

## Artigo Original

# Metodologias Ativas na EAD: aceleração digital no processo de ensino e aprendizagem na Escola de Negócios das Artesãs

*Active Methodologies in Distance Education: digital acceleration in the teaching and learning process at the Artisans School of Business*

*Metodologías Activas en el Aprendizaje a Distancia: aceleración digital en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la “Escola de Negócios das Artesãs*

Angelica Oliveira, Fernanda Goulart da Silva, Yasmin Rizzo Soares e  
Fernanda Galvão Sklovsky

## Resumo

O ensino a distância teve um crescimento exponencial nos últimos meses, impulsionado pela crise da pandemia da Covid-19, que exigiu medidas de isolamento social. Por conseguinte, o presente artigo tem como propósito apresentar o processo de utilização de metodologias ativas para acelerar o ciclo de ensino e aprendizagem na Escola de Negócios das Artesãs da Rede Asta, em seus pilares: Educação, *Design* e Mercado. As considerações finais corroboram que as mudanças realizadas na escola foram vitais para que as artesãs desenvolvessem novas habilidades, acessassem novos ambientes de aprendizagem, continuassem ativamente com os seus negócios e pudessem se reinventar frente aos desafios do mercado atual.

**Palavras-chave:** Artesanato, Educação a Distância, Aceleração Digital, Metodologias Ativas, Pandemia.

## Abstract

Distance education has grown exponentially in recent months, driven by the Covid-19 Pandemic crisis that required measures of social isolation. Therefore, the purpose of this article is to present the process of using active methodologies to accelerate the teaching and learning cycle at the Artisan Business School of Rede Asta, in its pillars: Education, Design and Market. The final considerations corroborate that the changes made at the School were vital for the artisans to develop new skills, access new learning environments, actively continue with their business and be able to reinvent themselves to face the challenges of the current market.

**Keywords:** Crafts, Distance Education, Digital Acceleration, Active Methodologies, Pandemic.

## Resumen

La educación a distancia tuvo un crecimiento acelerado en los últimos meses, estimulado por la crisis de la Pandemia del Covid-19, que exigió medidas de aislamiento social. Por lo tanto, el presente artículo tiene como propósito presentar el proceso de utilización de metodologías activas para fomentar el ciclo de enseñanza y aprendizaje en la “Escola de Negócios das Artesãs da Rede Asta”, sus pilares son: la Educación, el Diseño y el Mercado. Las consideraciones finales certifican que las mudanzas hechas en la escuela fueron esenciales para que las artesanas desarrollaran nuevas habilidades y tuvieran acceso a nuevos ambientes de aprendizaje, continuaran activamente con sus negocios y pudieran reinventarse frente a los desafíos del actual mercado.

**Palabras clave:** Artesanía, Educación a distancia, Aceleración digital, Metodologías activas, Pandemia.

## Introdução

Este artigo apresenta como se tem adaptado e aplicado as principais metodologias ativas de aprendizagem com um grupo de 27 alunas da Escola de Negócios das Artesãs, no interior do Estado do Rio de Janeiro, e tem como objetivo principal analisar o processo de ensino e aprendizagem, adaptados ao momento de pandemia da Covid-19. Segundo Dias-Trindade (2020, p. 4), o estudo de ecologias de aprendizagem e formação de redes no processo educativo insere-se “numa lógica de interação simbiótica entre estudantes e seus professores, como forma de potencializar todo o processo de ensino e de aprendizagem”. A autora complementa, ainda, elucidando que:

Esta forma de pensar o processo educativo enquadra-se numa estratégia de viver a educação enquanto espaço aberto, flexível e híbrido e em compreender o processo de ensinar e de aprender enquanto um sistema vivo, que se constrói, adapta e transforma de acordo com as necessidades de todos os seus intervenientes. (DIAS-TRINDADE, 2020, p. 4).

Diante do cenário atual de crise da pandemia alastrada pela Covid-19 e com a conseqüente necessidade de se realizar um forte e rápido isolamento social, percebe-se que o uso de metodologias ativas de aprendizagem tornou-se não mais um mero item adicional (ou criativo/divertido) a uma boa estrutura de plano de aula, mas, de fato, uma necessidade urgente e real para a garantia mínima de sucesso do modelo. Dito isso, faz-se necessário conectar, neste estudo, metodologias ativas à urgente necessidade de aceleração digital que o cenário de plena pandemia demandou das artesãs que compõem o corpo discente. Não somente os espaços e formas de aprendizagem mudaram, mas todas as pessoas envolvidas nessa ecologia profunda de ressignificação.

É dentro desse contexto que a Escola de Negócios das Artesãs precisou reformular toda a sua proposta político pedagógica de modo que conseguisse atender às expectativas das artesãs (e do corpo docente), ao mesmo tempo em que as auxiliasse em seus processos de aceleração digital, permeando seus três módulos principais: Educação, *Design*

e Mercado. E, para que isso fosse viável, compreender a importância das ecologias de aprendizagem, rapidamente “aprendendo a ensinar” e “aprendendo a aprender”, no contexto de letramento digital, redes e colaboração, foi essencial.

Segundo dados da Comissão Europeia (2013, p. 6) “as pessoas têm de adquirir novas competências para um mundo digital” e “[...] as reduzidas ou inexistentes competências digitais de muitos adultos entram a sua produtividade e capacidade de inovação no local de trabalho e limitam a sua participação na sociedade” (COMISSÃO EUROPEIA, 2013, p. 7). Portanto, ter nascido na era digital não é o suficiente para ser digitalmente competente, nem para jovens ou adultos, e mais desafiante ainda para o público sênior, que é o objeto deste estudo.

Todos esses dados integrados corroboram as análises que serão apresentadas neste artigo, em que se verifica um imenso esforço conjunto para o sucesso da abordagem digital no processo de ensino e aprendizagem na Escola de Negócios das Artesãs. A aplicação de estratégias ativas na EAD só foram possíveis graças a uma rápida adaptação dos envolvidos, com docentes resignificando as metodologias ativas para o público sênior, e artesãs aprendendo a aprender diante de um complexo momento histórico de superação. Apresentaremos, a seguir, as principais reflexões deste estudo, demonstrando como se deu esse processo de aceleração digital e aplicação de metodologias ativas em cada uma das etapas da Escola de Negócios das Artesãs (Educação, *Design* e Mercado), bem como as artesãs as assimilaram e provocaram mudanças sistêmicas, na prática, em suas vidas e negócios.

## 1. A Escola de Negócios das Artesãs

A Rede Asta é um negócio social que atua na economia do “feito à mão” desenvolvendo artesãs para serem empreendedoras. Na definição de Yunus (2015 *apud* LIMEIRA, 2018, p. 2), “O negócio social é uma empresa que não envolve perdas e não paga dividendos, inteiramente dedicada à realização do propósito social.” Há quinze anos no setor do artesanato, tendo sempre como ponto principal a geração de renda, conhecimento e rede para as artesãs envolvidas, já experimentou

diferentes modelos de negócios, desde vendas no atacado, no varejo, venda por catálogos, loja física e na internet e, mais recentemente, com um produto digital educacional: a Plataforma Asta.

Em 2015, é lançada, então, a Escola de Negócios das Artesãs, com os objetivos centrais de aumentar as vendas, melhorar produtos, criar posicionamento de marca e construir relacionamento com os clientes. As principais etapas da Escola de Negócios das Artesãs compreendem os seguintes eixos: Educação, *Design*, Mercado e Liderança Empreendedora. Neste estudo, iremos focar nos três primeiros; e todos integrados cumprem com a missão de transformar artesãs em empreendedoras. Segundo dados da Rede Asta (2020), em 5 anos, a escola já impactou, através de uma linguagem e metodologia pedagógica personalizados, um público de mais de 5.000 pessoas, atendendo artesãs de 200 negócios produtivos artesanais em cinco estados do país, somando mais de mil horas de conteúdos lecionados, divididos entre facilitações e mentorias.

A base do projeto político-pedagógico da escola foi formatada em duas frentes de atuação: primeiro, herdando a metodologia de tecnologia social do Coletivo Artes do Instituto Coca Cola Brasil e, posteriormente, adaptando-se às demandas de aprendizagem específicas do nosso público, com a consultoria em Educação “Plano B”. Foram meses de modelagem e planejamento de projetos, com captura e desenvolvimento de conteúdo e materiais didáticos que resultaram em seis grandes eixos didáticos: Gestão, Vendas, Liderança, Produção, Conformidade e Criação. Todos esses conteúdos eram repassados tendo como base a teoria de aprendizagem de adultos, com estilos de aprendizagem geracionais. Isso significa que os *baby boomers* (nascidos aproximadamente entre 1920 e 1943) eram a persona da escola e toda a sua formatação foi pensada para atender às demandas de aprendizagem deste público: em sua grande maioria mulheres, com cinquenta anos ou mais, da base da pirâmide, com pouco ou nenhum acesso à tecnologia.

Em 2018 é lançada, então, a Plataforma Asta, uma tecnologia social que integra todos os conteúdos da escola, além de promover uma rede entre as artesãs e facilitar o acesso ao mercado *business to business*, com vitrines para os seus produtos. Os 25 cursos da escola passam a

ser gerenciados em uma Ambiente Virtual de Aprendizagem e acessados pelos usuários cadastrados através da Plataforma Asta, via *mobile* (pelo aplicativo) ou pelo navegador. Ocorre, então, uma atualização do projeto político-pedagógico para atender às diferentes demandas e contextos de aplicação dos conteúdos. O modelo presencial (turmas 1-4) passa por um período de transição, com a aplicação do ensino híbrido (turmas 5-10), até mais recentemente se tornar totalmente EAD (turma 10). Na turma 10, que é o objeto deste estudo, o primeiro mês das aulas aconteceu no formato híbrido e, com a pandemia, as atividades passaram a ocorrer totalmente no formato *on-line*.

Com a aceleração da transformação digital imposta pelas novas demandas da pandemia, fez-se necessário revisitar, mais uma vez, todo o projeto político-pedagógico. Dessa vez, com foco nas teorias sobre estilos de aprendizagem, mais especificamente, nas preferências de aprendizagem das nove inteligências múltiplas de Howard Gardner. Segundo Santiago (2020, p. 12), “as pessoas com mais inteligência linguística preferem aprender com a comunicação oral ou escrita” e pessoas com mais inteligência lógico/matemática preferem aprender com análises lógicas, criação de estratégias e processos, por exemplo. Também temos pessoas com inteligência rítmica/musical, corporal/cinestésica, espacial/visual, naturalista, intrapessoal, interpessoal e existencial.

O grande desafio atual da escola é realizar uma forte inserção de metodologias ativas às teorias de inteligências múltiplas, no contexto do EAD, para o público baby boomers em pleno processo de aceleração digital imposto pela pandemia. Compreendendo-se que diferentes pessoas aprendem de diversas formas, as metodologias ativas somam esforços para viabilizar uma experiência didática mais real para os discentes, em suas mais múltiplas realidades. Sendo assim, ao facilitar-se uma visita aos museus mundiais pelo Google Arts, promove-se muito mais do que o acesso a um simples aplicativo, viabiliza-se uma aprendizagem baseada na inteligência espacial/visual, dentro dos limites colocados pelo atual cenário mundial.

É neste contexto que as artesãs da turma X passaram a ter encontros da escola pelo Zoom, conteúdos extraclasse em *lives* do Instagram da Rede Asta, além de utilizar ferramentas de apoio como o WhatsApp,

Padlet, dentre outras, que serão melhor descritas nas etapas a seguir. Estamos falando de um público discente de mulheres, com idade média de 55 anos, majoritariamente da classe C, moradoras do interior do Norte Fluminense e que, muitas das vezes, voltaram a estudar após anos de pausa e tiveram seus processos de retomada brutalmente interrompidos por uma pandemia.

Uma breve revisão geral da bibliografia sobre metodologias ativas contempla, em sua grande maioria, um vasto material dedicado a pensar o assunto sob o ponto de vista da juventude: como integrar o aluno do ensino médio às práticas pedagógicas? Qual o melhor aplicativo para gamificar um conteúdo entediante para uma criança aprender melhor? Como aproximar os movimentos MAKER e STEAM a melhores maneiras de assimilar determinada aula e trazer o jovem para o centro da aprendizagem? A lista é infinita e os desafios do letramento digital envolvem, raras vezes, reflexões específicas sobre aplicações práticas para o público adulto. Isso se dá, dentre outros motivos, pelo fato de que o público sênior foi iniciado em métodos educativos tradicionais em contraponto aos alunos do século XXI. Complementando esse assunto, segundo Santiago e Oliveira (2020, p. 6):

Quando falamos de métodos tradicionais de educação nos reportamos ao século XIX. E, observamos que desde o início do século XX se fala em educação com ação por parte do aluno em oposição à passividade deste. Foi neste contexto, com o aporte filosófico, educacional e psicológico de pensadores como Ausubel, Bruner, Dewey, Piaget e Rogers que surgiram o que chamamos hoje de metodologias ativas de aprendizagem.

Diante deste cenário, é como se pensar metodologias ativas tivesse uma conexão intrínseca com um recorte de aplicação geracional (e não necessariamente intergeracional), visto que “no geral estas metodologias surgiram a partir do desenvolvimento tecnológico, científico e cultural de meados do século XX e continuam a ganhar nova roupagem e a agregar valores conforme a mudanças vem ocorrendo, até o momento” (SANTIAGO; OLIVEIRA, 2020, p. 6). As metodologias ativas utilizadas na Escola de Negócios das Artesãs baseiam-se na importância da

educação ao longo da vida, em que a educação pode e deve ser aplicada a qualquer idade. Sobre esse conceito, a UNESCO (2010, p. 32) discorre que:

Sob essa nova perspectiva, a educação permanente é concebida como algo que vai muito mais além do que já se pratica, especialmente nos países desenvolvidos, a saber: as iniciativas de atualização, reciclagem e conversão, além da promoção profissional, dos adultos. Ela deve abrir as possibilidades da educação a todos, com vários objetivos: oferecer uma segunda ou terceira oportunidade; dar resposta à sede de conhecimento, de beleza ou de superação de si mesmo; ou, ainda, aprimorar e ampliar as formações estritamente associadas às exigências da vida profissional, incluindo as formações práticas.

Todos esses dados, integrados, corroboram as análises que serão apresentadas nas seções a seguir, nas quais se verifica um imenso esforço conjunto para o sucesso da abordagem digital, no processo de ensino e aprendizagem, na Escola de Negócios das Artesãs. A aplicação de estratégias ativas na EaD só foi possível graças a uma rápida adaptação dos envolvidos, com docentes ressignificando as metodologias ativas para o público sênior, e artesãs aprendendo a aprender diante de um complexo momento histórico de transição global e superação pessoal. A seguir, apresentamos como as áreas de Educação, Design e Mercado aplicaram quatro diferentes metodologias ativas em suas facilitações de ensino-aprendizagem, no formato de EaD: sala de aula invertida (*Flipped Classroom*), Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) e estudos de caso.

## 2. Sala de aula invertida (*Flipped Classroom*) aplicada à metodologia da Escola de Negócios das Artesãs

A Turma X da Escola de Negócio das Artesãs é composta por 20 negócios produtivos que participaram de um processo seletivo constituído



por análise de dados como raça, idade, escolaridade, renda familiar, tipo de técnica artesanal, formalização e composição do negócio (individual ou grupo). A partir dessa seleção, o próximo passo de cada negócio foi responder a um questionário diagnóstico com o intuito de avaliar holisticamente qual o nível de maturidade empreendedora se encontrava. As 67 perguntas desse questionário são divididas em: comercialização, produção, formalização, gestão de pessoas, empreendedorismo, segurança e qualidade de vida, gestão administrativa e gestão financeira. Segundo Oliveira *et al.* (2020, p. 4):

A partir das respostas é gerado um Relatório que indica quantitativamente os pontos fortes e de melhoria [...] que pode ser básico, intermediário ou avançado. Em suma, todos os relatórios são correlacionados em um único relatório e forma-se assim um exclusivo para turma, que irá nortear o que denominamos Trilha de Aprendizagem envolvendo os cursos necessários ao longo do projeto [...].

Inicialmente, a turma foi desenhada para o modelo presencial e somente após o início do período de isolamento social, no final de março, foi adaptada para ser totalmente digital. Podemos definir os modelos estratégicos de ensino da escola em três: o primeiro modelo mais tradicional é o presencial, no qual as videoaulas eram assistidas no momento da sala de aula com a professora, intercaladas com exercícios para fixação de cada aprendizado por parte das artesãs. Já o modelo híbrido, de acordo com Colvara e Santo (2019, p. 5):

[...] refere-se a uma combinação de atividades que por vezes utiliza técnicas tidas como tradicionais, fazendo uso de conteúdos e discussões em sala de aula e, em outros momentos, explora o uso de ferramentas tecnológicas nos cenários digitais, permitindo-se dispensar a presencialidade da sala de aula.

Atualmente, está em vigor o modelo *on-line*, no qual as artesãs assistem às videoaulas com antecedência de 2 a 5 dias de cada aula virtual, depois, a facilitadora faz um resumo do conteúdo. Essa metodologia de

aprendizado contribui para expandir o senso crítico e trazer discussões mais enriquecedoras para esse momento da aula. A chamada de *Flipped Classroom*, ou Modelo de Sala de Aula Invertida, tem como um dos seus conceitos que “o que tradicionalmente é feito em sala de aula, agora é executado em casa, e o que tradicionalmente é feito como trabalho de casa, agora é realizado em sala de aula” (BERGMANN; SAMS, 2012, p. 19 *apud* EVANGELISTA; SALES, 2018, p. 568).

Esse conceito relativamente novo e que usa da tecnologia como aliada do processo teve início nos Estados Unidos na década de 90 e um dos seus precursores foi J. Wesley Baker; ele incentivava que seus alunos aprendessem os conteúdos anteriormente. Assim, utilizava leituras, discussão dos conteúdos por grupos e testes *on-line*. De acordo com Baker (2000, p. 9):

Whereas the old technologies were passive, analog and linear, the new technologies are interactive, digital and non-linear. These characteristics provide a good fit with the new approaches to teaching and learning that have been developing during the same period.

Apoiando-se por essa afirmação, utilizamos nas aulas *on-line* as seguintes ferramentas digitais, com o intuito de auxiliar o aprendizado de uma forma prática: Plataforma Asta, para que acessem os conteúdos dos cursos antes das aulas; Zoom, que permite a realização de reuniões *on-line* para as aulas; Padlet, um mural virtual que pode ser utilizado por mais de uma pessoa simultaneamente, onde é possível inserir qualquer conteúdo (*link*, fotos, vídeos, textos) e WhatsApp para comunicados gerais da escola, conexão entre as artesãs e mentorias através das videochamadas. Definiu-se, portanto, um ciclo de aprendizagem no qual a facilitadora enviava o *link* do curso com antecedência, as artesãs assistiam e anotavam as dúvidas para aula. No dia da aula virtual, a facilitadora revia o conteúdo, tirava as dúvidas e aplicava exercícios de fixação; ainda, passava um exercício para casa e acompanhava a sua aplicação através de mentorias, guiando as artesãs na evolução de seu próprio negócio.

Esse ciclo era repetido a cada aula e como consequência desenvolveu

um processo de empoderamento da aprendizagem por parte das alunas/artesãs, uma vez que elas já se preparavam para cada conteúdo ministrado e não ficavam dependentes do que a facilitadora trazia como argumento para a sala de aula.

De todo o processo de implementação da nova metodologia, podemos destacar ainda que, pela idade das artesãs da turma ser em média 55 anos e por não terem nascido na era digital, existiu da parte da maioria uma dificuldade inicial em manusear algumas ferramentas essenciais para as aulas, essa adversidade consistia em como baixar e utilizar as novas ferramentas. Para sanar essas dúvidas, foram criados diversos tutoriais gravados a partir da tela do celular da professora com instruções de como utilizar cada uma, caso ainda existissem dúvidas ou problemas técnicos, eram tirados por mensagens no WhatsApp ou ligação telefônica.

Em paralelo a todos os obstáculos nesses meses, muitos ganhos aconteceram. A escola foi um apoio muito forte para que as artesãs superassem esse momento de crise e para que se mantivessem atualizadas e seus negócios fossem reestruturados de acordo com o novo mercado que surgirá. É visível, ainda, o crescimento de conhecimento e familiaridade com o meio digital, além do empoderamento pessoal e profissional de cada uma.

Diante disso, esse processo de superação de cada artesã para continuar os estudos na escola e se inserir nesse novo mundo digital/pós-pandêmico vem transformando significativamente a vida de cada uma de uma maneira abrangente. As mudanças podem ser sentidas através da motivação para evoluírem seus negócios, bem como se inserirem no meio digital, isso faz com que essas artesãs e a Rede Asta sejam alguns dos precursores da criação de uma educação empreendedora de forma inovativa, colaborativa e totalmente digital em meio à crise da Covid-19, construindo, assim, uma nova era sobre educação, internet e empreendedorismo no país e, principalmente, no mercado do feito à mão.

### 3. Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) aplicada ao desenvolvimento de produto a distância

A etapa de *Design* dentro da escola tem como objetivo proporcionar e desenvolver a melhoria da qualidade do produto artesanal para ampliar a atuação empreendedora das artesãs no mercado globalizado e potencializar a geração de renda. No atual cenário contemporâneo do artesanato e do fazer artesanal (manualidades), o *design* se apresenta como uma potente ferramenta na criação e desenvolvimento de produtos com valor agregado. De nada adianta a artesã se tornar uma líder na sua comunidade e exímia administradora se ela não tiver um produto adequado à sua realidade e, principalmente, adequado à realidade do mercado, afinal o objetivo maior da escola é a geração de renda, aliada ao conhecimento adquirido na formação empreendedora.

Como já citado na introdução do presente artigo, a Escola de Negócios das Artesãs precisou reformular toda a sua proposta político-pedagógica em todos seus pilares. Talvez o maior dos desafios tenha sido a introdução da etapa de caráter mais “físico” e, até então, idealizada e executada apenas presencialmente. A *designer* facilitadora e a coordenadora pedagógica tiveram o enorme desafio de rapidamente “aprender a ensinar” e conduzir o “aprender a aprender” em aulas remotas e/ou mediadas por tecnologias na fase de *Design*, na qual o objetivo é o repasse de teoria com a mudança de comportamento e, principalmente, a criação de novos produtos com valor de *design* agregado. Tudo isso foi migrado para dentro da realidade digital.

Antes de apresentar as estratégias ativas de ensino a distância aplicadas nesta fase do projeto, é necessário contextualizar o cenário contemporâneo de atuação do *Design* junto ao artesanato e a sua importância estratégica em toda cadeia produtiva. Dijon de Moraes (2009) fala no prefácio de *Design e Território* um pouco sobre a forma de atuação sistêmica do design relacionado ao território.

Ao considerarmos a “interferência possível” do design em todas as fases do processo produtivo, e não somente

na fase final por meio da inserção dos atributos plásticos e estéticos, estaremos certamente contribuindo para o significativo aumento do valor agregado do produto ao longo da cadeia produtiva (MORAES, 2009, p. 10).

Existem diversas linhas de atuação dos *designers* na condução de projetos nessa área. Esses tipos de projeto eram comumente chamados de projetos de inserção de *Design* no artesanato. Depois de muitos anos de atuação no setor, optou-se por substituir o termo “inserção” por “aproximação”, pois reflete de forma menos pretensiosa e mais humana a intenção de criar um ambiente onde prevaleça uma relação de ensino/facilitação, trabalho e troca baseada no humanismo, com respeito, empatia e igualdade entre os atores envolvidos. Esse é um dos princípios que rege a relação entre os atores *designer/facilitadora/mentora* com a artesã.

A prática educativa com grupos de adultos é uma tarefa que demanda atitudes comunicativas, comportamentais e metodológicas, criativas e flexíveis para que seja possível atingirmos a nossa meta de capacitação de forma sistêmica. A metodologia ativa de aprendizagem utilizada na fase do *Design* do projeto foi a Aprendizagem Baseada em Problemas, a qual, segundo Lopes, Silva Filho, Alves (2019, p. 198):

[...] é uma estratégia instrucional que se organiza ao redor da investigação de problemas do mundo real. Estudantes e professores se envolvem em analisar, entender e propor soluções para situações cuidadosamente desenhadas de modo a garantir ao aprendiz a aquisição de determinadas competências previstas no currículo escolar. As situações são, na verdade, cenários que envolvem os estudantes com fatos de sua vida cotidiana, tanto da escola como de sua casa ou de sua cidade.

Partindo da certeza que os problemas fazem parte das nossas vidas, ainda mais no cenário após o Covid-19, o método APB aplicado em formato *on-line* se mostrou extremamente eficaz no projeto. Alguns dos principais problemas detectados durante a aplicação da etapa de *Design* na escola foram: isolamento social, impossibilidade do encontro

entre as próprias artesãs e a *designer* facilitadora; alta restrição de materiais para serem utilizados como matéria-prima na criação de novos produtos, tanto de quantidade quanto de variedade; impossibilidade de deslocamento para compra de materiais, assim como severas restrições orçamentárias em função das consequências da pandemia; baixa motivação do grupo por diversos motivos pessoais, como preocupação com o avanço da Covid-19 atingindo familiares e pessoas próximas; fechamento de todos canais de vendas físicos, como lojas e feiras de artesanato, queda vertiginosa nas vendas; situações diversas de cunho pessoal das famílias residentes nos mesmos espaços físicos, como mães enfermas, maridos acamados, filhos com algum tipo de deficiência.

Todos esses problemas eram compartilhados entre as artesãs e resignificados a partir de práticas pedagógicas em planos de aulas, encorajando-as a encontrarem soluções entre pares e com a facilitadora. Por exemplo, a problemática em relação aos materiais para criação da nova coleção foi logo resolvida nos primeiros encontros, ficando acordado que a cocriação se daria apenas a partir dos materiais que as artesãs possuíam dentro de casa ou em seu *atelier*. Para contornar o problema da impossibilidade dos encontros presenciais, a facilitadora realizou mentorias *on-line* personalizadas, nas quais todas as artesãs receberam capacitação em foto para poder se comunicar melhor com a facilitadora e também divulgar seus produtos no ambiente *on-line*. Essas e outras soluções foram cocriadas com as alunas.

A partir dessa aproximação audiovisual entre a *designer* e as artesãs, novas relações foram criadas com base na criação de vínculos de confiança e afeto que permitiram explorar ao máximo o desenvolvimento de novos produtos com qualidade, principalmente resolvendo problemas, explorando novas possibilidades de soluções e imaginando cenários futuros.

## 4. Mercado - Estudo de Caso

Na turma X da Escola de Negócio das Artesãs foi facilitada a aula “Práticas de Vendas e Relacionamento com o Cliente”, tendo como metodologia ativa aplicada o Estudo de Caso. Segundo Shitsuka (2018, p.

11) “o estudo de caso viabiliza o desenvolvimento das habilidades no sentido de buscar o saber, refletir, interagir com seus colegas, (re)construir o saber de modo dinâmico [...]”. O plano de aula deste curso contempla diferentes dinâmicas, como o “Jogo Desafio da Venda”, um jogo de tabuleiro com perguntas e respostas sobre preparação para a venda, encontro com o cliente, negociação, com o objetivo final do fechamento da venda. Também foi aplicado um jogo de cartas no qual a facilitadora apresenta diferentes dicas de atitudes ideais a serem seguidas para maior sucesso no processo de relacionamento com os clientes. Algumas das dicas são: cuidar da aparência; comunicar-se bem; manter registros; aprender com o não; dentre outras.

Em ambas as ferramentas, a construção pedagógica das atividades permeava situações práticas de aplicação de casos reais, fazendo com que as alunas pudessem aprender de modo dinâmico ao refletirem e interagirem com os seus colegas. O último exercício do dia apresentava uma cartela de estudo de casos; as artesãs, após serem divididas em subsalas no Zoom, eram convidadas a apresentar soluções para cada uma das situações.

1) Uma artesã agenda sua primeira visita com um cliente corporativo para apresentar seu negócio. Animada e nervosa, precisa de dicas sobre como poderia causar uma boa primeira impressão no cliente. 2) Uma artesã, após muitos contatos, agenda sua visita com um cliente. O cliente pediu, além de uma grande quantidade de *ecobags*, que fizesse algumas oficinas com os funcionários. Nervosa porque o cliente deu a entender que essas oficinas seriam “brindes” por parte dela, precisa de dicas sobre como poderia negociar melhor com ele. 3) Uma artesã, após muitos contatos, conseguiu agendar sua primeira visita com um cliente corporativo. Sem grande sucesso, apesar de ter fechado o pedido, não foi o esperado e ainda teve que oferecer um grande desconto. Ela necessita de ajuda, pois precisará reencontrá-lo em breve e ainda está bastante chateada.

Divididas em grupos, as artesãs foram convidadas a analisar e discutir seu caso correspondente e apontar 3 das 9 dicas apresentadas anteriormente pela facilitadora, que atendessem a demanda e a necessidade de cada caso. Para tal, foram direcionadas às subsalas no Zoom, logo

após retornando ao grande grupo e fazendo uma breve apresentação de suas escolhas. Sobre o processo de aprendizagem, notou-se que o caso 1, por ser algo mais presente na realidade que vivem, teve uma melhor adesão e conforto ao ser abordado. Já os outros dois casos, por demandar mais posicionamento frente às situações, pudemos perceber uma certa resistência na tomada de decisão, levando a mais deliberação no grupo.

Conclui-se que, mesmo que apresentem uma resistência inicial ao serem movidas de sua zona de conforto, com o direcionamento da facilitadora, as artesãs absorvem bem os conteúdos disponibilizados para aplicar no sucesso dos seus negócios.

## Considerações Finais

Mediante ao exposto, pode-se depreender que a aplicação de Metodologias Ativas na Escola de Negócios foi imprescindível para o processo de evolução das artesãs e de seus negócios em meio a crise pandêmica da Covid-19. Em um universo empreendedor cada vez mais “*fast forward*”, ou seja, que se transforma cada vez mais rápido, é inevitável que os negócios migrem para o universo digital. Corroborando com essa afirmação, Longo (2019 *apud* SEBRAE, 2020, p. 10) diz que “A Era Pós-Digital é basicamente a realidade em que vivemos hoje, na qual a presença da tecnologia digital é tão ampla e onipresente que, na maior parte do tempo, nem nos chama a atenção”.

Existe um caminho longo a ser percorrido principalmente para facilitadores ao utilizarem da tecnologia para inovar nas práticas de ensino, contexto que a grande maioria das ferramentas digitais não são voltadas especificamente para adultos que estão iniciando nesse processo de letramento digital. Tais ferramentas são escassas e adaptar as existentes foi uma tarefa árdua.

Outro desafio encontrado dessa vez pelas artesãs foi ressignificar a razão de seus negócios a partir da tecnologia, contrastando com seu trabalho diário de criar produtos feitos à mão, que exigem tempo, concentração, habilidade e resgate de saberes ancestrais. Dessa maneira,



encontrar o equilíbrio entre essas duas esferas tão distintas é o que faz com esse projeto seja singular e visionário, tanto em suas práticas de ensino quanto de aprendizagem, ambas ativas, criativas e eficientes.

## Referências Bibliográficas

BAKER, J. Wesley. The “Classroom Flip”: Using web course management tools to become the guide by the side. *In: CHAMBERS, J. A. Selected Papers from the 11th International Conference on College Teaching and Learning*. Jacksonville: Florida Community College, 2000. p. 9-17. Disponível em: [http://www.classroomflip.com/files/classroom\\_flip\\_baker\\_2000.pdf](http://www.classroomflip.com/files/classroom_flip_baker_2000.pdf). Acesso em: 23 jul. 2020.

COLVARA, J. dos S.; SANTO, E. do E. Metodologias ativas no ensino superior: o hibridismo da sala de aula invertida. **Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância**, São Paulo, v. 18, n. 1. 2019. Disponível em: <http://seer.abed.net.br/index.php/RBAAD/article/view/325>. Acesso em: 26 mar. 2021.

COMISSÃO EUROPEIA. **Abrir a Educação: Ensino e aprendizagem para todos de maneira inovadora graças às novas tecnologias e aos Recursos Educativos Abertos**. Bruxelas: Serviço de Publicações da Comissão Europeia, 2013. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2013%3A654%3AREV2>. Acesso em: 26 jul. 2020.

DIAS-TRINDADE, S. **Ecologia de aprendizagem e redes virtuais**. São Carlos: Pixel, 2020.

EVANGELISTA, Á. M.; SALES, G. L. A sala de aula invertida (Flipped Classroom) e as possibilidades de uso da plataforma professor online no domínio das escolas estaduais do Ceará. **Experiências em Ensino de Ciências**, Cuiabá, v. 13, n. 5, 2018. Disponível em: [https://if.ufmt.br/eenci/artigos/Artigo\\_ID558/v13\\_n5\\_a2018.pdf](https://if.ufmt.br/eenci/artigos/Artigo_ID558/v13_n5_a2018.pdf). Acesso em: 23 jul. 2020.

LIMEIRA, T. **Negócios de impacto social**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

LOPES, R. M.; SILVA FILHO, M. V.; ALVES, N. G. (org.). **Aprendizagem baseada em problemas: fundamentos para a aplicação no ensino médio e na formação de professores.** Rio de Janeiro: Publiki, 2019. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/432641/2/APRENDIZAGEM%20BASEADA%20EM%20PROBLEMAS%20-%20fundamentos%20para%20a%20sua%20aplica%C3%A7%C3%A3o%20no%20Ensino%20M%C3%A9dio%20e%20na%20Forma%C3%A7%C3%A3o%20de%20Professores.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2020.

MORAES, D. O papel atual do design. Prefácio. *In*: KRUGEN, L. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais.** São Paulo: Studio Nobel, 2009. Disponível em: [https://www.academia.edu/33392149/Design\\_e\\_territ%C3%B3rio\\_-\\_pdf\\_completo](https://www.academia.edu/33392149/Design_e_territ%C3%B3rio_-_pdf_completo). Acesso em: 29 jul. 2020.

OLIVEIRA, F. A. *et al.* A transformação digital da escola de negócios das artesãs da Rede Asta em tempos de Covid-19: inclusão e colaboração. **Revista Inteligência Empresarial**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, jul. 2020. Disponível em: <https://inteligenciaempresarial.emnuvens.com.br/rie/article/view/5>. Acesso em: 7 abr. 2021.

REDE ASTA. **Relatório de Impacto da Rede Asta em 2019.** 2019. Disponível em: <https://www.redeasta.com.br/case/relatorio-de-impacto-da-rede-asta-em-2019>. Acesso em: 26 jul. 2020.

SANTIAGO, G. **Introdução ao Design Instrucional.** São Carlos: Pixel, 2020.

SANTIAGO, G.; OLIVEIRA, C. **Metodologias Ativas de Aprendizagem.** São Carlos: Pixel, 2020.

SEBRAE. **Termo de Referência em Educação Empreendedora.** Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2020. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/diversos/arquivos2020/uci/termo/termo.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2020.

SHITSUKA, D. M. Pesquisa-ação na Superação de Dificuldades de Acompanhamento de Curso de Pós-graduação a “Lato Sensu” a Distância por meio de Apoio da Turma. **Revista Brasileira de Aprendizagem**

**Aberta e a Distância**, São Paulo, 2018. Disponível em: <http://seer.abed.net.br/index.php/RBAAD/article/view/71>. Acesso em: 6 abr. 2021.

UNESCO. **Educação: um tesouro a descobrir**. Brasília: 2010. Disponível em: <http://www.ceeja.ufscar.br/relatorio-jacks-delors>. Acesso em: 6 abr. 2021.