



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

DIANA DOS SANTOS LINS

**ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO E A CRIATIVIDADE: A
EXPERIÊNCIA DOS ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

**SÃO CRISTOVÃO, SE
2023**

DIANA DOS SANTOS LINS

**ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO E A CRIATIVIDADE: A
EXPERIÊNCIA DOS ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 069/2012/CONEPE.

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Gracyanne Freire de Araujo.

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2023**

DIANA DOS SANTOS LINS

**ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO E CRIATIVIDADE: A
EXPERIÊNCIA DOS ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 069/2012/CONEPE.

Trabalho defendido e aprovado em 27 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Gracyanne Freire de Araujo (Orientadora)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof^a. Dr^a. Ludmilla Meyer Montenegro (Membro)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof. Dr. Claudio Márcio Campos de Mendonça (Membro)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

“O limite é uma fronteira criada só pela mente”.

Racionais MC's

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a Deus por me permitir alcançar esse objetivo.

Aos meus pais José Milton e Katiana, pela educação que me deram e por todo incentivo para que eu persistisse no caminho educacional.

Aos meus irmãos Daniel, Dariene e Maisa, por toda ajuda oferecida sempre que precisei, seja nas diversas vezes em que leram e releram este trabalho ou no simples fato de me compreender quando precisei.

Ao meu esposo Pepeu, pelo companheirismo e pela paciência demonstrada durante toda minha formação. Seu apoio foi fundamental.

Aos professores do Departamento de Administração da UFS pelos ensinamentos compartilhados durante esses longos anos.

Um agradecimento especial a professora Gracyanne Freire de Araujo, minha orientadora. Agradeço toda atenção e suporte a mim dedicados. Sua ajuda foi mais que fundamental para que eu pudesse concluir meu trabalho. Muito obrigada por tudo e por tornar esse processo muito mais leve.

Gostaria de agradecer, também, aos amigos que a UFS me deu e que sempre estiveram comigo ao longo do curso, em especial José Francisco, José Orleans, Ronaldo Santana, Viviane Barreto e Yara Karoline. Com vocês as dificuldades encontradas ao longo desse caminho tornaram-se mais suaves. Obrigada pela troca de conhecimento e pelas boas risadas pelos corredores da UFS.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo compreender como o curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe desenvolve a criatividade dos estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem. Esse estudo se justifica pelo fato de haver poucos estudos relacionando a criatividade e o ensino em Administração. Esta pesquisa baseou-se nas percepções dos estudantes concluintes, pois os mesmos possuíam uma visão mais ampla a respeito do curso. Metodologicamente, este estudo se caracteriza como uma pesquisa de abordagem quanti-quali, por meio de um *Survey* e a coleta de dados se deu através da consulta de documentos e da aplicação do questionário estruturado. O questionário foi elaborado a partir da literatura sobre ensino-aprendizagem em Administração e a criatividade, em que foram criados indicadores, variáveis e elementos de análise. Os dados coletados dos respondentes foram analisados através da análise de conteúdo. A partir dos resultados obtidos foi possível conhecer as percepções dos estudantes sobre como ocorre o desenvolvimento da criatividade no curso de Administração e entender as dificuldades encontradas para o exercício da criatividade enquanto habilidade. Assim, os estudantes compreendem que há uma necessidade de aperfeiçoar o ensino-aprendizagem do curso afim de desenvolver a criatividade nos estudantes.

Palavras-Chave: Administração. Criatividade. Ensino-aprendizagem.

ABSTRACT

This research aimed to comprehend creativity and its teaching-learning process, seeking to understand and discuss how creativity can be rethought and inserted in the context of graduation in Business Management at the Federal University of Sergipe. This study is justified by the fact that there are few studies relating creativity and teaching in Administration. This research was based on the perceptions of graduating students, because they had a broader view of the course. Methodologically, this study is characterized as a quanti-quali approach research, through a Survey and the data collection took place through the consultation of documents and the structured questionnaire. The questionnaire was prepared based on the literature on teaching-learning in Management and creativity, whose elaboration was based on the literature, in which indicators, variables and analysis elements were created. The data collected from the respondents were analyzed through content analysis. From the results obtained, it was possible to know the perceptions of the students about how the exercise of creativity in the Business Administration course occurs and to understand the difficulties encountered in the development of creativity as a skill. Thus, students understand that there is a need to improve the teaching-learning of the course in order to develop creativity in students.

Keywords: Management. Creativity. Teaching-learning.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - A importância da criatividade.....	27
Gráfico 2 - Grau de satisfação em relação às estruturas ofertadas pela UFS.....	28
Gráfico 3 - Frequência da utilização das metodologias ativas.....	29
Gráfico 4 - Os 10 Maiores Cursos de Graduação em Número de Matrículas - Brasil 2011/2021.....	32
Gráfico 5 - Percepção da própria capacidade de gerar valor econômico e transformação social através da criatividade.....	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO	13
2.2 INOVAÇÃO EDUCACIONAL	14
2.3 METODOLOGIAS DE ENSINO	15
2.4 A CRIATIVIDADE NO ENSINO-APRENDIZAGEM	17
2.5 ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO E A CRIATIVIDADE	18
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	20
3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA	20
3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS	21
3.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE	23
4 ANÁLISE DOS DADOS	25
4.1 CRIATIVIDADE NO PPC	25
4.2 CRIATIVIDADE COMO HABILIDADE NO ENSINO-APRENDIZAGEM	26
4.3 FORMAÇÃO DOS ESTUDANTES E A CRIATIVIDADE NO ENSINO- APRENDIZAGEM	31
5 CONCLUSÃO	35
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICES	40

1 INTRODUÇÃO

Considerada habilidade essencial para o século XXI, por contribuir positivamente e favorecer o potencial humano (NAKANO; WECHSLER, 2018), a criatividade é apontada por muitos estudiosos como um ativo que agrega importância aos gestores e pesquisadores. Por ser um tema central no processo de inovação e empreendedorismo e estar fortemente relacionada com o processo de mudanças e rupturas, a criatividade contribui para o desenvolvimento humano (DOURADO; DAVEL, 2021). Assim, a criatividade tem se tornado objeto de estudo nas mais variadas áreas do conhecimento e nos diversos campos por onde ocorre a sua incidência (BRUNO-FARIA; VEIGA; MACEDO, 2008).

Apesar do aumento de interesse em se pesquisar sobre a criatividade e ensino, no Brasil ainda há uma escassez de pesquisas sobre o tema. Uma das razões é que a criatividade não se figura como objeto central do estudo, ocupando um papel de coadjuvante (BRUNO-FARIA; VEIGA; MACEDO, 2008; DOURADO; DAVEL, 2022b). Mesmo assim, no campo da Administração o interesse pela criatividade aumentou nas últimas décadas. Estudos sobre criatividade individual, interferência do ambiente no processo criativo e a interação entre indivíduo, grupo e organização tornaram-se mais frequentes, contudo, pesquisas relacionadas ao ensino da criatividade em Administração ainda não são encontradas em grande número (DOURADO; DAVEL, 2022a).

Na formação dos profissionais em Administração busca-se criar futuros líderes e cidadãos globais que se tornarão agentes do crescimento econômico e transformação social. Profissionais que sejam capazes de agregar valor econômico através da criatividade (DOURADO; DAVEL, 2021). Diante disso, é importante que os Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPC) tenham condições para orientar os estudantes no desenvolvimento de habilidades que reforcem a criatividade e que se utilizem de métodos que possibilitem o aluno experimentar a plenitude do processo criativo, seja ele de forma coletiva ou individual (JAMES, 2015).

A aprendizagem da criatividade é apontada, tanto como um processo cognitivo quanto uma habilidade, que pode ser exercitada (DOURADO; DAVEL, 2022b). Desta forma é perceptível a necessidade de se discorrer sobre o processo de aprendizagem dos futuros administradores e de compreender como os PPCs podem

contribuir de forma mais direta para tornar a criatividade parte fundamental na formação dos estudantes de Administração (SILVA *et al.*, 2012).

Fullan, Quinn e McEachen (2018) discutem sobre habilidades que são necessárias para a convivência em um universo complexo e apontaram a criatividade como uma das seis competências globais que a aprendizagem deve desenvolver. Estudos sobre métodos e técnicas de como a criatividade pode ser inserida no contexto educacional começaram a ser discutidos, porém o desafio é pensar metodologias de ensino que realmente permitam o desenvolvimento da criatividade (DOURADO; DAVEL, 2022a).

Ainda segundo Fullan, Quinn e McEachen (2018) se quisermos ter estudantes que prosperem na complexidade do mundo e que sejam capazes de pensar diferente, tendo atitudes competentes que mudem o mundo, precisamos repensar o processo de aprendizagem. Isso significa, pensar de forma mais ampla em como avaliamos o sucesso, como promovemos a aprendizagem e o que desejamos que seja aprendido. Sendo assim, devemos pensar ambientes que gerem desafios, que provoquem e estimulem os estudantes.

Em pesquisa realizada com grupos focais com os principais personagens que fazem o uso da educação universitária em Administração no Brasil, Chim-Miki, Campos e Melo (2019), verificaram opiniões similares de que os espaços de ensino das universidades foram considerados ultrapassados e desestimulantes para a criatividade. Silva *et al.* (2012) apontaram ainda que os processos de aprendizagem estão focados em uma aprendizagem mais mecânica e deixando de ser uma aprendizagem significativa em muitas instituições de ensino.

Diante do exposto, a presente pesquisa buscou estudar a criatividade e o seu processo de ensino-aprendizagem, com o objetivo de compreender e discutir como a importância da criatividade pode ser repensada e inserida no contexto da formação em Administração. Assim sendo, almejou-se com este estudo considerar a seguinte problemática: **Como o curso de Administração, da Universidade Federal de Sergipe, desenvolve a criatividade dos estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem?**

Para dar assistência e responder à problemática, este estudo tem como objetivo compreender como o curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe (UFS) desenvolve a criatividade dos estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem. Para amparar esse objetivo fez-se necessário: (a) sistematizar

o conhecimento sobre criatividade na perspectiva do PPC do curso de Administração; (b) entender como o processo de ensino-aprendizagem desenvolve a criatividade nos estudantes enquanto habilidade e (c) discutir sobre a importância da criatividade no processo de ensino-aprendizagem para a formação dos estudantes.

O presente trabalho se justifica tanto pela curiosidade da pesquisadora em pesquisar sobre o tema quanto pela necessidade de avançar em pesquisas relacionadas a essa área, visto que foi encontrada uma lacuna e a existência de poucos trabalhos relacionando a criatividade e o ensino em Administração (BRUNO-FARIA; VEIGA; MACEDO, 2008; DOURADO; DAVEL, 2022b). Em virtude disso, esse trabalho tem como uma das contribuições de ampliar o número de pesquisas nesse campo e apoiar a UFS e o curso de Administração na ampliação de discussões sobre o tema.

A presente pesquisa é relevante pois procurará entender a criatividade e discutir sobre os processos que a envolve. Além de apresentar contribuições com a busca por inovações no processo de ensino-aprendizagem da Administração. Segundo Bezerra e Davel (2022), o processo de inovação educacional começou a ser inserido em discursos políticos e políticas educacionais mesmo que de forma gradativa. Logo a presente pesquisa é pertinente por buscar evidenciar fatores e informações que venham auxiliar e contribuir com os avanços educacionais para renovações dos PPCs dos cursos.

O presente trabalho está estruturado da seguinte maneira: O primeiro capítulo é formado pela introdução, onde está contido o problema de pesquisa, objetivo geral, objetivos específicos e a justificativa. Para mais, nos próximos capítulos serão apresentados a fundamentação teórica; o objeto de estudo; os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração da pesquisa e enfim a conclusão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, serão apresentadas as fundamentações teóricas referentes à Criatividade e ao Ensino-aprendizagem em Administração.

2.1 ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO

Segundo Oliveira e Cruz (2007), por ser considerada um processo social por excelência, a Administração é baseada na construção e compartilhamento de significados e está imersa em uma sociedade multicultural, onde o pensamento, o emocional e os sentimentos também precisam ser geridos. Assim, ensinar Administração torna-se um processo complexo, visto que mistura a teoria com a prática e na aprendizagem sobre a prática, a qual ocorre a combinação entre o imaginário e as experiências vividas, cognição e emoção, o que foge do controle de quem ensina (OLIVEIRA; CRUZ, 2007).

O ensino superior em Administração tem passado por um processo de mudança relacionado a sua forma de promover o ensino e dentro dessas mudanças o objetivo central dos estudos tem deixado de ser a mera memorização dos processos subsequentes e passando a ser focado na compreensão dos fenômenos e estudo da realidade. Dourado e Davel (2022) apontam o uso de recursos criativos dentro das disciplinas de Administração (jogos empresariais ou de negócios) e o uso de recursos tecnológicos. Porém, os autores indicam que apesar da importância e do reconhecimento de formar profissionais criativos ainda não se verifica a contemplação de fato da criatividade como uma habilidade diferencial na formação de futuros gestores.

Além da adequação do ensino a realidade e as dinâmicas sociais, políticas, econômicas e empresariais, é de grande valia considerar também as diferentes abordagens de aprendizagem, tendo em vista que cada estudante aprende num tempo diferente. Quem tem por função ensinar deve ficar atento e fazer um estudo aprofundado sobre abordagens de aprendizagem e estratégias específicas de ensino (PEREIRA, 2020).

Repensar as formas de ensino da Administração é pensar sobre como introduzir um novo sistema de aprendizagem que permita ao estudante vivenciar tanto a teoria quanto a prática e buscar estratégias de ensino que tornem o aprendizado

mais significativo (SILVA *et al.*, 2012). Tendo em vista que alguns autores apontam o ensino e a formação em Administração como muito rígido e baseado em cálculos unitários que buscam apenas êxito econômico e que distanciam o estudante de um contexto social (CANOPF *et al.*, 2018).

Segundo Masetto (2004), a Declaração Mundial da Educação Superior no século XXI aponta algumas mudanças que poderiam ser significativas para a inovação do ensino superior. Essa declaração defende a formação de pessoas altamente qualificadas, cidadãos responsáveis, aprendizagem permanente e proteção e consolidação de valores atuais.

Além disso, a Resolução Nº 5, de 14 de Outubro de 2021 que institui as diretrizes curriculares nacionais do Curso de graduação em Administração, traz na sua composição as competências esperada do aluno egresso, que são: saber, saber fazer, saber fazer bem e querer fazer, além de defender também a coerência com o ambiente ao qual ele está sendo preparado seja ele, local, regional, nacional ou global.

2.2 INOVAÇÃO EDUCACIONAL

Para a compreensão de um mundo mais complexo a educação desempenha um papel mais que fundamental, tornando-se um fator essencial para auxiliar o desenvolvimento humano e a compreensão das rápidas mudanças que ocorrem na sociedade (PEREIRA *et al.*, 2020). Pesquisas sobre inovação educacional têm ajudado a fazer uma reflexão sobre as necessidades de transformações nesse campo, levando a pensar em como os estudantes aprendem fora e dentro dos espaços educacionais. Considerando ainda como as organizações de ensino precisam repensar a renovação de seus métodos, estruturas e conteúdos educacionais (BEZERRA; DAVEL, 2022b).

Inovações educacionais estão sendo pensadas para melhorar e favorecer o conhecimento dos estudantes. Desta forma, é crucial, nos dias atuais, formar um profissional capaz de compreender além das técnicas de conhecimento da sua área. Entretanto, pouco dos mecanismos pensados são inseridos de fato para auxiliar a formação do estudante (LACERDA; BERNARDES; SIMON, 2020).

Diante da necessidade de um profissional com um perfil com especificidade requerida para vivência em um mercado competitivo, surge a necessidade de mudanças nas metodologias e formas de ensino, pois as abordagens passivas onde

ocorre somente a verbalização de conteúdo tem se mostrado pouco eficiente (LACERDA; BERNARDES; SIMON, 2020).

Para Oliveira e Cruz (2007), o excesso de verbalização e as aulas expositivas têm sido um dos problemas detectados na comunicação dos docentes do ensino superior. Para as autoras esse método dificulta a compreensão do aluno, que não entende os significados e as aplicabilidades dos conteúdos transmitidos.

Alguns autores apontam o uso de recursos tecnológicos como uma ferramenta que possui grande valia para a inovação e que pode facilitar a comunicação entre docente e discente (OLIVEIRA; CRUZ, 2007). Entretanto, se faz necessário que o professor tenha uma percepção para discernir o momento adequado para fazer o uso desses recursos, pois a depender do contexto pode não ser vantajoso o uso do mesmo.

2.3 METODOLOGIAS DE ENSINO

Para Ferreira e Andrade (2021), os diferentes métodos de ensino têm sido aperfeiçoados com o intuito de melhorar a aprendizagem dos estudantes. Buscar metodologias que auxiliem na fixação dos conteúdos tornou-se de grande valia, pois estudos apontam que as formas tradicionais de ensino em que o professor é o protagonista e as aulas são expositivas não surtem o efeito ideal de atingir uma turma por completo. As novas metodologias de ensino no cenário de transformação que o sistema educacional vem vivenciando, apontam que o professor precisa ser o mediador que fomenta e incentiva o estudante a ser participativo (FERREIRA; ANDRADE, 2021).

Diante desse contexto é necessária uma discussão sobre as metodologias ativas, pois as mesmas apresentam um conjunto de práticas que oferecem autonomia e liberdade para que o estudante seja autor da sua própria aprendizagem. Além de contribuir para o desenvolvimento cognitivo e favorecer a interação entres os colegas de sala e a sua relação com os problemas cotidianos (FERRARINI; SAHEB; TORRES, 2019).

Existem diversas estratégias que permitem pôr em prática o modelo das metodologias ativas, sendo elencadas a seguir as que possuem maior destaque (ALMEIDA; ANGELI; SANTOS, 2021):

1) Aprendizagem Baseada em Projetos (ABPr): baseia-se em um trabalho de investigação no qual os alunos desenvolvem um projeto a fim de responder um problema ou desafio.

2) Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP): essa metodologia busca encontrar a solução de um problema a partir da tentativa e erro. As soluções encontradas devem ser apresentadas para que se identifique o processo que levou os estudantes até ela.

3) Aprendizagem Baseada em Times (*Team-based Learning* – TBL): nesse método de ensino é necessário a divisão da turma em grupos heterogêneos. O professor pode utilizar como método-meio a leitura de artigos sobre a temáticas e com temas que não precisam ser inéditos, pois assim já valoriza o conhecimento do estudante sobre o assunto.

4) Instrução por Pares- (*Peer-Instruction*): o professor aplica atividades nas quais os estudantes são estimulados a responderem com os conceitos debatidos em tempo real, ao mesmo tempo que explicam aos colegas.

5) Sala de Aula Invertida- (*Flipped Classroom*): nesse método os estudantes devem examinar previamente os conteúdos definidos, utilizar diversos métodos educacionais e trazer para a sala de aula física as dúvidas e assuntos complementares para a realização do trabalho em grupo.

6) Aprendizagem *MAKER*: que é uma metodologia diretamente ligada à cultura do “faça você mesmo” atrelada à tecnologia. Tem como objetivo levar o estudante aos laboratórios dos mais variados tipos e que possuam estrutura para que possam desenvolver as ideias sob a supervisão de uma responsável da área.

Além das metodologias ativas, outro método de ensino que vem ganhando espaço dentre muitos é o método da aprendizagem em ação. Silva *et al.* (2012) apontam que é difícil definir a aprendizagem em ação (*Action Learning- AL*), pois a mesma permeia o campo filosófico dificultando a sua definição com uma abordagem simples, contudo a aprendizagem em ação apoia-se em uma aprendizagem baseada na experiência e na reflexão crítica.

À medida que as novas metodologias de ensino vão ganhando espaço no sistema educacional, passam a exigir dos professores uma postura diferente. Formar profissionais que irão atuar na nova Sociedade do Conhecimento, que é pautada na educação de forma igualitária, com acesso às tecnologias e direito de acesso às informações, exige dos docentes um pensamento crítico para analisar as diversas

informações e opinar sobre qual a melhor opção para apresentar aos estudantes. (FERREIRA; ANDRADE, 2021).

2.4 A CRIATIVIDADE NO ENSINO-APRENDIZAGEM

Segundo Sakamoto (2000) a criatividade é a expressão de um potencial humano de realização, que se manifesta através das atividades humanas e gera produtos na ocorrência de seu processo.

Pautada pela cultura e economia criativa e pertencente a um ecossistema de setores criativos como: séries, filmes, moda, *design* e *game*, a criatividade é considerada uma força vital que impulsiona o desenvolvimento socioeconômico das sociedades contemporâneas (DOURADO; DAVEL, 2022).

Vários autores apontam que as experiências criativas de aprendizagem contribuem para qualidade de vida do indivíduo favorecendo o bem-estar emocional. A capacidade de pensar de forma criativa associada a atributos individuais ligados à criatividade, proporciona ao indivíduo a capacidade de resolução de problemas ligados à complexidade vivenciada no atual momento da história (ALENCAR; FLEITH, 2008).

Inúmeros educadores, inclusive de países diferentes, reconhecem a importância de ambientes que propiciem o desenvolvimento da criatividade e reavivam ainda que as instituições de ensino não devem se restringir a tradicional forma de ensinar, transmitindo apenas técnicas, valores e conteúdo, visto que esse método não garante à sociedade um indivíduo preparado e de sucesso (ALENCAR; FLEITH, 2008).

Chim-Miki, Campos e Melo (2019), em pesquisa realizada com agentes envolvidos no processo de ensino-aprendizagem encontrou opiniões similares em relação à necessidade de mudança nas estruturas físicas das instituições, a fim de adequá-las, para trazer para o ambiente interno das universidades uma visão de como a sociedade e o ambiente empresarial funcionam.

Vista a importância da criatividade dentro do ambiente educacional, existe uma pertinência quanto à forma de avaliação, nível de habilidade existente no indivíduo e em quais áreas possui maior potencial criativo (NAKANO, 2018). Fields e Atiku (2017), apontam que existem três etapas principais que percorrem o ensino da

criatividade: planejamento e preparação dos estudantes; mensuração da criatividade. Contudo, os autores não determinam quais metodologias e estratégias poderiam ser adotadas para ensinar a criatividade.

Segundo Nakano (2018), um primeiro passo a ser seguido seria investigar as concepções de professores e gestores acerca dessa habilidade, em como eles definem e entendem a importância da criatividade para o contexto educacional. Posteriormente, haveria uma avaliação dos alunos e lembrando que essa investigação serviria a diferentes propósitos e não somente para a quantificação da criatividade.

2.5 ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO E A CRIATIVIDADE

A criatividade sustenta nas organizações o potencial inovador, além de ser a força que gera a economia criativa (DOURADO; DAVEL, 2022b). É evidente que a criatividade desponta como um recurso econômico crítico e como motor de diferentes setores da economia. Todas essas atribuições demonstram a necessidade de desenvolvimento de pessoas que sejam capazes de agregar valor econômico através da criatividade, tendo em vista que, na era industrial os trabalhadores desenvolviam atividades prescritas e hoje, na atual era do conhecimento ou da informação ocorre a necessidade de criação de novos e melhores produtos ou serviços, o que necessita de resultados criativos e inovadores (CHIM-MIKI; CAMPOS; MELO, 2019).

No campo da Administração a importância da criatividade na formação profissional ultrapassa os limites de ser somente um estímulo para o processo de inovação e capacidade de empreendimento, pois formar administradores é formar futuros profissionais que serão responsáveis pelo crescimento econômico e transformação social de um país (DE ARAUJO; DAVEL, 2019). Nesse sentido, é perceptível a relevância de incorporar a criatividade nos cursos de Administração, como também é identificada a lacuna encontrada diante de métodos e profundidades analíticas que contemplem a criatividade como protagonista na formação em Administração (DOURADO; DAVEL, 2021).

Além da pouca relevância relacionada ao ensino da criatividade, autores apontam ainda que as universidades são espaços de ensino contemporâneo considerados ultrapassados e desestimulantes para a criatividade. Todavia, para inserir o ensino da criatividade na formação em Administração, além de propor

metodologias alinhadas com as dimensões coletivas, colaborativa e processuais da criatividade, será necessária uma mudança nas estruturas dos espaços universitários (SILVA *et al.*, 2012).

Logo, cabe às instituições superiores de ensino reverem seus métodos formativos dos futuros administradores, que serão líderes e empreendedores, que necessitam estar preparados para atuar criativamente e de forma competitiva nesse novo modelo de sociedade contemporânea (FINI, 2018).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente capítulo retrata a abordagem de pesquisa, a técnica utilizada para coletar os dados e o tipo da análise dos resultados deste trabalho.

Este trabalho buscou compreender a criatividade enquanto uma habilidade e o seu desenvolvimento dentro do processo de ensino-aprendizagem em Administração. Almejando o alcance desse objetivo, foi adotada a abordagem quanti-quali e a coleta de dados se deu através da estratégia *Survey*, em que foi aplicado um questionário estruturado e para a análise foi utilizada a técnica de análise de conteúdo.

3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Segundo Fonseca (2002) o *Survey* é uma técnica para coleta de dados que tem por objetivo o levantamento de informações sobre opiniões, ações e características de determinado grupo de pessoas. O *Survey* é considerado um procedimento investigativo e tem se tornado um dos métodos mais utilizado nas Ciências Sociais, pois é capaz de gerar informações que outros métodos de pesquisa não são capazes de gerar (MINEIRO, 2020).

Ainda segundo Mineiro (2020), o método *Survey* está dividido em três diferentes tipologias: *Surveys* interseccionais, longitudinais e o terceiro que surge da junção entres os dois primeiros tipos de *Survey*, que é o *Survey* interseccional com uma aproximação de *Survey* longitudinal. Para a presente pesquisa foi utilizado o primeiro tipo de *Survey*, pois ele permite que uma amostra selecionada seja colhida num dado momento e consente ainda que a interpretação desses dados possa ser utilizada para explicar uma população maior naquele dado momento (BABBIE, 2003). Logo este tipo de procedimento permitiu a pesquisadora compreender as percepções dos estudantes da UFS acerca do desenvolvimento da criatividade no processo de ensino-aprendizagem.

Para melhor entendimento do objetivo de estudo foi utilizada uma abordagem mista, pois esta, permite o uso de abordagens qualitativa, em que o ser humano pode ser avaliado de forma mais contextualizada e o uso de abordagem quantitativa em que a mensuração e capacidade de conduzir comparações entre grupos ganha maior evidência (TASHAKKORI; TEDDLIE, 2010). Para mais, a abordagem mista possibilita ao autor fazer análises estatísticas e análise textuais, permitindo assim um melhor

entendimento a respeito da percepção dos estudantes quanto às suas experiências no que diz respeito ao ensino-aprendizagem em Administração e à criatividade.

Quanto ao seu objetivo, foi classificado como descritivo, pois o seu objetivo principal foi descrever as percepções dos estudantes do curso de Administração acerca da criatividade e o seu desenvolvimento dentro do processo de ensino-aprendizagem (GIL; VERGARA, 2015).

Com o objetivo de compreender a criatividade e o seu desenvolvimento dentro do processo de ensino aprendizagem em Administração, foram selecionados os alunos do curso de graduação que estavam cursando o período final do curso. Os alunos foram selecionados por meio do critério de relevância e acessibilidade, pois, de acordo com Mineiro (2020), a facilidade de contato deve ser levada em consideração no momento da escolha do método de coleta, além da relação de representatividade da amostra escolhida. Assim, foram selecionados os estudantes concluintes, que de acordo com a Resolução nº N° 69/2012/CONEPE, corresponde ao estudante não nivelado, mas cuja matrícula no conjunto de componentes curriculares solicitado o torna apto a concluir o curso no período letivo da matrícula.

3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Segundo Mineiro (2020), para realização de um *Survey* as principais formas de obtenção de dados são: observação, contato direto, entrevista, questionário, formulário e consulta de documentos.

O presente trabalho utilizou dois métodos para o levantamento dos dados. O primeiro método foi a consulta de documentos, em que foram analisados indicadores (citações sobre criatividade no PPC) com o intuito de entender o uso da criatividade no PPC do curso de Administração, segundo a Resolução N° 69/2012/CONEPE. Tendo em vista que, segundo Cervo, Bervian e Silva (2007), a análise documental permite demonstrar e fazer analogias de características importantes a respeito do documento analisado. O segundo método foi a aplicação de um questionário estruturado contendo questões fechadas e abertas.

Para as questões fechadas foi utilizada a escala Likert que segundo Aguiar, Correia e Campos (2011), é uma das escalas de autorrelato mais difundida do mundo. Já as questões abertas foram utilizadas para que o pesquisador conseguisse respostas imprevistas e tivesse uma visão mais próxima do real das respostas dos

respondentes (MINEIRO, 2020). Nas questões fechadas buscou-se abordar os questionamentos a serem respondidos de forma objetiva para que pudessem ser quantificados, já nas questões abertas, os questionamentos a serem respondidos de forma subjetiva, permitindo assim que a autora pudesse compreender e explicar as opiniões emitidas pelos respondentes, visto que nas perguntas abertas os alunos poderiam esboçar as opiniões próprias.

O questionário foi enviado aos estudantes por e-mail, por meio do e-mail informativo do Departamento de Administração (DAD), que selecionou os estudantes conforme a Resolução Nº 69/2012/CONEPE que possuíam o status de concluintes. Foram contactados 19 estudantes, contudo somente 10 responderam ao questionário.

Desta forma, o questionário estruturado foi elaborado visando atender o objetivo deste trabalho e para sua elaboração, as questões foram definidas com base na literatura, em que foram criados indicadores, variáveis e elementos de análise, conforme o quadro 1.

Quadro 01 - Indicadores, variáveis e elementos de análise

Questão de pesquisa	Variáveis	Indicadores	Base Teórica
Como sistematizar o conhecimento sobre criatividade na perspectiva do PPC do curso de Administração?	Criatividade no PPC.	Citações sobre criatividade no PPC.	(Resolução Nº 69/2012/CONEPE)
Como o processo de ensino-aprendizagem desenvolve a criatividade nos estudantes enquanto habilidade?	Criatividade como habilidade no ensino-aprendizagem.	Estímulo à criatividade. Desenvolvimento da criatividade.	(NAKANO, 2018)
Como discutir sobre a importância da criatividade no processo de ensino-aprendizagem para a formação do estudante?	Formação dos estudantes e a criatividade no ensino-aprendizagem.	Práticas de ensino aprendizagem.	(PÉROLA; DAVEL, 2021)

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A partir dessas variáveis e indicadores, foram elaboradas 10 questões para o questionário, das quais, 7 (sete) foram questões fechadas e 3 (três) abertas, em que foram abordados essas variáveis e indicadores.

Para a variável criatividade no PPC, foi feita a análise do documento que rege o curso de Administração, já para a variável criatividade como habilidade no ensino-aprendizagem, foram elaboradas 3 (três) questões fechadas e 1 (uma) aberta e para

a variável Formação dos estudantes e a criatividade no ensino-aprendizagem foram elaboradas 4 (quatro) questões fechadas e 2 (duas) abertas.

3.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE

Conforme os dados coletados, foi realizado nesta pesquisa o método de análise de conteúdo. Este método de análise é essencialmente qualitativo, porém permite ao autor fazer o uso de parâmetros estatísticos para apoiar as interpretações dos fenômenos comunicativos (MARQUES, 2021). Por isso, a escolha do tipo de análise para este trabalho, pois ele permitiu que a pesquisadora fizesse o uso da estatística para explicar e interpretar dados qualitativos.

Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise da comunicação que visa através de procedimento, sistematizar e objetivar a descrição do conteúdo das mensagens. Ainda segundo a autora, o objetivo é obter indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relacionados às condições de produção ou recepção das mensagens. Por isso, a escolha deste tipo de análise para esta pesquisa.

Colbari (2014) afirma que a análise de conteúdo possui um vasto campo de aplicação tendo em vista o seu ecletismo e sua maleabilidade. A autora afirma ainda que é apropriado considerá-la como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que pode ser aplicada a diferentes gostos de opções teóricas, porém sem perder a sua afinidade com o problema pesquisado e nem com a criatividade do autor. A autora aponta ainda que a análise de conteúdo é uma ferramenta que permite compreender e explicar opiniões, condutas e ações sejam elas individuais ou sociais, coletadas em um contexto de dados, textuais ou simbólicos. Desta forma, a análise desta pesquisa permitirá que o autor faça sua interpretação acerca do tema sem afastar-se do conceito primário do objeto de estudo.

Com o auxílio da análise de conteúdo foi possível compreender como o curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe desenvolve a criatividade dos seus estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem, pois com esse tipo de análise a pesquisadora pode compreender e explicar de forma mais clara as percepções dos estudantes acerca do tema pesquisado.

4 ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa foi composta por 10 discentes que possuíam o *status* de formando, ou seja, cursando o último período do curso. Entre os respondentes, 7 (sete) eram do gênero feminino e 3 (três) do gênero masculino. A aplicação do questionário a esses estudantes consistiu em obter informações que embasassem com maior veracidade as vivências durante o processo de ensino-aprendizagem, pois estes já cursaram praticamente 90% dos componentes curriculares e carregam consigo maior experiência em relação ao PPC do curso.

Este capítulo está dividido em três subitens, os quais foram selecionados de acordo com os elementos de análise. No primeiro subitem foi analisado onde e como a criatividade é citada no PPC; no segundo subitem foi analisado o estímulo à criatividade e o seu desenvolvimento como habilidade durante o curso e no terceiro subitem foram abordadas as práticas de ensino-aprendizagem.

4.1 CRIATIVIDADE NO PPC

Nesta categoria, analisou-se a Resolução nº 69 do CONEPE da UFS (2012), que regulamenta o Plano Político Pedagógico do curso de graduação em Administração a fim de encontrar citações referente a criatividade neste documento.

No documento são apresentadas a Estrutura Geral do curso de graduação em Administração - Bacharelado, Estrutura Padrão do curso de graduação em Administração - Bacharelado (Matutino e Noturno), Estrutura Curricular complementar do Curso de Graduação em Administração - Bacharelado e o Ementário.

A palavra criatividade aparece apenas duas vezes neste documento, contudo figura-se parte importante nesta resolução. Ela se faz presente nos objetivos e nas competências e habilidades a serem adquiridas pelo administrador ao longo do desenvolvimento das atividades curriculares e complementares do curso.

A Resolução traz a palavra criatividade no art. 3º da seguinte maneira:

Art. 3º Os objetivos do curso são:

I. Geral: formar profissionais com espírito empreendedor, ético, com capacidade de análise, raciocínio abstrato, habilidade numérica, liderança, sociabilidade, sensibilidade na relação com pessoas e grupo, e visão generalista, dinamismo, criatividade, autonomia e bom

senso, visando ao crescimento da rentabilidade e/ou produtividade e ao controle dos resultados em todas as áreas da Administração.

E no art. 5º no inciso V:

Art. 5º As competências e habilidades a serem adquiridas pelo administrador ao longo do desenvolvimento das atividades curriculares e complementares desse curso são:

V. ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional.

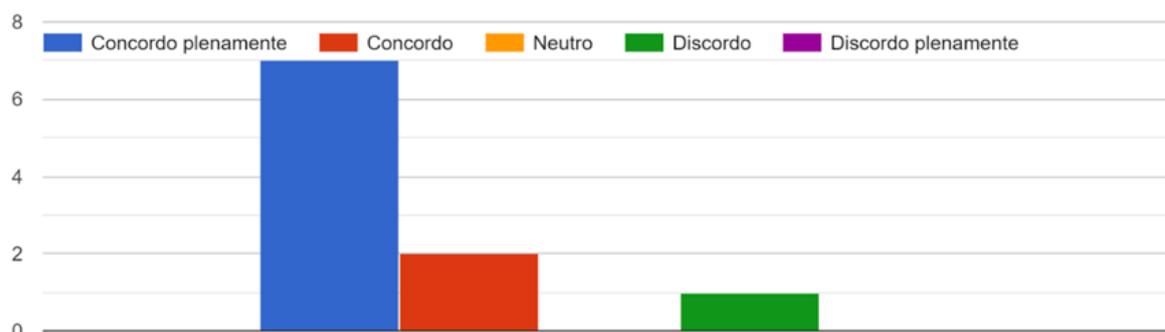
Apesar de ser apresentada na Resolução do curso, as ementas das disciplinas não trazem a criatividade na sua composição, ficando assim a critério de cada docente e/ou da metodologia utilizada, para que esta habilidade seja de alguma maneira desenvolvida.

Quando Silva *et al.* (2012) falam da pouca relevância relacionada ao ensino da criatividade na graduação em Administração, tem relação direta com a não contemplação da criatividade nas ementas das disciplinas e também pela necessidade de se discorrer sobre o processo de aprendizagem dos futuros administradores. É importante compreender como os PPCs podem contribuir de forma mais direta para tornar a criatividade parte fundamental na formação dos estudantes de Administração (SILVA *et al.*, 2012), bem como discutir diretamente com os professores para atentarem-se para essa importância.

4.2 CRIATIVIDADE COMO HABILIDADE NO ENSINO-APRENDIZAGEM

Nesta categoria verificou-se a criatividade imersa no processo de ensino-aprendizagem e o seu desenvolvimento enquanto uma habilidade. A verificação acerca do desenvolvimento da criatividade ocorreu após análise das respostas obtidas através da aplicação do questionário.

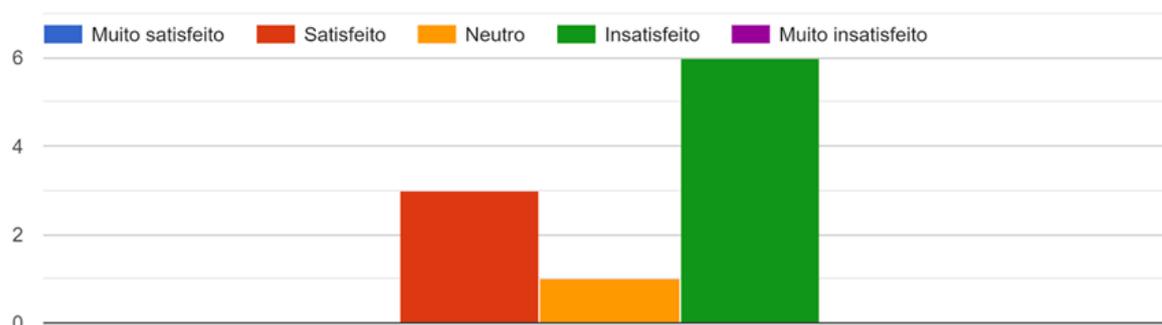
O resultado da pesquisa foi quase unânime no que se refere à importância da criatividade e o fato da mesma ser considerada tanto como um processo cognitivo quanto uma habilidade que pode ser exercitada, conforme gráfico a seguir.

Gráfico 1 - A importância da criatividade

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Para a maioria dos alunos, 70% dos respondentes do questionário, a criatividade, por ser uma habilidade, pode ser desenvolvida e aperfeiçoada, reforçando assim a afirmativa de Dourado e Davel (2022), em apontarem que o exercício da criatividade contribui de forma significativa para o seu desenvolvimento.

Alencar, Fleith (2008) apontam que inúmeros educadores, inclusive de diversos países, reconhecem a importância de ambientes que propiciem o desenvolvimento da criatividade. Corroborando com as autoras, Chim-Miki, Campos e Melo (2019) também falam sobre como os espaços de ensino das universidades podem contribuir de forma direta para o desenvolvimento da criatividade e que os atuais modelos estruturais das universidades foram considerados ultrapassados e desestimulantes. Para verificar essa afirmativa, os estudantes respondentes do questionário foram perguntados sobre o seu grau de satisfação em relação às estruturas oferecidas pela UFS e se elas contribuem para o desenvolvimento da criatividade.

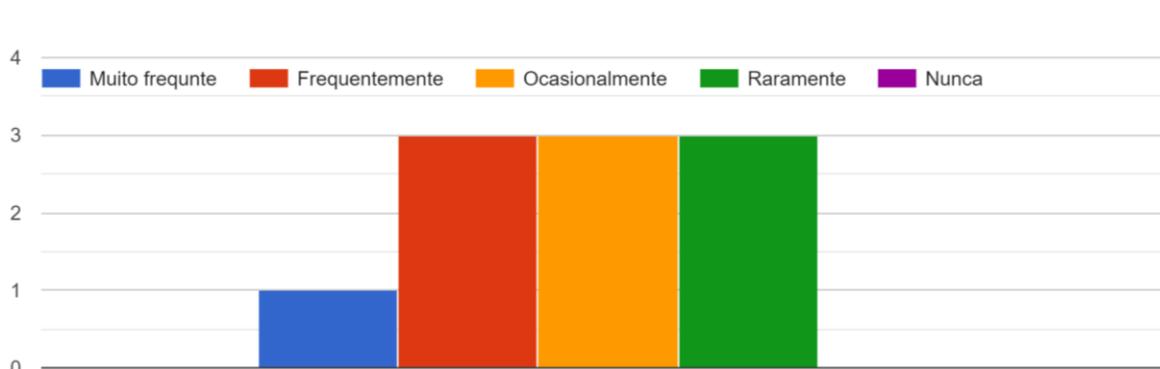
Gráfico 2- Grau de satisfação em relação às estruturas ofertadas pela UFS

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

O resultado da pesquisa encontrou um total de 60% dos estudantes insatisfeitos com os espaços oferecidos pela UFS, 30% satisfeito e 10% não esboçou opinião em relação ao assunto. O resultado da pesquisa encontrou uma concordância por parte da maioria dos estudantes em relação à afirmativa, reforçando assim o argumento apontado pelas autoras de que o ambiente contribui de forma direta para o desenvolvimento da criatividade.

Aliada ao ambiente, o uso de diferentes metodologias de ensino com o intuito de favorecer e melhorar a aprendizagem e incentivar o estudante a ser participativo tornou-se de grande valia. Ferreira e Andrade (2021) falam sobre estudos que apontam que as formas tradicionais de ensino em que o professor é o protagonista e as aulas são expositivas não surtem o efeito ideal de atingir uma turma por completo. As novas metodologias de ensino no cenário de transformação que o sistema educacional vem vivenciando, apontam que o professor precisa ser o mediador que fomenta e incentiva o estudante a ser participativo.

Quando perguntados sobre com que frequência os docentes da UFS fazem o uso das metodologias ativas, as respostas obtidas foram as seguintes: para 10% dos respondentes da pesquisa, os docentes fazem o uso das metodologias ativas com muita frequência, 30% os docentes fazem o uso de tais metodologias frequentemente, entretanto 30% apontaram que eles fazem o uso ocasionalmente e os outros 30% restante apontaram que raramente os docentes utilizam metodologias ativas. Como exemplo das metodologias ativas, os estudantes apontaram o uso da gamificação e Aprendizagem Baseada em Problemas como as mais utilizadas pelos docentes nas disciplinas.

Gráfico 3 - Frequência da utilização das metodologias ativas

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Diante do questionamento sobre as metodologias ativas, foi perguntado aos estudantes, com que frequência os docentes fazem o uso de ferramentas tecnológicas, visto que o uso de tecnologia tem colaborado para o desenvolvimento criativo dos estudantes, sejam elas nas suas mais diversas formas (tangíveis ou intangíveis). Oliveira e Cruz (2007), apontam o uso de recursos tecnológicos como uma ferramenta que possui grande valia para a inovação e que pode facilitar a comunicação entre docente e discente.

As respostas obtidas trazem que para 40% dos alunos respondentes os professores raramente fazem o uso de recursos tecnológicos, já para os 60% restante o uso desses recursos se divide de forma igualitária entre frequentemente e ocasionalmente. Entretanto, vale ressaltar que de acordo com Oliveira e Cruz (2007), o uso de ferramentas tecnológicas deve estar alinhado ao objetivo do curso e às habilidades que devem ser desenvolvidas, logo, cabe aos docentes a decisão de utilizar ou não ferramentas como: lousa interativa (*smart board*), projetores de mídia e ferramentas on-line.

O uso de diferentes metodologias aliado ao uso de recursos tecnológicos faz parte do processo de ensino-aprendizagem que contribui de forma direta para o desenvolvimento da criatividade. Para Dourado e Davel (2022b) a criatividade sustenta nas organizações o potencial inovador, além de ser a força que gera a economia criativa. Anteriormente, Chim-Miki, Campos e Melo (2019), já falavam da necessidade de desenvolver pessoas com capacidades de agregar valor econômico através da criatividade, tendo em vista que vivemos na atual era do conhecimento ou da informação em que ocorre a necessidade de criação de novos e melhores produtos ou serviços, o que necessita de resultados criativos e inovadores.

Perguntados sobre como os docentes desenvolvem a criatividade dos estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem, os estudantes expuseram suas percepções a respeito desse tema:

Aplicando o processo de aprendizagem através de pesquisas e apresentações diversas das atividades aplicadas em sala de aula.

Através de aulas em espaços diferentes, atividades dinâmicas e trabalhos em grupo.

Lidando com metodologias diferentes de ensino.

Os docentes fazem a criatividade estar presente na sala de aula ou atividades práticas quando estimulam todos os alunos a opinarem e participarem das discussões e pensar de forma grupal. A criatividade também pode ser tida com o estudo de diversos casos no qual os alunos poderiam trazer soluções ou melhorias e opiniões para suas apresentações de casos empresariais.

Através de estudos de casos, simulações de realidade e dinâmicas.

No entanto, ressalto a opinião de um estudante respondente a respeito do desenvolvimento da criatividade por meio do processo de ensino-aprendizagem.

Não consigo identificar, pois na minha opinião não é feito frequentemente.

O estudante não consegue perceber o desenvolvimento da criatividade pois as metodologias não trazem na sua aplicabilidade clareza no tratar da criatividade e normalmente podem passar despercebido aos olhos, por se tratar de uma habilidade intrínseca.

Desse modo, fica perceptível a colocação de Dourado e Davel (2021), em afirmarem que faltam métodos e profundidade analíticos que tragam a criatividade como protagonista no ensino em Administração.

No ambiente acadêmico do século XXI, os alunos exigem dos professores uma postura diferente em sala de aula. Em pesquisa realizada com alunos do ensino superior, quando questionados sobre o que despertam seus interesses nas aulas, raramente eles mencionam estratégias de ensino que tragam apenas leitura e aulas expositivas (ARAÚJO, 2014).

Sabendo da importância do desenvolvimento da criatividade dentro dos ambientes educacionais e da necessidade de formar profissionais que compreendam além das técnicas de conhecimento de sua formação, foi perguntado aos estudantes quais as disciplinas que mais contribuíram para o desenvolvimento do seu potencial

criativo, e como resposta foram apontadas 8 (oito) disciplinas. Dentre as disciplinas, algumas delas foram citadas por diferentes estudantes, como a disciplina de Marketing que recebeu 5 (cinco) indicações, a disciplina de Empreendedorismo que recebeu 3 (três), Gestão de pessoas com 2 (dois) e as demais disciplinas ficaram com uma indicação cada, sendo elas: Ética e Responsabilidade social, Introdução a Administração, Logística, Produção e Operações e Tópicos Especiais em Administração.

Nakano (2018) fala sobre investigar as concepções dos alunos e professores acerca do desenvolvimento da criatividade enquanto habilidade e como eles entendem a importância da criatividade para o contexto educacional. Seguindo essa ideia de investigação apontada pelo autor, foi perguntado aos estudantes, o que poderia ser adicionado ou modificado no processo de ensino-aprendizagem do curso para contribuir com habilidades necessárias para o desenvolvimento da criatividade.

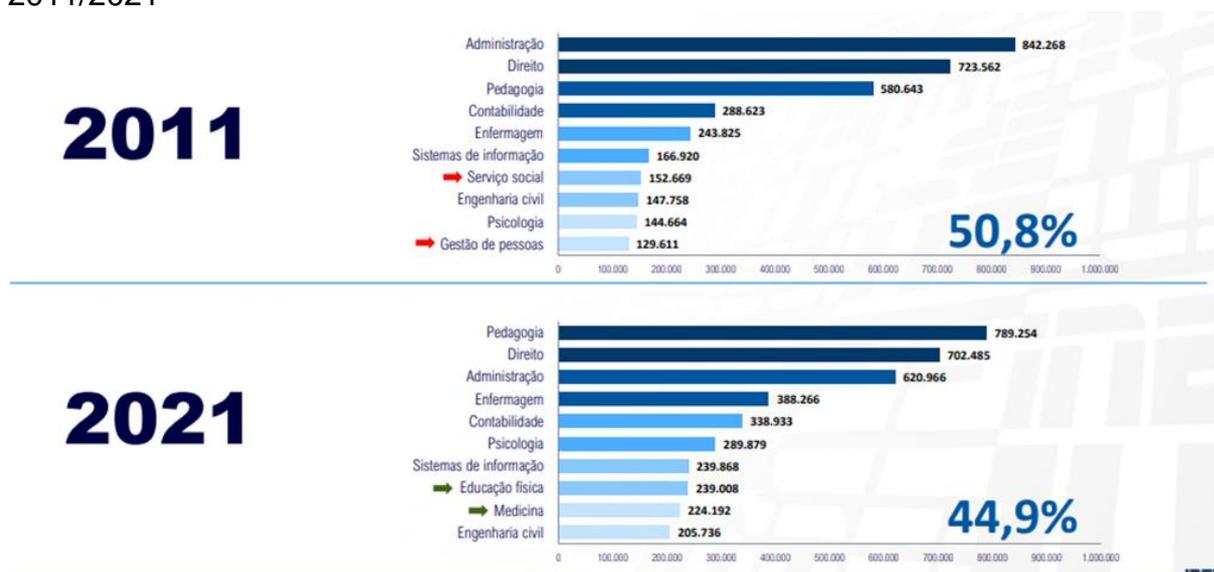
As respostas encontradas fortalecem o que foi dito por Ferreira e Andrade (2021), quando afirmaram que os tradicionais métodos de ensino precisam ser reavaliados/substituídos por métodos que pautem o estímulo dos estudantes e busquem o entendimento sobre a sua forma de aprendizagem. Os alunos respondentes apontaram diversas mudanças, como: mudanças metodológicas, o uso de estudos de caso, a realização de visitas técnicas, ênfase no ensino mais prático e inclusive mudanças nas estruturas da universidade.

4.3 FORMAÇÃO DOS ESTUDANTES E A CRIATIVIDADE NO ENSINO-APRENDIZAGEM

A carreira dos profissionais de Administração tem tido um destaque dentro da sociedade nos últimos anos (DE SOUZA; GERHARD; BRITO, 2018). A crescente escolha dessa profissão é reafirmada pela quantidade de alunos matriculados no curso no ano de 2021, chegando a 620.966 estudantes.

O gráfico a seguir foi extraído do portal do Ministério de Educação e Cultura (MEC) (2022), em que é apresentado a colocação do curso de Administração por gênero.

Gráfico 4 - Os 10 Maiores Cursos de Graduação em Número de Matrículas - Brasil 2011/2021



Fonte: Portal MEC/Inep (2023).

Diante deste cenário e da importância que o profissional de Administração possui para qualquer organização, formar um profissional com capacidades que atendam às necessidades e instabilidades do mercado é de suma importância, pois como citado por De Araujo e Davel (2019), formar administradores é formar futuros profissionais que serão responsáveis pelo crescimento econômico e transformação social de um país.

Em face desse contexto Chim-Miki, Campos e Melo (2019), apontam que a criatividade vem despontando como um recurso econômico crítico e como o motor de diferentes setores da economia, pois segundo Alencar e Fleith (2008), a capacidade de pensar de forma criativa associada a atributos individuais, contribui para que o indivíduo tenha a capacidade de resolver problemas gerados pela complexidade do atual momento histórico que vivenciamos.

Tendo em vista que a criatividade é uma habilidade diferencial na formação dos profissionais de Administração, foi perguntado aos graduandos o quanto eles se consideram criativos.

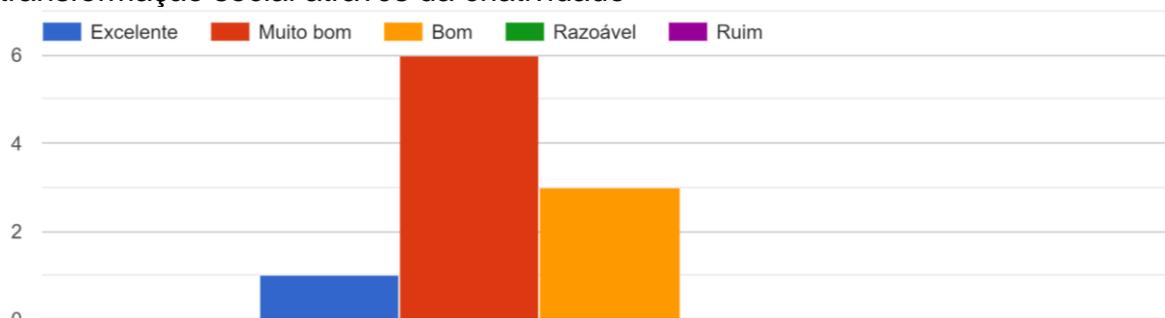
Foi utilizada uma escala numerada de 1 (um) a 5 (cinco) para que o estudante classificasse o seu nível de criatividade, onde, 1 representava pouco, 2 de algum modo, 3 mais ou menos, 4 consideravelmente e 5 representa muito.

Diante das respostas obtidas, é possível notar que dos estudantes respondentes nenhum se considera pouco criativo, 1 (um) se considera de algum

modo criativo, 4 (quatro) se consideram mais ou menos criativo, quanto aos demais, 4 (quatro) se consideram consideravelmente criativo e 1 (um) se considera muito criativo.

Ainda, segundo Dourado e Davel, (2021) na formação dos profissionais em administração busca-se criar futuros líderes e cidadãos globais que se tornarão agentes do crescimento econômico e transformação social. Baseado nesse contexto foi perguntado aos estudantes como eles avaliam a própria capacidade de gerar valor econômico e transformação social através da criatividade.

Gráfico 5 - Percepção da própria capacidade de gerar valor econômico e transformação social através da criatividade



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Nas respostas obtidas 60% dos estudantes consideram muito boa a sua capacidade de gerar valor econômico através da criatividade, 30% consideram boa e 10% consideram excelente. As respostas encontradas apontam que os estudantes trazem consigo confiança no que diz respeito às suas capacidades criativas.

Sendo assim, considerando a criatividade habilidade essencial para o século XXI, por contribuir positivamente e favorecer o potencial humano (NAKANO; WECHSLER, 2018) além de ser considerada competência crítica para fazer a ponte necessária entre o que os estudantes de Administração aprendem e as habilidades necessárias para empreender, atuar e gerenciar organizações, foi questionado aos estudantes se de acordo com o conhecimento adquirido ao longo de sua formação, eles se consideram aptos para o mercado de trabalho.

Foi utilizado uma escala numerada de 1 (um) a 5 (cinco) para que o estudante classificasse o quanto se considerava apto para o mercado de trabalho, onde, 1 representava pouco, 2 de algum modo, 3 mais ou menos, 4 consideravelmente e 5 representa muito.

As respostas obtidas apontam que todos os estudantes se sentem aptos para o mercado de trabalho, entretanto apenas 20% dos estudantes se sentem muito aptos, quanto aos demais estudantes, 30% se sentem consideravelmente preparados, 30% se sentem mais ou menos aptos e os 10% restantes se sentem de algum modo apto.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa teve como objetivo compreender como o curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe (UFS) desenvolve a criatividade dos estudantes por meio do processo de ensino-aprendizagem. Com isso, evidenciou-se a deficiência na inserção da criatividade no curso de Administração na UFS.

Por meio desta pesquisa, foi possível observar que o curso de graduação da UFS ainda necessita conciliar de forma harmoniosa a relação entre teoria e prática, visto que não foi possível identificar com clareza como está ocorrendo esse processo de desenvolvimento da criatividade dentro do processo de ensino-aprendizagem.

O resultado da presente pesquisa se mostra benéfico para a área de ensino-aprendizagem em Administração, pois contribui de forma considerável na formação acadêmica e profissional dos futuros Administradores. Além de contribuir de forma direta com a ampliação de trabalhos que relacionam a criatividade e o ensino em Administração, tendo em vista a lacuna encontrada e a existência de poucos trabalhos relacionando a criatividade e o ensino em Administração.

Os achados da presente pesquisa têm o objetivo de estimular os estudantes a buscarem mais conhecimento a respeito do que está inserido no PPC do curso, para que possam analisar se o que está sendo transmitido está de acordo com a normativa.

Apesar do presente trabalho apontar somente o desenvolvimento da criatividade dentro do processo de ensino-aprendizagem, pois ser criativo faz parte das habilidades que o profissional de Administração deve possuir, na tratativa do desenvolvimento da criatividade a pesquisadora apresenta processos metodológicos que podem contribuir não somente com o desenvolvimento da criatividade, mas também, com o desenvolvimento de outras habilidades. No processo de análise dos dados, foi possível perceber, que alguns estudantes não possuem um conhecimento aprofundado sobre como ocorre o processo de ensino-aprendizagem, pois eles apresentaram respostas curtas e desconexas sobre o tema.

Perante o exposto, vale ressaltar que esta pesquisa traz somente a análise dos discentes a respeito do desenvolvimento da criatividade, entretanto a opinião dos estudantes é apenas um ponto de vista dentre todos os personagens que fazem parte do ciclo do processo de ensino-aprendizagem. Uma outra visão que também poderia ser analisada devido a importância que possui dentro desse processo educacional é a do docente, pois os professores trazem consigo uma maior experiência, visto que

possuem toda a vivência de serem figuras centrais no processo de ensino-aprendizagem e já vivenciaram a experiência de terem sido estudantes no passado.

Diante disso, é de suma importância que haja uma revisão estrutural dos documentos que norteiam o curso de Administração, pois este não trata com clareza como a criatividade pode ser desenvolvida e qual a sua essencialidade dentro do curso. Além disso, os personagens que fazem parte do processo de ensino-aprendizagem também podem assumir o papel de reduzir essa lacuna, seja abrindo espaço para o diálogo ou buscando uma troca de experiência com instituições que já tratam a criatividade como parte essencial do processo de ensino.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Bernardo; CORREIA, Walter; CAMPOS, Fábio. Uso da escala likert na análise de jogos. **Salvador: SBC-Proceedings of SBGames Anais**, v. 7, n. 2, 2011.
- ALENCAR, Eunice ML; FLEITH, Denise de Souza. Barreiras à promoção da criatividade no ensino fundamental. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 24, p. 59-65, 2008.
- ALMEIDA, Jefferson; ANGELI, Alessandra; SANTOS, Ricardo. As metodologias ativas e a educação do século XXI. **Revista Conexão na Amazônia**, v. 2, n. 3, p. 6-27, 2021.
- ARAÚJO, Guilherme Diniz *et al.* **As implicações da utilização do método de caso para ensino na prática reflexiva de alunos de graduação em administração**. 2014.
- BABBIE, E.; Métodos de Pesquisas em *Survey*. Belo Horizonte-MG: **Editora UFMG**, 2003.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edição 1. São Paulo: Edições 70, 2011. p 32-52.
- BEZERRA, Cecília Oliveira; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Inovações Educacionais na Administração: Panorama e Perspectivas para a pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**, v. xx, 2022.
- BRUNO-FARIA, M. F., VEIGA, H. M. S., & MACEDO, L. F. (2008). Criatividade nas organizações: Análise da produção científica nacional em periódicos e livros de Administração e Psicologia. **Revista de Psicologia das Organizações e do Trabalho**, 8(1), 142-163. Recuperado de <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-591499>.
- CANOPIF, Liliane *et al.* Prática docente no ensino de administração: analisando a mediação da emoção. **Organizações & Sociedade**, v. 25, p. 371-391, 2018.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. Metodologia científica. 2007.
- CHIM-MIKI, Adriana Fumi; CAMPOS, Danieli Barbosa; DE MELO, Lucia Silva Albuquerque. Definindo espaços de educação criativa no Ensino Superior de Administração através de mecanismos de cocriação de valor. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 20, n. 2, p. 362-401, 2019.
- COLBARI, A. A análise de conteúdo e a pesquisa empírica em psicologia. In E. M. Souza (Org). **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional**. 2014. p. 241-274
- DE SOUZA, Lucas Lopes Ferreira; GERHARD, Felipe; BRITO, Eliane Pereira Zamith. Desafios na formação de profissionais em Administração no Brasil. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 1, p. 1-31, 2018.
- DA SILVA, Anielson Barbosa *et al.* Dimensões de um sistema de aprendizagem em ação para o ensino de administração. **Administração: ensino e pesquisa**, v. 13, n. 1, p. 11-46, 2012.

DE ARAUJO, Gracyanne Freire; DAVEL, Eduardo Davel Paes Barreto. Educação empreendedora pela experiência: o caso do festival de artes empreendedoras em Itabaiana. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 8, n. 1, p. 176-200, 2019.

DE OLIVEIRA LACERDA, Rogério Tadeu; BERNARDES, Mayara Lucia; DOS SANTOS SIMON, Bianca. Aspectos Críticos na Aprendizagem pela Ação: Resultados da Integração entre Universidade e Startups Catarinenses. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 21, n. 2, p. 116-146, 2020.

DOURADO, Pérola Cavalcante; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Criatividade como prática: Perspectivas e desafios para a pesquisa em administração. **Revista de Administração de Empresas**, v. 62, 2022a.

DOURADO, Pérola Cavalcante; DAVEL, Eduardo Paes Barreto; VLAD, Petre Glaveanu. Criatividade, Improvisação teatral e Educação em Administração. **Revista de Administração de Empresas**, v. xx, 2022b.

DOURADO, Pérola Cavalcante; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Criatividade no Ensino-Aprendizagem em Administração: Necessidades e desafios. **Revista de Administração de Empresas**, v. xx, 2021.

FIELDS, Ziska; ATIKU, Sulaiman Olusegun. Management education and creativity. In: **Innovation and shifting perspectives in management education**. IGI Global, 2017. p. 33-57.

FINI, Maria Inês. Inovações no ensino Superior. Metodologias inovadoras de aprendizagem e suas relações com o mundo do trabalho: desafios para a transformação de uma cultura. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 1, p. 176-183, 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC. Apostila. 2002.

FERRARINI, Rosilei; BEHRENS, Marilda Aparecida; TORRES, Patrícia Lupion. Metodologias ativas e portfólios avaliativos: o que dizem as pesquisas no Brasil sobre essa relação?. **Educação em Revista**, v. 38, 2022.

FERREIRA, Renan Silva; ANDRADE, Maria Rickaely. As metodologias ativas na percepção dos docentes e discentes do curso de administração e economia da UAST/UFRPE. **Revista Gestão em Análise**, v. 10, n. 3, p. 48-61, 2021

FULLAN, Michael; QUINN, Joanne; MCEACHEN, Joanne. **Deep learning: Engage the world change the world**. Corwin Press, 2017.

GIL, Antonio Carlos; VERGARA, Sylvia Constant. Tipo de pesquisa. **Universidade Federal de Pelotas. Rio Grande do Sul**, 2015.

JAMES, Molly A. *et al.* Managing the classroom for creativity. **Creative Education**, v. 6, n. 10, p. 1032, 2015.

MARQUES, Marconi Urquiza E. Denilson Bezerra. **Análise de conteúdo**. Clube de Autores, 2021.

MASETTO, M. **Innovation in higher education**, Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.8, n.14, p. , set.2003-fev.2004.

MINEIRO, Márcia. Pesquisa de survey e amostragem: aportes teóricos elementares. **Revista de Estudos em Educação e Diversidade-REED**, v. 1, n. 2, p. 284-306, 2020.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Censo da Educação Superior 2021**. Divulgação dos Principais Resultados, 2021. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2021/a_presentacao_censo_da_educacao_superior_2021.pdf. Acesso em 12 de junho de 2023.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **RESOLUÇÃO Nº 5, DE 14 DE OUTUBRO de 2021**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=212931-rces005-21&category_slug=outubro-2021-p Acesso em: 06 de julho de 2023

NAKANO, Tatiana de Cassia. A criatividade pode ser medida?: Reflexões sobre métodos utilizados e questões envolvidas. **Arquivos brasileiros de Psicologia**, v. 70, n. 1, p. 128-145, 2018.

NAKANO, Tatiana de Cassia; WECHSLER, Solange Muglia. Creativity and innovation: Skills for the 21 st Century. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, v. 35, p. 237-246, 2018.

OLIVEIRA, Fátima Bayma de; CRUZ, Francisca de Oliveira. Revitalizando o processo ensino-aprendizagem em administração. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 5, p. 01-13, 2007.

PEREIRA, João Manuel do Freixo *et al.* Estilos de aprendizagem dos alunos de administração: Um estudo empírico aplicado em Instituições de Ensino Superior Portuguesas. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 21, p. 348-384, 2020.

SAKAMOTO, Cleusa Kazue. Criatividade: uma visão integradora. **Revista Psicologia: teoria e prática**, v. 2, n. 1, p. 50-58, 2000.

TASHAKKORI, A.; TEDDLIE, C. Putting the human back in "Human Research Methodology": the researcher in mixed. **Journal of Mixed Methods Research**, v. 4, n. 4, p.271-277, 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE. **Resolução nº 69, de 24 de setembro de 2012**. Aprova alterações no Projeto Pedagógico dos Cursos de Graduação em Administração, Bacharelado, Cidade Universitária Prof. Aloísio de Campos, e outras providências. São Cristóvão: Conselho de ensino, Pesquisa e Extensão, 2012. Disponível em: https://www.sigrh.ufs.br/sigrh/public/colegiados/filtro_busca.jsf. Acesso em: 02 de junho de 2023.

APÊNDICES A - Pesquisa de levantamento (Survey)

26/06/2023, 08:52

Pesquisa de levantamento (Survey)

Pesquisa de levantamento (Survey)

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- masculino
- Feminino
- Outro: _____

2. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 18 anos a 29 anos.
- 30 anos a 49 anos.
- 50 anos ou mais.

3. 1) Considere a seguinte afirmativa: "A aprendizagem da criatividade é apontada tanto como um processo cognitivo quanto uma habilidade, que pode ser exercitada" (DOURADO; DAVEL, 2022). *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Concordo plenamente	Concordo	Neutro	Discordo	Discordo plenamente
Quanto você concorda com a afirmativa acima?	<input type="radio"/>				

26/06/2023, 08:52

Pesquisa de levantamento (Survey)

4. 2) Sendo a criatividade uma habilidade diferencial na formação de futuros gestores, quanto você se considera criativo? *

Marcar apenas uma oval.

Pouco

1

2

3

4

5

Muito

5. 3) "Na formação dos profissionais em administração busca-se criar futuros líderes e cidadãos globais que se tornarão agentes do crescimento econômico e transformação social" (DOURADO; DAVEL, 2021). *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Excelente	Muito bom	Bom	Razoável	Ruim
Como você avalia a sua capacidade de gerar valor econômico e transformação social através da criatividade?	<input type="radio"/>				

26/06/2023, 08:52

Pesquisa de levantamento (Survey)

6. 4) Alguns autores (CHIM-MIKI; CAMPOS; MELO, 2019) apontam que os espaços de ensino das universidades foram considerados ultrapassados e desestimulantes para a criatividade. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito satisfeito	Satisfeito	Neutro	Insatisfeito	Muito insatisfeito
Qual o seu grau de satisfação quanto aos espaços oferecidos pela UFS para o desenvolvimento da criatividade no curso de Administração?	<input type="radio"/>				

7. 5) Para Ferreira e Andrade (2021) o uso de diferentes métodos de ensino com o intuito de melhorar a aprendizagem e incentivar o estudante a ser participativo tornou-se de grande valia. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito frequente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Com que frequência os docentes do curso de Administração da UFS utilizam metodologias ativas?	<input type="radio"/>				

26/06/2023, 08:52

Pesquisa de levantamento (Survey)

8. 6) Com que frequência os docentes do curso de Administração da UFS fazem uso de ferramentas tecnológicas? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito frequente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
.	<input type="radio"/>				

9. 7) A criatividade é considerada competência crítica para fazer a ponte necessária entre o que os estudantes de administração aprendem e as habilidades necessárias para empreender, atuar e gerenciar organizações do século XXI. De acordo com o conhecimento adquirido ao longo de sua formação, o quanto você se considera apto para o mercado de trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

Pouco

1

2

3

4

5

Muito

10. 8) Como os docentes desenvolvem a criatividade no processo de ensino-aprendizagem? *

26/06/2023, 08:52

Pesquisa de levantamento (Survey)

11. 9) Diante da importância da criatividade dentro do ambiente educacional e da necessidade de formar profissionais capazes de compreender além das técnicas de conhecimento da sua formação, quais disciplinas mais contribuíram para o desenvolvimento do seu potencial criativo? *
-

12. 10) O que poderia ser modificado/adicionado no processo de ensino-aprendizagem do curso para contribuir com habilidades necessárias para o desenvolvimento da criatividade? *
-

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários