

UMA POSSIBILIDADE DE METAMORFOSE FRENTE À DISTORÇÃO SECULAR ENTRE ESCOLA, PROFESSOR E ESTUDANTE.

Regina Garcia Giaretta¹.

Resumo: O artigo a seguir foi desenvolvido ao longo das aulas da disciplina Tópicos Especiais em Tecnologias e Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) com o objetivo de trazer reflexões sobre o modelo atual da escola e de seus protagonistas: estudantes e professores frente aos conceitos estudados sobre inovação, branding, destruição criativa observadas na contemporaneidade e sugerir estratégias de transformação para esse cotidiano em escolas consideradas inovadoras.

Palavras-Chave: modelo educacional; inovação; branding; destruição criativa; transformação

1. Um *stories*² da incongruência educacional

É evidente que há um descompasso na educação, pois a escola apresenta um modelo arquitetônico do século XIX: com referências estruturais nos edifícios, no currículo e na organização das salas, com professores do século XX em processo de aprendizado: ao lidar com as tecnologias, resistência às mudanças e buscando mediar os conhecimentos de estudantes do século XXI: nativos digitais e que descortinam um mundo de informações e inovações a sua frente. Esses pontos destacados são citados pelo professor Nóvoa (2022) em seu mais recente livro e possibilitam analisar o contexto educacional a partir dessa situação.

Nota-se, que na maioria dos prédios das escolas, as salas são organizadas em corredores voltados para um espaço central onde se realizam eventos ou refeições e o espaço interno das salas é organizado em filas além de se ter no quadro um lugar de destaque para os professores, como os que detêm os conhecimentos a serem repassados. Ainda percebe-se uma rigidez nos processos pedagógicos desde o planejamento, desenvolvimento de atividades e avaliação, muitas vezes imposto por uma gestão privada que tem como única premissa os lucros ou por uma gestão pública que responde exclusivamente aos interesses governamentais, frentes a um distanciamento significativo entre os propósitos escolares e o

¹ Discente do Programa de Mestrado Profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE/FACED/UFU), regina.giaretta@ufu.br

² Post da rede social Instagram com variados recursos e duração exclusiva de 24 horas.

objetivo dos estudantes no espaço escolar. Observa-se a figura como uma referência a essa inquietação:



Imagem 1 – Escola do século passado

Fonte: <https://fundacaorotary4651.wordpress.com/2016/08/13/escola-do-seculo-xix/>

Como pensar a intersecção dessa distância secular entre esses personagens que se encontram intrinsecamente envolvidos no espaço escolar e que ainda parecem caminhar de formas antagônicas? Justamente nesse intuito que os estudos sobre a educação em consonância com as propostas de inovação, destruição criativa e branding, tornam-se viabilidades para esse percurso.

Por sua vez Moran (2004) afirma que a escola permanece sendo uma referência importante, pois nos permite definir uma situação oficial de aprendiz, a conhecer outros colegas, a aprender a conviver. Mas, pela inércia diante de tantas mudanças sociais, vemo-la converter em um lugar de confinamento, retrógrado e pouco estimulante. E esse é o desafio desse impasse apontado como força motriz da reflexão desse artigo.

Ainda para permitir uma reflexão inicial, a inserção da canção Tocando em frente, de Renato Teixeira e Almir Sater, contribui de forma peculiar com a proposta de considerar aspectos implícitos do lugar em que a escola se encontra hoje, todavia considerando aspectos históricos, políticos, sociais além de outros cabíveis, que demarcam o lugar da instituição e de seus personagens:

Ando devagar porque já tive pressa
E levo esse sorriso
Porque já chorei demais
Hoje me sinto mais forte
Mais feliz, quem sabe

Só levo a certeza
De que muito pouco sei
Ou nada sei
Conhecer as manhas e as manhãs
O sabor das massas e das maçãs
É preciso amor pra poder pulsar
É preciso paz pra poder sorrir
É preciso a chuva para florir
Penso que cumprir a vida
Seja simplesmente
Compreender a marcha
E ir tocando em frente
Como um velho boiadeiro
Levando a boiada
Eu vou tocando os dias
Pela longa estrada, eu vou
Estrada eu sou (...)
Todo mundo ama um dia
Todo mundo chora
Um dia a gente chega
E no outro vai embora
Cada um de nós compõe a sua história
Cada ser em si
Carrega o dom de ser capaz
E ser feliz
(...)

2. Um mosaico de inovação, branding, destruição criativa e educação

Ao contrário do que muitos podem pensar, inovar não é somente trazer algo grande, novo e revolucionário. A inovação também precisa ser compreendida através de uma abordagem contextual, já que existem diferentes tipos de inovação para cada situação específica.

Como asseguram Tidd, Bessant e Pavitt (2015) inovação não é só ter boas ideias; é todo o caminho de fazê-las evoluir a ponto de terem uma função prática.

Há que se pensar nessa miscelânea de sensações, cores, ideais e propósitos que compõem a educação para acertar esse desalinho, mas também assegurem a diversidade política, econômica e social dos indivíduos que compõem esse modelo. Veja a imagem:



Imagem 2 – Escola inovadora

Fonte: <https://www.noticiasead.com.br/noticias/1579-a-reinvencao-das-escolas-tem-que-comecar>

Para compreender a inovação na educação, vale refletir sobre a contribuição de Filatro e Cavalcanti (2018):

Por que é tão importante inovar em educação? Embora a educação nos pareça tão familiar – afinal, todos nós passamos por algum tipo de experiência educacional na vida –, é da sua complexidade que emerge a necessidade de inovar. A educação é complexa por envolver não apenas aspectos cognitivos, mas também psicológicos, metodológicos, sociais, relacionais, ambientais e emocionais, entre tantos outros. Para enfrentar essa complexidade, que é crescente, só mesmo uma forma nova de fazer educação – uma forma personalizada, relevante e engajadora e que seja acessível a todos aqueles que querem/precisam aprender.

E pensando em inovar, a ideia da plataforma <https://resultadosdigitais.com.br/> é que se pense durante 1 minuto em uma marca. Além de pensar no nome, nas cores, letras, formas, sons você também pensou em sensações e lembranças? E é exatamente essa a função do branding: despertar sensações e criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para escolha de um produto ou serviço.

E se a escola fosse tratada como uma marca a ser inovada, a proposta de um reposicionamento baseado nas principais lições de Miller (2019) em seu livro Storybrand seria assertivo, e para tal, essas estão listadas a seguir:

- Apresentar boas histórias: use roteiros similares aos que encontramos nos bons filmes e bons livros.
- Permitir que o cliente seja o protagonista: coloque o estudante e o professor no seu papel de protagonista, a escola apenas auxilia o caminho.

- Proceder como guia da jornada do cliente: a escola deve agir como guia nessa jornada, ensinando o estudante e o professor a progredir, promovendo conexão que pode se estreitar em um laço e gerar um importante senso de comunidade ao longo do tempo.
- Simplificar a comunicação: evite informações em excesso, trabalhe com o essencial, pois é pela clareza e objetividade que será garantido o aproveitamento.
- Trazer transformação aos clientes: a confiança na transformação é garantia de que não se conquista só o progresso, mas uma experiência de vida.
- Inserir o método Storybrand em todas as circunstâncias: a crença, a missão, a visão, os objetivos e os processos da escola devem prospectar a ideia da mudança.
- Tornar mais humana a relação entre cliente e marca: para criar uma relação mais humana, é necessário estreitar os laços entre o estudante, o professor e a comunidade escolar. E vale salientar aqui a afetividade, muitas vezes citada nas aulas e que prestigia a ideia de que a escola pode fazer a diferença nas relações e transformar os processos.

Inovar no cenário educacional requer repensar os modelos e propor ações consistentes aos espaços, tempos e personagens que compõem essa complexa realidade. Edgar Morin em um de seus textos publicado no jornal francês Le Monde, em 2010, refere-se ao sistema Terra em termos consonantes para pensar também a escola:

Quando um sistema é incapaz de tratar dos seus problemas vitais, degrada-se, desintegra-se ou então é capaz de suscitar um meta-sistema capaz de tratar dos seus problemas: metamorfoseia-se. (...) O provável é a desintegração. O improvável, mas possível, é a metamorfose. (...) Hoje, tudo deve ser repensado. Tudo deve ser recomeçado. Já existe, em todos os continentes, um fervilhamento criativo, uma série de iniciativas locais, no sentido da regeneração econômica, ou social, ou política, ou cognitiva, ou educacional, ou ética, ou da reforma da vida. Estas iniciativas não se conhecem entre si, mas são o viveiro do futuro. (...) Já não chega denunciar, é preciso enunciar.

Isso se aproxima da destruição criativa abordada por Schumpeter (1939), onde as grandes mudanças tecnológicas não são dadas por uma porção de infinitas melhorias marginais sobre as técnicas já estabelecidas, mas resultam de descontinuidades significativas provenientes de inovações radicais ou, no caso da combinação de inovações, que representam revoluções tecnológicas. Isso é elucidado nas ondas de inovação schumpeterianas conforme o apresentado a seguir, que permitem analisar a evolução econômica ao longo dos últimos anos e demonstra que as crises são inevitáveis e fazem parte do processo, inclusive vale pensar o impacto delas na educação.



As 7 ondas da História da Inovação

Fonte: Edelson Institute

AAA
aaa.inovacao.com.br
@aaa.inovacao

1785 01° Onda

Durante a **Revolução Industrial**, a primeira fábrica surgiu. Uma fábrica de algodão em Britaion.



1900 03° Onda

O Modelo T de Henry Ford introduziu a linha de montagem, revolucionando a **indústria automotiva**.



1990 05° Onda

2.4 milhões de pessoas usavam a **Internet**. Em 2016, esse n° ultrapassou 3.4 bilhões.



2022 07° Onda

Com a **covid-19** muitas mudanças relacionadas ao **futuro do trabalho**, aumento do digital e **metaverso** irão impactar nosso dia a dia e dos negócios.



1845 02° Onda

À medida que as **ferrovias** proliferaram, suas redes influenciaram fortemente o crescimento urbano.



1950 04° Onda

Aviação ganha mais adoção em escala global, causando uma alavanca para a integração econômica.



2020 06° Onda

Com **desafios climáticos** intensificados, a tecnologia limpa remodela negócios.



Imagem 3 – Ondas de Schumpeter

Fonte: <https://blog.aaainovacao.com.br/ondas-de-inovacao/>

Como a escola foi lidando com cada onda de inovação apresentada por Schumpeter? Desde a revolução industrial até às questões de sustentabilidade que influenciam a sociedade de forma dinâmica em suas relações, qual o papel do estudante e do professor nesses processos?

A destruição criativa, ou criadora, citada por Rodrigues (2020), está na essência do capitalismo e no processo de introdução dessas novidades, pois destrói modelos antigos não competitivos ou inovadores. Esse é o impulso fundamental para manter a máquina em movimento. Entende-se máquina como parte de todos os sistemas em que estamos inseridos e que de forma ativa ou reativa fazemos parte, inclusive o sistema educacional.

Dessa forma, na premissa de Moran (2012) em que “A educação é um processo de toda a sociedade – não só da escola – que afeta todas as pessoas, o tempo todo, em qualquer

situação pessoal, social, profissional, e de todas as formas possíveis”. Afinal todos passaram pelos bancos escolares e de alguma forma são afetados por boas ou não tão significativas experiências.

Faz-se necessário trazer a tona reflexões que a princípio pareçam reacionárias ou transgressoras de destruição, transformação ou metamorfose, mas que nos permitam como diz Paulo Freire (1987) “Se a educação sozinha não transforma a sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda”.

E se o propósito é a transformação, é imprescindível reconhecer toda a complexidade do contexto da educação e as muitas vozes que necessitam ser reconhecidas nele. Para tanto citamos Bakhtin (2008) quando faz alusão à polifonia de Dostoiévski (1821-1881) ressaltando que ele não parecia apenas um autor, mas um detentor de uma série de personagens, pois seus heróis compunham diversas filosofias, inclusive contraditórias. Eles possuíam independência e competência ideológica, uma multiplicidade de vozes e consciências independentes, e ainda possuíam uma autêntica polifonia de vozes plenas, ou seja, que tinham valor pleno, que mantinham ideia de discurso com as outras vozes em conformidade de igualdade com os participantes do diálogo.

3. Alternativas de metamorfose para a escola

A título de exemplo, no México o modelo Tech21 (<https://tec.mx/en/model-tec21>) está redesenhando a universidade Tecnológica de Monterrey, trabalhando com sistemas educacionais on-line mais interativos, currículos flexíveis (adaptáveis a cada aluno), avaliação por projetos e competência, autoavaliação, de acordo com o texto do professor doutor Marcelo Marques de Araújo (2022, no prelo) e conforme se pode verificar no acesso ao site que traz em sua página principal a premissa: “Nosso novo modelo educacional, único no mundo, aciona e potencializa suas capacidades de inovação, permitindo que você não apenas esteja atualizado, mas seja um agente de mudança em tempos inéditos, em que a educação vive uma transformação completa”.

No Brasil, o exemplo é da IScholar (<https://www.ischolar.com.br/>) uma empresa mineira que propõe um redesenho das instituições escolares e que desde 2006 atua exclusivamente no segmento de sistemas para transformar escolas em grandes empresas através de soluções e inovações tecnológicas que contribuam para o processo de gestão educacional. No entanto, a opinião é exclusiva de gestores de escolas privadas e não permite o acesso aos resultados de forma explícita e transparente.

Assim buscou-se outras referências de escolas brasileiras citadas como inovadoras dentro do site da empresa IScholar e nesse foco, destaca-se:

- A Escola Pluricultural Odé Kayodê tem como principal missão a valorização da ancestralidade e a celebração de todos os povos que compõem o Brasil, em Goiás. Seu Projeto Político Pedagógico contempla turmas até o 5º ano do fundamental, e sua principal política é a imersão dos alunos na cultura brasileira e o aprendizado através da experiência.

- A EM Anne Frank em Belo Horizonte - MG é referência nacional e mundial no ensino democrático, que busca transformar não só os alunos que a frequentam, mas também a própria comunidade ao seu redor. A escola é tão preocupada com o senso de comunidade que alunos rotineiramente vão além dos muros para dialogar. Já houve casos onde, como parte de um projeto, os alunos entrevistaram os vizinhos sobre a origem do universo, colhendo pontos de vista e compartilhando os seus.
- Para o Colégio Equipe de São Paulo - SP, a autonomia dos alunos é prática fundamental desde os anos 70. Seu método, a Pedagogia Problematizadora do Ensino, considera as escolhas do aluno como fundamentais para o desenvolvimento do currículo educacional.
- A Escola Vila, do Ceará que é um grande exemplo de uma metodologia de ensino brasileira - a Pedagogia Ecológica que se baseia em valores complexos e interligados, promovendo a inter-relação entre saberes, sujeitos e realidade.

Nesse sentido, a intenção seria utilizar uma ideia de prototipagem matricial relacionada às ações de inovação que serviria para balizar as instituições consideradas inovadoras, conforme utilização dessas ações:

1) ambiente de consideração e respeito aos dados, em formato machine learning, com professores preparados;

2) ambiente arquitetônico compatível com modelos educacionais acolhedores, vivos e lúdicos;

3) projetos educacionais que registrem o ensino por meio de:

- Gamificação
- Inteligência artificial
- Metaverso
- Sala de aula invertida
- Design thinking
- Personalização do ensino
- Ferramentas digitais
- Letramento científico
- Educação financeira
- Laboratório de escrita criativa

4) professores em constante capacitação para melhor compreensão das inovações educacionais, das dimensões: digital e socioemocional;

5) alunos interessados, saudáveis e proativos;

6) rede interdisciplinar, pluridisciplinar e, ou transdisciplinar com professores que se comunicam o tempo todo;

7) modelos sustentáveis focados em resultados efetivos;

8) engajamento das famílias em todos os processos: planejamento, desenvolvimento e avaliação das estratégias do trabalho educacional;

9) professores que definitivamente ensinem conteúdos relevantes, essenciais e necessários para a formação crítica, capacitista, técnica ou teórica;

10) liderança dinâmica e receptiva à inovação.

A partir da prototipagem matricial sugerida acima neste trabalho, aponta-se que a sugestibilidade de um estudo de caso das escolas apontadas como inovadoras possa trazer respostas aos questionamentos e contribua significativamente pois o estudo de caso, segundo Gil (1999), é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado.

4. Resultados e Discussão

Buscando referenciar a utilização da análise descritiva da proposta, segundo Vergara (2000), essa análise expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlações entre variáveis. Sendo assim a autora não tem o compromisso de explicar, mas apenas descrever as informações disponibilizadas pela instituição e posteriormente relacioná-los aos dados considerados de inovação.

Torna-se possível assim compor um recorte com base nas questões levantadas e com a proposta inicial de encontrar uma intersecção entre escola, estudante e professor na atual realidade.

Conforme a ideia de se constituir valores e objetivos mais claros é imprescindível como é recorrente a intenção de modificar espaços, processos e a forma como os protagonistas, digo professores e estudantes compõem o espaço envolvido em uma ambiência que traga à tona o encantamento apresentado por Kawasaki (2011):

O encantamento é uma habilidade poderosa, e com o poder vem a responsabilidade. É seu dever utilizar essa habilidade visando o benefício de todos os envolvidos e até mesmo do mundo. Por favor, lembre-se deste comentário em toda a sua jornada.

Enfim, afirma Hiller (2019), toda marca tem uma essência e se considerarmos a escola como uma marca é imprescindível reconhecê-la como comunicadora de uma mensagem e se são diversas vozes que falam por ela, a transformação necessita acontecer de forma a contemplar todos os envolvidos mas principalmente levando em conta o lugar de onde essas vozes se comunicam e onde pretendem chegar.

Referências

ARAÚJO, Marcelo M. Branding e posicionamento na EaD Pública: CEaD/UFU. 2015

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. Problemas na poética de Dostoiévski. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008

FILATRO, A.; CAVALCANTI, C. C. Metodologias inov-ativas na educação presencial, a distância e corporativa. São Paulo: Saraiva, 2018.

FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. 17ª edição, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

HILLER, Marcos. Branding: a arte de construir marcas. Trevisan editora, 2014.

KAWASAKI, Guy. Encantamento: a arte de criar emoções, ideias e atitudes vencedoras. Tradução: Luis Guimarães. 1ª edição. Alta Books, 2012.

MILLER, Donald. Storybrand: crie mensagens claras e atraia a atenção dos clientes para sua marca. Tradução: Carlos Bacci. Alta Books, 1ª edição, 2019.

MORAN, José Manuel. A contribuição das tecnologias para uma educação inovadora. Revista Contrapontos, v. 4, n. 2, p. 347-356, 2009.

_____. A educação que desejamos: novos desafios e como chegar lá – Papirus, 5ª edição. Campinas, SP, 2012.

MORIN, Edgar (2010). “Éloge de la métamorphose,” Le Monde, 9 Janeiro de 2010. Acesso em 15/05/2023: https://www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/eloge-de-la-metamorphose-par-edgar-morin_1289625_3232.html

NÓVOA, Antônio. Escolas e Professores Proteger, Transformar, Valorizar. Salvador: Sec/IAT, 2022.

RODRIGUES, C. F. de A., de Araújo, H. R., da Silva, M. V., de Resende, G. S. L., & de Carvalho, E. T. (2020). Destruição criativa na educação brasileira segundo a perspectiva de Schumpeter. Acesso em 15/05/2023: <https://doi.org/10.34117/bjdv7n3-457>

SCHUMPETER, J.A. (1939). Ciclos de negócios (Vol. 1, pp. 161-174). Nova York: McGraw-Hill.

TEIXEIRA, R. Tocando em Frente. Interprete: Almir Sater. Álbum: Almir Sater Ao. Vivo. Rio de Janeiro, Sony Music, 1992. Disponível em: <https://immub.org/album/almir-sater-ao-vivo>
Acesso em 06/07/2023.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Gestão da inovação. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VERGARA, Sylvia C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.