

O USO DO VÍDEO PITCH NA FORMAÇÃO DE GESTORES: RELATO DE PRÁTICA

Juliana Casarotti Ferreira dos Santos

juliana.cferreira@Fatec.sp.gov.br

Fatec-Prudente

Devancyr Souza Dias

devancyr@gmail.com

Fatec-Prudente

Resumo

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial possui em seu Projeto pedagógico um espaço para a construção de Projetos Interdisciplinares. Este relato apresenta o vídeo Pitch usado no componente curricular de Comunicação Empresarial, para a Mostra de Negócios e Inovação promovida pelos alunos do 4º módulo de Gestão Empresarial, como produto do Projeto Integrador da disciplina de Planejamento de Marketing. A fundamentação teórica básica do Pitch desenvolvida pelo Sebrae serviu para a aplicação dessa ferramenta. A metodologia escolhida foi a Aprendizagem baseada em Projetos, uma proposta relacionada com uma visão interdisciplinar do saber, na qual o aluno tem um papel ativo e é capaz de intervir socialmente. Como resultado, percebeu-se a possibilidade dos alunos poderem ter a experiência de exercitar competências socioemocionais muito desejadas pelo mercado de trabalho, como: a criatividade, a adaptabilidade, a resolução de problemas, a liderança, a negociação.

Palavras-chave: vídeo pitch, comunicação empresarial, startup.

Introdução

Há muita expectativa depositada na Educação Superior, na importância das faculdades para a transformação dos indivíduos e como consequência, da sociedade como um todo. Essa é uma preocupação latente dos Cursos Superiores de Tecnologia das Fatecs. Observar o arranjo produtivo local, as demandas das regiões e colaborar para o desenvolvimento econômico e social.

Esta prática pedagógica foi desenvolvida junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, mais especificamente com o 4º módulo, na disciplina de Comunicação Empresarial Geral, da Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente.

O Catálogo Nacional de Cursos de Tecnologia (2016) vislumbra que o aluno, ao terminar o curso de Gestão Empresarial, seja capaz, dentre outras coisas, de analisar estratégias gerenciais, planejar, promover processos organizacionais e propor mudanças na organização. Lidar com pessoas, capacidade de comunicação, trabalho em equipe, liderança, negociação, busca de informações, tomada de decisão em contextos econômicos, políticos, culturais e sociais distintos são requisitos importantes a esse profissional.

Nesse contexto, práticas pedagógicas tradicionais que não dão voz ao aluno e condicionam o aprendizado ao domínio de conteúdo parecem perder seu lugar. As aulas de Comunicação não podem se restringir mais ao ensino da gramática e da norma culta da Língua Portuguesa. Também não deve se apoiar somente no ensino da produção do texto escrito. Em

uma sociedade cada vez mais visual, o texto multimodal ganha mais espaço, aquele texto que se realiza por mais de um código (texto escrito, imagem, áudio...).

Por sua vez, surgem as metodologias ativas, que propõem uma aprendizagem baseada na experimentação, colaboração, questionamentos em áreas de conhecimentos mais amplas. Segundo Moran (2018), o importante das metodologias ativas é “estimular a criatividade de cada um, a percepção de que todos podem evoluir como pesquisadores, descobridores, realizadores; que conseguem assumir riscos, aprender com os colegas, descobrir seus potenciais”.

O ensino remoto impulsionou mudanças significativas no modo de ensinar e aprender. Os Professores sentiram a necessidade de criar condições para uma participação mais ativa dos alunos. O primeiro passo foi repensar as aulas nas quais os docentes assumem a centralidade e promover atividades em que os alunos sejam estimulados a pensar sobre seu cotidiano, sem esquecer a teoria.

Daros (2018) defende que as metodologias ativas possibilitam que o aluno seja capaz de “enfrentar e resolver problemas e conflitos do campo profissional e produzir um futuro no qual, a partir da igualdade de fato e de direito, cresçam e se projetem as diversidades conforme as demandas do século XXI”.

Objetivo da aula e competência desenvolvida

O objetivo principal desta experiência de ensino foi o desenvolvimento, em grupo, de um vídeo pitch para apresentação virtual na V Mostra de Negócios e Inovação da Fatec-Prudente.

O trabalho em equipe, a conscientização da importância das ações de planejamento, levar o nome da Fatec-Prudente para a comunidade externa, bem como realizar atividades práticas, ligadas diretamente à área de negócios e inovação são objetivos específicos que a construção dos vídeos propiciou aos alunos do curso de Gestão Empresarial.

A criação dos vídeos em formato pitch permitiu que os alunos desenvolvessem competências como criatividade, liderança, autonomia e confiança ao se tornarem protagonistas na construção do próprio conhecimento; negociação, adaptabilidade e resolução de problemas ao participarem de uma aprendizagem colaborativa devendo compartilhar todo o processo com os colegas, respeitando às diferenças, opiniões, valores e crenças.

Metodologia ativa utilizada e sua justificativa

Esta experiência didática fez parte do Projeto integrador (interdisciplinar) da disciplina de Planejamento de Marketing, do 4º módulo do Curso de Gestão Empresarial da Fatec-Prudente, no segundo semestre de 2020. A ideia do Projeto Integrador está institucionalizada no Projeto Pedagógico do Curso de Gestão, mas a iniciativa de realizar uma Mostra de Negócios e Inovação partiu do Professor da disciplina de Planejamento de Marketing.

O projeto proposto busca articular as disciplinas do 4º módulo (Planejamento de Marketing, Gestão Financeira Logística, Direito Empresarial, Comunicação Empresarial e Inglês IV) para a resolução de um problema. Os alunos devem perceber que o conhecimento é composto de olhares pontuais para conseguir construir significados mais amplos e complexos. Por meio da conexão entre as disciplinas, utilizando ferramentas digitais, os Professores foram

desafiados, a partir da utilização do conteúdo teórico da disciplina de Planejamento de Marketing, colaborar com uma atividade prática que pudesse sensibilizar, envolver e estimular os alunos, divididos em grupos, a pesquisar sobre tecnologia, empreendedorismo e inovação, propondo um plano de marketing para lançamento na Fatec.

As principais etapas do Projeto foram: a) Divisão dos grupos e levantamento das oportunidades de produtos ou serviços inovadores; b) Criação de um produto ou serviço inovador por meio um plano de marketing; c) Elaboração de um vídeo pitch para a apresentação do produto ou serviço; d) Lançamento do produto ou serviço na Mostra de Negócios e Inovação.

Cada produto ou serviço criado gerou uma startup, de forma simulada, os grupos se organizaram em empresas. Com a Mostra de Negócios, houve a possibilidade dos grupos obterem uma validação de suas ideias inovadoras, por isso, o vídeo pitch foi fundamental.

A estrutura do vídeo pitch possibilita que a audiência conheça o negócio e consiga avaliar os potenciais ganhos para o investidor. Os elementos básicos que formam o vídeo pitch são: nome da empresa, descrição do produto ou serviço, público-alvo, problema que é resolvido, proposta de valor e vantagens competitivas (Sebrae, MG, 2017). O vídeo tem caráter argumentativo, deseja convencer o interlocutor das oportunidades de negócio que a startup oferece.

Diferente de uma sequência didática tradicional, na Aprendizagem baseada em projetos existe uma preocupação em gerar um produto, neste caso, um Plano de Marketing e um vídeo pitch. O trabalho com projetos proporciona aos alunos o desenvolvimento de competências relacionadas ao pensamento crítico e criativo. Em grupos, discutem e percebem que podem ocorrer diversas maneiras para se realizar uma tarefa.

Avaliação da aprendizagem

A avaliação dos vídeos levou em consideração as etapas da execução do projeto. Foram propostas as seguintes atividades: a) Socialização do tema escolhido pelos grupos; b) Escrita do roteiro; c) Construção do storyboard; d) Apresentação da versão inicial do vídeo; e) Julgamento do vídeo pela comissão da Mostra de Negócios e Inovação.

Para a análise dos vídeos, a Professora estabeleceu uma pauta de observação com os alguns critérios: a) duração do vídeo; b) qualidade do som e imagem; c) estrutura do vídeo pitch (abertura, problema, visão da empresa, opções de solução, fechamento, chave de ouro; d) atendimento ao tema; e) criatividade; f) participação dos integrantes do grupo.

Além da avaliação da Professora de Comunicação Empresarial, os vídeos foram analisados por uma comissão julgadora formada pelo Professor de Marketing, pela Coordenadora do Curso de Gestão Empresarial, pelo Diretor Geral de um importante jornal da cidade e por um representante da agência municipal de Inovação, na ocasião da Mostra de Negócios e Inovação promovida ao final de cada semestre na Fatec-Prudente.

Resultados

O envolvimento dos alunos é evidente desde o início do Projeto. Existe um sentimento de pertencimento em relação à atividade. Os grupos se mostram comprometidos e buscam realizar da melhor forma possível o vídeo. Todos desejam se destacar na Mostra de Inovação e Negócios.

No total, foram apresentados seis vídeos. Cada vídeo trouxe uma ideia inovadora de um produto ou serviço.

- Easy.com: e-commerce de moda. Utiliza a Realidade Aumentada.
- Log.Fácil: plataforma de transporte. Conecta empresas e caminhoneiros.
- Alpha Software: desenvolve um serviço de comanda fácil. Personalizado para restaurantes.
- Eco Atlas: linha sustentável de tecido. Valoriza o consumo sustentável.
- Moda Inclusive: moda inclusiva. Loja e confecção de roupas adaptadas para pessoas com deficiência.
- Quick work: plataforma digital para divulgação de prestadores de serviços. O consumidor consegue avaliar os profissionais cadastrados.

Os vídeos são resultado de um semestre de pesquisa, discussões, feedbacks e análises. Os Professores envolvidos no Projeto Integrador puderam acompanhar todo o processo de construção dos vídeos. Coube a Professora de Comunicação, estabelecer e monitorar alguns marcos importantes para a execução do vídeo (roteiro, storyboard, versão preliminar e versão final).

A banca julgadora mostrou-se muito satisfeita com a qualidade das ideias de startups apresentadas. Todas as equipes ouviram elogios e sugestões para colocar os projetos na prática, transformando-os em negócios de verdade.

Dificuldades encontradas

As principais Dificuldades encontradas foram no âmbito da opção pelo uso das metodologias ativas. Existe uma quebra de paradigma em relação ao que os estudantes esperam encontrar nas aulas de Comunicação Empresarial. Do ponto de vista comportamental, a utilização de metodologias ativas traz mudanças no papel do aluno. Exige-se um maior protagonismo e autonomia dos estudantes.

A avaliação também sofre mudanças. Com o trabalho com projetos, a avaliação precisa ser processual. Os feedbacks do professor devem ser constantes, de acordo com as etapas propostas. Contudo, a turma se mostrou participativa e aberta às mudanças, com o decorrer das atividades, os estudantes começaram a se sentirem mais confiantes, a ponto de compartilharem seus conhecimentos, apoiando o trabalho dos grupos.

Considerações Finais

A partir do Projeto desenvolvido é possível concluir que uma das principais vantagens do uso das metodologias ativas é criar a oportunidade do aluno aplicar o que está aprendendo na teoria e aperfeiçoar, não somente competências técnicas, mas também socioemocionais. Os futuros gestores identificaram um problema da realidade e, em equipe, buscaram soluções para resolvê-lo. Percebe-se um envolvimento maior dos alunos com a atividade. Esse protagonismo favorece uma preparação mais efetiva para o mercado de trabalho e para a vida. A capacidade de inovar e a criatividade foram fundamentais para a execução dos vídeos. Assim, como o pensamento empreendedor, característica tão solicitada aos profissionais do século XXI.

Referências

- BRASIL. Ministério da Educação (MEC). Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília, DF: MEC, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cncst-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192 . Acesso em: 7 fev. 2021.
- DAROS, Thuinie. Por que inovar na educação?. In: CAMARGO, Fausto. A sala de aula inovadora: estratégias pedagógicas para fomentar o aprendizado ativo. Porto Alegre: Penso, 2018. e-PUB.
- MORAN, José. Metodologias ativas para uma aprendizagem mais profunda. In: BACICH, L.; MORAN, J. (Orgs). Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática. Porto Alegre: Penso, 2018 e-PUB.
- SEBRAE. Guia do pitch perfeito. Aprenda a fazer seu elevador pitch para conquistar investidores. Mina Gerais, MG: Sebrae, 2017.