2000.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

LIMA, M. C. de S.; MIOTO, R. C. T. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LITTO, F. M. **Educação a distância e a formação universitária: perspectivas e desafios**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

LOPES, A. C.; MACEDO, E. **Extensão universitária: entre saberes e práticas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

MORAN, J. M. **Metodologias ativas para uma educação inovadora**. Campinas: Papyrus, 2015.

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

SANTOS, B. de S. **A universidade no século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade**. São Paulo: Cortez, 2011.

VERGANTI, R. **Design Driven Innovation: mudando o jogo por meio de significados radicais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.