

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIA CRIATIVA

MESTRADO PROFISSIONAL

Trabalhos de Conclusão – 2022



Trabalho de Conclusão

Título: ESTUDO DE CASO DA ESCOLA DE APLICAÇÃO FEEVALE - SEUS PILARES PEDAGÓGICOS E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO DA FINLÂNDIA

Autor: JANAINA REGRA

Abreviatura: REGRA, J.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 13/01/2022

Resumo: Esta pesquisa tem como objetivo analisar a metodologia pedagógica utilizada na Escola de Aplicação Feevale, com a finalidade de identificar seus pilares pedagógicos e a sua relação com a educação da Finlândia. O estudo contempla uma passagem histórica que compreende a Educação Brasil e Educação Finlândia, descrevendo seus diferenciais e suas semelhanças. Pesquisa relações da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) do Brasil com a educação realizada na Finlândia, as aproximações e os distanciamentos. Foi elaborado um estudo de caso da Escola de Aplicação Feevale (EAF), com análise do Projeto Político Pedagógico (PPP), juntamente com demais documentos, que forma entre eles triangulados, com foco no planejamento educacional. Do ponto de vista acadêmico, os significados do aprender, as teorias educacionais e as possibilidades do desenvolvimento da aprendizagem, a partir do fazer pedagógico e seu planejamento, se justifica este estudo estar envolvido com educação, escola, criatividade. Busca responder a seguinte questão problematizadora: quais os pilares pedagógicos que sustentam a metodologia pedagógica da Escola de Aplicação Feevale e como se relacionam com os processos de planejamento praticados na Finlândia? Para este estudo, optou-se pela metodologia da pesquisa de natureza qualitativa, com origem dos dados coletados na EAF, contemplando os períodos letivos dos anos de 2020 e 2021. Os instrumentos de coleta de dados são: questionários, de observações (pesquisadora participante) e de documentos de atas de reuniões de planejamento, de repositório de documentos em plataformas virtuais, com foco no planejamento, e de relatórios avaliativos de estudantes. O referencial teórico que sustenta este trabalho está baseado nos conceitos em relação à educação Brasil e Finlândia. Esses foram extraídos de diferentes artigos do Ministério da Educação e Cultura da Finlândia e baseados em autores como Cook (2019), Sahlberg (2018), Brasil (2018 – a – b), Ribeiro (2021), entre outros. O contexto da pesquisa envolve a Escola de Educação Básica Feevale – Escola de Aplicação, que está vinculado à Universidade Feevale. Como resultados, a partir das categorias de análises, foi possível destacar aspectos sobre autonomia, colaboratividade, criatividade, customização e organização que envolvem a escola referente ao planejamento. Assim, os resultados extraídos direcionaram a metodologia pedagógica da escola, identificando que os pilares pedagógicos estão relacionados ao protagonismo dos professores e estudantes, a partir das propostas de trabalhos relativos aos projetos. A relação com a Finlândia está no espelhamento pedagógico, no propósito do planejamento pedagógico, a fim de aproximar a metodologia pedagógica através do trabalho realizado por fenômenos/problemas/desafios. Os pilares do conhecimento descritos por Jacques Delors (1998) – aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser, têm relação com a organização da aprendizagem, a partir do planejamento pedagógico, e com os pilares que sustentam a metodologia da EAF.

Palavras-Chave: Educação Brasil; Educação Finlândia; Escola de Aplicação; Pilares Pedagógicos; Autonomia; Colaboratividade; Criatividade; Customização; Organização

Abstract: This research aims to analyze the pedagogical methodology used at Feevale Application School to identify its pedagogical pillars and its relationship with education in Finland. The study contemplates a historical passage that comprises Education in Brazil and Education in Finland, describing their differences and similarities. It also researches the relationship between the National Common Curricular Base (NCCB) in Brazil and the education carried out in Finland, characterizing approximations and distances in both educational systems. A case study of the Feevale Application School (FAS) was prepared, and the Pedagogical Political Project (PPP) was analyzed along with other



documents, which after triangulating the data, focuses on educational planning. From the academic point of view, the meanings of learning, educational theories, and the possibilities of learning development, based on pedagogical practice and its planning, justify this study, which involves education, school and creativity. This study seeks to answer the following question: what are the pedagogical pillars that support the pedagogical methodology of Feevale Application School and how do they relate to the planning processes practiced in Finland? A qualitative research methodology was chosen for this study based on the data collected at the FAS, covering the academic periods of the years 2020 and 2021. The data collection instruments are questionnaires, observations (participant researcher) and documents from planning meetings, document repository on virtual platforms, with a focus on planning, and student evaluation reports. The theoretical framework that supports this work is based on concepts related to Brazil and Finland education. These were extracted from different articles from the Ministry of Education and Culture of Finland and based on authors such as Cook (2019), Sahlberg (2018), Brazil (2018 – a – b), Ribeiro (2021) among others. The research context involves the Feevale Elementary and Secondary School – Application School, which is linked to Feevale University. As a result, from the categories of analysis, it was possible to highlight aspects of autonomy, collaboration, creativity, customization, and organization that involve the school regarding planning. Thus, the extracted results guided the school's pedagogical methodology, identifying that the pedagogical pillars are related to the protagonism of teachers and students, based on the work proposals related to school projects. The relationship with Finland is in the pedagogical mirroring, in the purpose of pedagogical planning, in order to approach the pedagogical methodology through the work carried out by phenomena/problems/challenges. The pillars of knowledge described by Jacques Delors (1998) – learning to know, learning to do, learning to live together, and learning to be –, are related to the organization of learning, based on pedagogical planning, and to the pillars that support the FAS methodology.

Keywords: Brazil Education; Finland Education; Application School; Pedagogical Pillars; Autonomy; Collaboration; Creativity; Customization; Organization.

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/282873>



Trabalho de Conclusão

Título: HOME OFFICE EM SETORES CRIATIVOS: RESSIGNIFICAÇÃO DOS ESPAÇOS PÓS-PANDEMIA

Autor: THAIS DA SILVA DORNELLES

Abreviatura: DORNELLES, T. S.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/07/2022

Resumo: A temática da presente pesquisa envolve o estudo dos espaços de home office e os elementos os quais permeiam o âmbito deste modelo de trabalho, possuindo como ponto de partida o entendimento das mudanças ocorridas nestes ambientes. Entende-se que momentos de crise ligados à saúde promovem mudanças profundas em diversos aspectos, desse modo, no que tange à qualificação da questão norteadora da pesquisa, buscou-se compreender como a adesão ao modelo home office ocasionou mudanças que aceleram uma reflexão mais profunda acerca dos espaços de trabalho, levando a resignificação desses ambientes. Entendendo como resignificação transmutação e renovação desses espaços, onde ambientes da casa precisam ser transformados em espaços de trabalho. Em vista disso, tem-se como objetivo geral identificar as novas demandas e problemas criados, para posteriormente serem desenvolvidas as suas possíveis soluções. Desta forma, poder auxiliar os setores que estão sendo atingidos pela pandemia e que se mantém neste modelo de trabalho mesmo com o retorno das atividades presenciais. Paralelamente a isso, objetiva-se a adoção de um Guia de Soluções para espaços de home office. Tendo em vista que segundo o levantamento (survey) executado, existem um número significativo de trabalhadores que tornam a aplicabilidade da pesquisa viável. Como procedimentos metodológicos utilizou-se de uma revisão teórica em conceitos de arquitetura como, espaços, circulações até a indústria criativa, com as definições de setores, na tentativa de compreender as diferentes dinâmicas de trabalho. Estas duas revisões, serviram de base para a construir um instrumento de entrevistas, ou seja, um roteiro, esse roteiro será acompanhado de um registro documental de fotografia dos espaços para análise. No que tange às análises, para analisar as entrevistas utilizou-se a análise textual discursiva, para entender os discursos, as respostas, gerando categorias de análise. Para análise das fotografias, se desenvolveu uma análise imagética e visual. Os resultados destas análises de imagens e análises textuais geraram as inferências para construir o que são as boas práticas que constituem o guia proposto, para arquitetura e design de interiores no que diz respeito às construções dos espaços de home office para o setor de publicidade, destacando o que deve ser considerado nestes espaços.

Palavras-Chave: Home Office; Setores Criativos; Arquitetura; Metodologias de Trabalho

Abstract: The present thematic research involves the study of home office spaces, and the elements that permeate the scope of this work model and have as a starting point the understanding of the changes in these environments. It is understood that several moments of crisis linked to health bring profound, with regard to the qualification of the question promoting the principal research, we sought to understand how a home office model occasionally changed from aspects that could reflect about the workspaces leading to the resignification of these environments. Understanding how to resignify transmutation and these space houses, where work areas need to be transformed into workspaces. In view of this, the general objective is to identify how new needs and problems are created, to later be developed as possible solutions. In this way, another objective of the project is to be able to help the sectors that are being hit by the pandemic and that remain in this work model even with the return of face-to-face activities. At the same time, the objective is to adopt a Guide Solutions for home office spaces. Considering that according (survey), there is a significant number of workers who make the applicability of the project viable. As methodological procedures, spaces were used for a theoretical review of architectural concepts such as, creative, with concepts of sectors, in an attempt to understand how different work dynamics. This itinerary will be accompanied by a documentary record of photography of the spaces for analysis. With regard to research, to analyze textual discursive, to understand the speeches, responses, generating



analysis. To analyze the photographs, an imagery and visual analysis was developed. The results that can be built from images and design reference for the proposed advertising sector, for what are the best practices that create home office spaces, for the publicity sector, highlighting what should be considered in these spaces.

Keywords: Home Office; Creative Sectors; Architecture; Work Methodologies

Orientador: CRISTIANO MAX PEREIRA PINHEIRO

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284389>



Trabalho de Conclusão

Título: INTERCULTURALIDADE COMO FERRAMENTA DE SUPORTE À INTERNACIONALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO NO ENSINO PROFISSIONALIZANTE

Autor: CRISTIANO FORTES ZANIN

Abreviatura: ZANIN, C. F.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 25/02/2022

Resumo: Os ambientes educacionais têm um importante papel na promoção do conhecimento científico e deveriam ser responsáveis por esclarecer conceitos e valores que permeiam a educação internacional. Tratar este assunto permite ampliar a perspectiva dos estudantes sobre sua cidadania global, além de estimular ganhos em habilidades profissionais valorizadas no atual mercado de trabalho conectado e globalizado. Além disso, a dimensão da Internacionalização da Educação, no seu papel de formação intercultural, é fundamental para a compreensão do valor e potencial que os setores da Economia Criativa representam e desempenham na vida cotidiana da civilização, pois tudo do campo das ideias vêm do que já temos pré-definido como conhecimento, e a Interculturalidade dá suporte às conexões transnacionais que são vitais para existência de sociedades plurais. Dessa forma, se torna relevante avaliar a implantação estratégica de temáticas de aprendizagem que envolvam a interculturalidade junto a instituições de educação profissionalizante. Este trabalho busca desenvolver e avaliar o conteúdo de um curso de treinamento intercultural como ferramenta de internacionalização da educação em instituições de ensino técnico profissionalizante. Também intenciona a compreensão sobre a utilização de plataforma digital como apoio ao artefato educacional estudado, na relação do conteúdo sugerido com o propósito de protagonismo do estudante. O desenvolvimento da dissertação explora a relevância do tema interculturalidade para internacionalização da educação e a sua importância como elemento educacional formativa do indivíduo, e traz à luz material sobre plataformas digitais na corroboração de processos metodológicos que possam servir de ferramentas à estratégia de curso para o conteúdo desenvolvido e proposto. Por meio de pesquisa exploratória e estudo de caso, foi desenvolvida a proposta de conteúdo para um artefato educacional através do método Design Science Research, onde a partir da identificação do problema, são cumpridas etapas na formulação do conteúdo de curso pretendido e se demonstram a estrutura de conteúdo, metodologia utilizadas e possíveis tecnologias para aplicação. Posteriormente, foi realizada a avaliação do material desenvolvido junto à especialistas dos temas abordados, o que gerou dados de análise através de gráficos e constatações relacionadas à bibliografia explorada no trabalho. As conclusões do trabalho dizem respeito a verificação do conteúdo de curso como uma capacitação que pode ser transversal à diferentes currículos de ensino, sendo assim um válido artefato educacional desenvolvido para instituições de sistema educativo formal.

Palavras-Chave: Educação Internacional; Interculturalidade; Plataformas Digitais

Abstract: Educational environments have an important role in promoting scientific knowledge and should be responsible for clarifying concepts and values that permeate international education. Addressing this issue allows for a broadening of students' perspective on their global citizenship, in addition to stimulating gains in professional skills valued in today's connected and globalized professional market. In addition, the dimension of the Internationalization of Education, in its role of intercultural formation, is fundamental for understanding the value and potential that the sectors of the Creative Economy represent and play in the daily life of civilization, since everything from the field of ideas comes from what we have already predefined knowledge, and Interculturality supports the transnational connections that are vital for the existence of plural societies. In this perspective, it becomes relevant to validate with institutions of vocational education a strategic implantation of learning themes that involve interculturality. This work aims to develop and validate the content of an intercultural training course as a tool for the internationalization of education in vocational and technical education institutions. It also intends to understand the use of a digital platform to support the educational artifact



studied, in relation to the course content suggested with the purpose of student protagonism. The development of the dissertation explores the relevance of the interculturality theme for the internationalization of education and its importance as an educational element that forms the individual, and brings to light material on digital platforms in the corroboration of methodological processes that can serve as tools for the course strategy for the content. Developed and proposed. Through exploratory research and case study, a 7iferent proposal was developed for na educational artifact through the Design Science Research method, 7ifer from the identification of the problem, steps are carried out in the formulation of the intended course 7iferent and the structure is demonstrated. Of 7iferent, methodology used and possible 7iferente7es for application. Subsequently, na evaluation of the material developed with specialists on the topics covered was carried out, which generated analysis data through graphs and findings related to the bibliography explored in the work. The conclusions of the work concern the verification of the course 7iferent as a training that can be transversal to 7iferente teaching curricula, thus being a valid educational artifact developed for institutions of the formal educational system.

Keywords: International Education; Interculturalism; Digital Platforms

Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/283216>



Trabalho de Conclusão

Título: JOGOS E APRENDIZAGEM CRIATIVA NO EXERCÍCIO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO

Autor: BARBARA LUANA RANGEL

Abreviatura: RANGEL, B. L.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/07/2022

Resumo: A educação financeira é um assunto que vem sendo comentado nos últimos anos em diversos países. O uso de conhecimentos relacionados ao tema pode vir a auxiliar a população brasileira a saber como gerir a sua renda, poupar e investir. Ainda, segundo a Serasa, em maio de 2021 cerca de 62,56 milhões de brasileiros estavam endividados e em muitos casos o endividamento da população pode ser gerado pela falta do conhecimento sobre assuntos financeiros. No entanto, para a propagação de conhecimentos financeiros, e para conscientização dos cidadãos sobre os seus direitos e deveres é importante que a escola seja incentivada a ter ferramentas de ensino que lhe auxiliem no processo da aprendizagem. Com essa percepção, o problema da presente pesquisa vem a ser: Como uma prática educativa baseada na aprendizagem criativa, mediada por um jogo, pode exercitar a educação financeira no contexto do ensino médio? E para isso, o objetivo proposto é de desenvolver uma prática educativa baseada na aprendizagem criativa, mediada por um jogo, para o exercício da educação financeira no Ensino Médio. O presente trabalho utiliza a metodologia Design Science Research, assim como são utilizados três referenciais teóricos principais: Educação Financeira, Criatividade e a Aprendizagem Criativa. A pesquisa realizou a aplicação do produto técnico desenvolvido, como forma de compreender os sujeitos e o alinhamento da proposta. A prática foi aplicada em dois momentos diferentes com alunos que participam do Projeto Jovem Aprendiz na Universidade Feevale, cujo objetivo é a preparação para o mercado de trabalho. A coleta de dados se deu através de questionário com perguntas abertas e fechadas com os alunos, entrevista semiestruturada com o professor responsável e diário de campo. O conteúdo obtido através destes instrumentos foi submetido a análise de conteúdo e computação dos dados das perguntas fechadas em escala Likert. A partir da análise dos resultados, verificou-se que a Aprendizagem Criativa aliada ao jogo promove o exercício da Educação Financeira, favorecendo assim a compreensão dos alunos sobre a importância do tema.

Palavras-Chave: Jogo; Aprendizagem Criativa; Educação Financeira; Ensino Médio

Abstract: Financial education is a subject that has been discussed in recent years in several countries. The use of knowledge related to the topic can help the Brazilian population to know how to manage their income, save and invest. Also, according to Serasa, in May 2021 about 62.56 million Brazilians were in debt and in many cases the population's indebtedness can be generated by the lack of knowledge about financial matters. However, for the propagation of financial knowledge, and for the awareness of citizens about their rights and duties, it is important that the school is encouraged to have teaching tools that help it in the learning process. With this perception, the problem of the present research becomes: How can an educational practice based on creative learning, mediated by a game, exercise financial education in the context of high school? And for that, the proposed objective is to develop an educational practice based on creative learning, mediated by a game, for the exercise of financial education in High School. The present work uses the Design Science Research methodology, as well as three main theoretical references: Financial Education, Creativity and Creative Learning. The research carried out the application of the technical product developed, as a way of understanding the subjects and the alignment of the proposal. The practice was applied in two different moments with students who participate in the Young Apprentice Project at Feevale University, whose objective is to prepare for the job market. Data collection took place through a questionnaire with open and closed questions with the students, a semi-structured interview with the teacher in charge and a field diary. The content obtained through these instruments was submitted to content analysis and data computation of the closed questions on a Likert scale. From the analysis of



the results, it was found that Creative Learning combined with the game promotes the exercise of Financial Education, thus favoring students' understanding of the importance of the topic.

Keywords: Game; Creative Learning; Financial education; High School

Orientador: JOAO BATISTA MOSSMANN

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284398>



Trabalho de Conclusão

Título: METODOLOGIA DE MENSURAÇÃO PONDERADA DE PERFORMANCE DE CONTEÚDO DIGITAL

Autor: PATRICIA CRISTIANE FENDER SILVEIRA

Abreviatura: SILVEIRA, P. C. F.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 22/02/2022

Resumo: Esta pesquisa tem como tema central o uso de dados e métricas aplicados em processos criativos com a finalidade de promover o crescimento digital de uma marca, apoiado em uma metodologia que esteja alinhada ao objetivo de conteúdo e contexto social dos usuários, integrando-os com a operação da agência de publicidade e propaganda. A partir disso, levanta-se a seguinte problematização: como mensurar o conteúdo produzido pelas marcas em plataformas digitais a partir da análise da interação dos usuários com esse conteúdo? Para isso, a pesquisadora desenvolveu uma metodologia de mensuração ponderada (MMP) de conteúdo em plataformas digitais, a partir da identificação de diferentes fatores criativos e sociais. A fundamentação teórica é contextualizada nas definições e conceituações de plataformas digitais com autores como, VAN DIJCK, POELL e DE WALL (2018), MAYER-SCHÖNBERGER e CUKIER (2013), HELMOND (2015), também é apresentado as definições da cultura data-driven, com DRISCOLL, (2012), HACKING, (1990), HAN e KAMBER, (2012), PARKER, ALSTYNE e CHOUDARY (2016). Os conceitos sobre monitoramento de sites redes sociais com ARAÚJO e STEIMER (2016). E os conceitos e definições de criatividade e aprendizagem organizacional com STEINBERG, (2000), NONAKA (1994), HENNESSEY e AMABILE, (2010), OLIVEIRA, ARAÚJO e SILVA (2013). Na metodologia utilizada, quanto aos fins, destacam-se as pesquisas exploratórias e quanto ao ponto de vista técnica a observação participante PRODANOV e FREITAS, (2013), além de apresentar um procedimento analítico qualitativo GIL, (2012). Também apresenta entrevistas com profissionais de comunicação digital e o mapeamento de ferramentas de gestão de rede sociais, com a intenção da validação da metodologia de mensuração ponderada (MMP). Ao finalizar esta pesquisa, verifica-se a importância da inserção de uma cultura de dados nos processos criativos e a importância da aplicação de novos modelos de mensuração de performance, como a MMP, auxiliando os setores das indústrias criativas no desenvolvimento de novos produtos e amenizando os gargalos que as ferramentas enfrentam na leitura dos dados e na contribuição para os processos operacionais das agências de publicidade e comunicação

Palavras-Chave: Cultura data-driven; Indústria Criativa; Performance Digital

Abstract: This research has as its central theme the use of data and metrics applied in creative processes in order to promote the digital growth of a brand, supported by a methodology that is aligned with the content objective and social context of users, integrating them with the operation of the advertising and publicity agency. From this, the following question arises: how to measure the content produced by brands on digital platforms from the analysis of user interaction with this content? For this, the researcher develops a methodology for weighted measurement (MMP) of content on digital platforms, based on the identification of different creative and social factors. The theoretical foundation is contextualized in the definitions and conceptualizations of digital platforms with authors such as, VAN DIJCK, POELL and DE WALL (2018), MAYER-SCHÖNBERGER and CUKIER (2013), HELMOND (2015), the definitions of the data-driven culture, with DRISCOLL (2012), HACKING (1990), HAN and KAMBER (2012), PARKER, ALSTYNE and CHOUDARY (2016). The concepts about monitoring social networking sites with ARAÚJO and STEIMER (2016). And the concepts and definitions of creativity and organizational learning with STEINBERG (2000), NONAKA (1994), HENNESSEY and AMABILE (2010), OLIVEIRA, ARAÚJO and SILVA, (2013). In the methodology used, in terms of purposes, exploratory research stands out and, from a technical point of view, participant observation (PRODANOV and



FREITAS (2013), in addition to presenting a qualitative analytical procedure GIL (2012). It also presents interviews with digital communication professionals and the mapping of social network management tools, with the intention of validating the weighted measurement methodology (MMP). At the end of this research, it is verified the importance of inserting a data culture in the creative processes and the importance of applying new performance measurement models, such as the MMP, helping the sectors of the creative industries in the development of new products and softening the bottlenecks that tools face when reading data and contributing to the operational processes of advertising and communication agencies

Orientador: SANDRA PORTELLA MONTARDO

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/283212>



Trabalho de Conclusão

Título: MODELO PARA MENSURAÇÃO DA MATURIDADE COLABORATIVA DAS ORGANIZAÇÕES – SOB A ÓTICA DE UM PROGRAMA DE ACELERAÇÃO CORPORATIVO COM STARTUPS (MAMCS)

Autor: JOAO CARLOS DA ROCHA JUNIOR

Abreviatura: JUNIOR, J. C. R.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 22/02/2022

Resumo: Esta pesquisa tem por objetivo desenvolver um modelo de mensuração de maturidade colaborativa das organizações com startups, sob a ótica de um Programa de Aceleração Corporativo. Para realizar o modelo de mensuração, utilizou-se a metodologia de pesquisa Design Science Research. Por meio de uma revisão sistemática da literatura não foi possível identificar modelos de avaliação da maturidade de colaboração específicos para organizações que desenvolvam o processo com startups. A falta de um modelo de avaliação de maturidade de colaboração com startups justifica o desenvolvimento desta pesquisa. Foi utilizado como base para a construção do modelo o Enterprise Collaboration Maturity Model (ECMM), bem como a teoria sobre colaboração com startups e Programas de Aceleração Corporativo. A proposição do modelo foi validada por um júri de quatro especialistas, sendo realizadas as adequações apontadas. Por fim, foi aplicado o modelo com três cooperativas de crédito do Rio Grande do Sul. Como resultado, foi possível validar o modelo proposto, tendo em vista que os processos que o estruturam se mostraram importantes para as cooperativas abordadas, validando o instrumento e desenvolvendo uma matriz que possibilita compreender os pontos fracos e fortes, bem como a possibilidade de comparação entre elas. A partir disso, foi possível desenvolver um modelo que possibilita o entendimento da maturidade de colaboração de uma organização para a realização de um Programa de Aceleração Corporativo com startups. O desenvolvimento do modelo pode servir de base para novos estudos e adequados a outros cenários de colaboração com startups.

Palavras-Chave: modelo; Avaliação; Maturidade; Colaboração; Startups; MAMCS.

Abstract: This research aims to develop a collaborative maturity measurement model for associations with startups, from the perspective of a Corporate Acceleration Program. To carry out the measurement model, the Design Science Research methodology was used. Through a systematic literature review, it was not possible to identify specific collaboration maturity assessment models for associations that develop the process with startups. The lack of a maturity assessment model for collaboration with startups justifies the development of this research. The Enterprise Collaboration Maturity Model (ECMM) was used as the basis for building the model, as well as the theory on collaboration with startups and Corporate Acceleration Programs. The proposal of the model was validated by a jury of four experts, with the adjustments indicated. Finally, the model was applied in three credit unions at Rio Grande do Sul. As a result, it was possible to validate the proposed model, considering that the processes that structure it are advanced in the addressed cooperatives, validating the instrument and developing a matrix which makes it possible to understand the strengths and weaknesses, as well as a possibility of comparison between them. From this, it was possible to develop a model that enables the understanding of the collaboration maturity of an organization to carry out a Corporate Acceleration Program with startups. The development of the model is initial, which can serve as a basis for further studies and suitable for other collaboration scenarios with startups.

Keywords: Model; Evaluation; Maturity; Collaboration; Startups; MAMCS.

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/283100>



Trabalho de Conclusão

Título: O DESENVOLVIMENTO DA CRIATIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O ALPHAX

Autor: BRUNO BAZANELLA

Abreviatura: BAZANELLA, B.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/07/2022

Resumo: A criatividade, cuja valorização pode ser considerada um fenômeno recente, nestes tempos de transição de modelos econômicos, de um cenário industrial, baseado na manufatura, para um novo contexto, de valorização crescente de inovações e da habilidade humana de criar soluções para problemas complexos, é uma vantagem competitiva para que as organizações sejam sustentáveis. Parte-se da perspectiva de que o homem é um ser social e de que a criatividade pode ser desenvolvida, a partir da sua curiosidade, de seus desejos e interações, o que permite uma associação com a aprendizagem relacional e o choque cultural decorrente da exposição do homem a uma nova realidade. Nessa perspectiva, este projeto busca investigar, por meio de um estudo de caso, como estimular o desenvolvimento da criatividade em grupos. Para tanto, inicialmente, discute-se o conceito de cultura e a sua aplicação no ambiente organizacional, na busca por estratégias para tornar o aprendizado organizacional possível. Nesse contexto, analisam-se os processos criativos e as etapas do Programa de Desenvolvimento de Criatividade da Empresa Alpha, uma empresa industrial, sediada no Rio Grande do Sul, desenvolvido com vistas à promoção de aprendizado, de um ambiente mais colaborativo e aberto ao diálogo. Os procedimentos metodológicos permitiram a participação de 32 participantes, que responderam a um questionário eletrônico, além da facilitadora da iniciativa e de uma executiva responsável, por meio de entrevistas. A análise de resultados permitiu identificar avanços promovidos pelo Programa de Desenvolvimento de Criatividade, como a valorização do convívio, o aprendizado sobre novas metodologias de trabalho e assuntos, a abertura para uma nova forma de pensar o trabalho. Em contrapartida, evidenciou algumas dificuldades, sobretudo quanto ao tempo disponível para pensar soluções em conflito com atividades de rotina e o retorno para o setor ao final das atividades. Verificou-se, ainda, a possibilidade de aprimorar formas de avaliação sobre a evolução dos processos, com dados anteriores e posteriores ao Programa, e, ainda, a possibilidade de aplicação das etapas em outros ambientes organizacionais.

Palavras-Chave: Aprendizagem; Choque cultural; Criatividade; Cultura

Abstract: Creativity, whose appreciation can be considered a recent phenomenon, in these times of transition between economic models, from an industrial scenario based on manufacturing, to a new context of increasing appreciation of innovation and the human ability to create solutions to complex problems, is a competitive advantage for organizations to be sustainable. This investigation originates from the perspective that man is a social being and that creativity can be developed, based on each person's curiosity, desires, and interactions, which allows for an association with relational learning and the culture shock resulting from exposing man to a new reality. From this perspective, this project seeks to investigate, through a case study, how to stimulate the development of creativity in groups. For this purpose, initially, the concept of culture and its application in the organizational environment is discussed, in the search for strategies to make organizational learning possible. In this 13th, we analyze the creative processes and stages of the Creativity Development Program of the Alpha Company, an industrial company based in Rio Grande do Sul, developed with the goal of promoting learning, and a more collaborative and open to dialogue environment. The methodological procedures involved the participation of 32 participants, who answered an electronic questionnaire, in addition to the initiative's facilitator and a responsible executive, who participated were interviewed. The analysis of the results made it possible to identify progress promoted by the Creativity Development Program, such as the valuing of social interactions between coworkers, learning about new work methodologies and subjects, and openness to a new way of thinking about work. On the other hand, it showed some difficulties, especially regarding the time available to think about resolutions in



conflict with routine activities and returning to the sector at the 14th the activities. We also verified the possibility of improving ways to evaluate the 14th of the processes, with data before and after the Program, and, in addition, the possibility of applying the stages in 14th organizational environments.

Keywords: Learning; Culture shock; Creativity; Culture

Orientador: DANIEL CONTE

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284417>



Trabalho de Conclusão

Título: PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO COM FOCO NO COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL

Autor: DEBORA KOCH BERLITZ

Abreviatura: BERLITZ, D. K.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/07/2022

Resumo: A comunicação organizacional na perspectiva interna utilizada como instrumento nas empresas de pequeno porte abre caminho para promover ou aumentar o comprometimento organizacional dos colaboradores. Neste estudo, objetivou-se desenvolver um modelo de comunicação organizacional para a Feiten Produtos com foco no comprometimento dos colaboradores. A comunicação organizacional foi conceituada, essencialmente, a partir de Torquato (2015) e Kunsch (2009); os elementos, estratégias, diagnóstico e o plano de comunicação foram descritos utilizando, principalmente, Marchiori (2008), Morgan (2005), Brum (2010) e Terra (2021); e a definição e classificação de comprometimento organizacional foram desenvolvidas por Meyer e Allen (1997). Para desenvolver o plano de comunicação interno foi necessário compreender os elementos que compõem o comprometimento organizacional e as estratégias que podem ser implementadas pela organização para promovê-lo. A partir disto foi possível estruturar um modelo de comunicação interna focado em promover o comprometimento organizacional. A partir dos resultados encontrados foi possível estruturar um processo de comunicação interna focado em promover o comprometimento organizacional. Para desenvolver o plano específico para a empresa Feiten Produtos foi realizada uma pesquisa descritiva, com estudo de caso, utilizando múltiplas fontes para a coleta de dados, entrevistas, análise documental, observação direta e grupo focal. De forma abrangente, os resultados deste estudo são a construção de um plano de comunicação interna para promover o comprometimento organizacional dos funcionários da Feiten Produtos e um modelo de comunicação interna que pode ser utilizado em outros estudos ou organizações.

Palavras-Chave: Comunicação; Comprometimento organizacional; Comunicação interna; Planejamento; Processo de comunicação

Abstract: Internal organizational communication used as a tool in small businesses opens the way to promote or increase employee commitment. This study aimed to develop an organizational communication model for Feiten Produtos with a focus on employee commitment. Organizational communication was conceptualized essentially from Torquato (2015) and Kunsch (2009); the elements, strategies, diagnosis and communication plan were described mainly using Marchiori (2008), Morgan (2005), Brum (2010) and Terra (2021); and the definition and classification of organizational commitment organized by Meyer and Allen (1997). To develop the internal plan, it was necessary to understand the elements that affect commitment and how the media were organized by the organization to promote it. From this, it was possible to structure an internal communication model focused on promoting organizational commitment. From the results found, it was possible to structure an internal communication process focused on promoting organizational commitment. To develop the specific plan for a Femin Produtos company, a descriptive case research was carried out, using additional data for case study, using sources for data collection, research, document analysis, direct observation and focus group. In a comprehensive way, the results of this study are the construction of an internal communication plan to promote the organizational commitment of Feiten Produtos employees and an internal communication model that can be used in others or organizations.

Keywords: Communication; Organizational commitment; Internal communication; Planning; Communication process

Orientador: MARIA CRISTINA BOHNENBERGER

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284340>



Trabalho de Conclusão

Título: PLATAFORMAS EM CAMPO: UM ESTUDO SOBRE AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS AO VIVO NA AMAZON PRIME VIDEO, HBO MAX E STAR+.

Autor: FELIPE SPERB

Abreviatura: SPERB, F.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/07/2022

Resumo: Este trabalho tem como objetivo compreender o cenário das transmissões esportivas de futebol oferecidas nas plataformas de streaming audiovisual Amazon Prime, Star+ e HBO Max disponíveis no Brasil durante os meses de fevereiro, março, abril e maio, considerado o primeiro semestre do calendário esportivo brasileiro de 2022. O referencial teórico é estruturado a partir de conceitos sobre plataformas e dimensões de análises, além da lógica de transmissões esportivas e de consumo no streaming. A pesquisa utilizou de três artefatos para coletar dados, sendo a pesquisa descritiva do tipo survey para levantar dados quantitativos, entrevistas com consumidores de futebol nas plataformas para levantar dados qualitativos, além da análise técnica e comparativa das plataformas através das dimensões de infraestrutura de dados, mercados, governança, práticas e affordances e conteúdo. Os participantes da pesquisa contavam com alguns pré-requisitos como serem usuários das plataformas analisadas e serem residentes do Sul e Sudeste do Brasil. Os entrevistados tinham como pré-requisito serem consumidores de futebol nessas plataformas. Em resumo, concluiu-se que o consumo de futebol ainda é baixo por parte dos consumidores de conteúdo no streaming e que o mercado das plataformas ainda depende de canais esportivos para ofertarem esse serviço, que por sua vez, traz divergências com algumas principais características do conteúdo digital.

Palavras-Chave: Streaming; plataformas; transmissões esportivas; futebol

Abstract: This study aims to understand how the dynamics of football broadcasts offered on audiovisual streaming platforms Amazon Prime Video, HBO Max and Star+ are established in Brazil during the months of February, March and April, considered the first semester of 2022 Brazilian sports calendar. The theoretical framework is structured from concepts about platforms and dimensions of analysis, in addition to the logic of sports broadcasts and streaming consumption. The research used three artifacts to collect data, being the survey descriptive research to collect quantitative data, interviews with football consumers on the platforms to collect qualitative data, and the technical and comparative analysis of the platforms through the dimensions of data infrastructure, markets, governance, practices and affordances and content. The research participants had some prerequisites such as being users of the analyzed platforms and live in the South and Southeast of Brazil, as well as consume football on these platforms. In summary, it was concluded that football consumption is still low for streaming content consumers and that the platform market still depends on sports channels to offer this service, which brings divergences with some main characteristics of the digital content.

Keywords: Streaming; platforms; sports broadcasts; soccer

Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284387>



Trabalho de Conclusão

Título: UM PROJETO DAS EMOÇÕES: CRIAÇÃO DE UMA MATRIZ DE ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO EMOCIONAL PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL

Autor: ANDRE LUIZ WESCHENFELDER

Abreviatura: WESCHENFELDER, A. L.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 24/02/2022

Resumo: As emoções se mostram relevantes nos contextos atuais pelo mundo, seja no trabalho como na educação. Cada vez mais estratégias para aprimorar habilidades socioemocionais estão sendo criadas e estimuladas. Este projeto busca seguir esse caminho, e tem como objetivo utilizar a Aprendizagem Criativa para criar um produto para disseminação da educação emocional para crianças no contexto da educação infantil. Para alcançar esse objetivo, é utilizada a metodologia Design Science Research, que auxilia a balizar os passos a serem seguidos para a criação de um produto/solução para uma problemática. Essa metodologia identifica 9 etapas para chegar a um resultado, são elas: Identificação do problema, Conscientização do Problema, Revisão da Literatura, aprender com iniciativas semelhantes, Projetar, Desenvolver, Avaliar, Explicitação das Aprendizagens e Conclusões. Ainda, se identifica que comunicar os resultados de pesquisa é igualmente relevante. A partir dessa metodologia, são utilizados três referenciais teóricos principais: a Educação Emocional, a Base Nacional Curricular Comum (BNCC) e a Aprendizagem Criativa. Com a união desse referencial, sendo a BNCC um norte, a educação emocional um conteúdo e a Aprendizagem Criativa uma abordagem prática, foi criada uma matriz de atividades, estas que versam sobre as emoções básicas encontradas na literatura: alegria, tristeza, raiva, nojo, medo e surpresa. Foram criadas 12 atividades, subdivididas em 2 categorias: reconhecimento e expressão das emoções. Estas atividades foram submetidas a análise por especialistas na área de educação infantil, contando com professoras e psicólogas. Foram realizadas então entrevistas semiestruturadas a fim de coletar suas observações e sugestões quanto a matriz. Esse conteúdo das entrevistas foi gravado e se utilizou a Análise Textual Discursiva para captar os pontos inerentes a criação de atividades desse cunho. Foram identificados pontos relevantes quanto aos referenciais teóricos utilizados, além de assuntos emergentes, como a importância de se trabalhar as emoções nessa faixa etária e o impacto da pandemia nos processos emocionais. Conseguiu-se, também, contribuições relevantes para o aprimoramento e consolidação da matriz de atividades, a qual, após sugestões, finalizou com 11 atividades: 5 de reconhecimento, 5 de expressão e 1 atividade inicial/introdutória. Nesse sentido, se destaca a saída de uma das emoções, Surpresa, que compunha a matriz original. Esperasse que os resultados dessa pesquisa sirvam para compor um material robusto quanto a educação emocional para o contexto de educação infantil, consolidando a Aprendizagem Criativa como uma abordagem relevante para o desenvolvimento de atividades e práticas no contexto educacional. Ainda, se pretende disponibilizar a matriz para que professores e a comunidade em geral possam usufruir dos resultados, além de comunicar os resultados a partir desta dissertação e artigos subsequentes.

Palavras-Chave: Educação Emocional;BNCC;Aprendizagem Criativa

Abstract: Emotions are proving relevant in the current contexts of the world, whether at work or in education. More and more strategies to improve socio-emotional skills are being created and encouraged. This project seeks to follow this path and aims to use Creative Learning to create a product for the dissemination of emotional education for children in the context of early childhood education. To achieve this objective, the Design Science Research methodology is used, which helps to guide the steps to be followed to create a product/solution to a problem. This methodology identifies 9 steps to reach a result, they are: Problem Identification, Problem Awareness, Literature Review, Learning from Similar Initiatives, Design, Develop, Evaluate, Explicit Learning and Conclusions. Furthermore, it is identified that communicating research results are equally relevant. Based on this methodology, three main theoretical frameworks are



used, Emotional Education, the Base Nacional Curricular Comum (BNCC) itself and Creative Learning. With the union of this reference, with the BNCC as a guideline, emotional education as a content and Creative Learning as a practical approach, a matrix of activities was created, which deal with the basic emotions found in the literature: happiness, sadness, anger, disgust, fear and surprise. 12 activities were created, subdivided into 2 categories: recognition and expression of emotions. These activities were submitted to analysis by specialists in early childhood education, with teachers and psychologists. Semi-structured interviews were then carried out to collect their observations and suggestions regarding the matrix. This content of the interviews was recorded, and Discursive Textual Analysis was used to capture the points inherent to the creation of activities of this nature. Relevant points were identified regarding the theoretical frameworks used, in addition to emerging issues, such as the importance of working with emotions in this age group and the impact of the pandemic on emotional processes. Relevant contributions were also achieved for the improvement and consolidation of the activities matrix, which, after suggestions, ended with 11 activities: 5 of recognition, 5 of expression and 1 initial/introductory activity. In this sense, the output of one of the emotions, Surprise, which made up the original matrix, stands out. It is hoped that the results of this research will serve to compose a robust material regarding emotional education for the context of early childhood education, consolidating creative learning as a relevant approach to the development of activities and practices in the educational context. Still, it is intended to make the matrix available so that teachers and the community in general can use such results, in addition to communicating the results from this dissertation and subsequent articles.

Keywords: Emotional education;BNCC;Creative Learning

Orientador: JOAO BATISTA MOSSMANN

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/283256>

