

## **Práticas pedagógicas: a aplicação da metodologia *webquest* na disciplina de Administração Industrial e Marketing**

Eduardo Ribeiro Rodrigues<sup>1</sup>

### **Relato de Experiência**

O envolvimento do aluno em atividades de pesquisa e a metodologia de ensino utilizada pelos docentes em sala, são temas bastante discutidos no meio acadêmico.

Buscando contribuir com essa discussão, foi proposto uma atividade aos alunos do curso de Tecnologia de Alimentos, matriculados na disciplina de Administração Industrial e Marketing, utilizando a metodologia *Webquest*. A atividade foi desenvolvida entre os dias 26/08/2016 a 30/09/2016.

Segundo MEC (2016), a *Webquest* é uma atividade investigativa onde as informações com as quais os alunos interagem provêm da internet, ou de outros recursos que podem ser livros, vídeos e mesmo entrevista com pessoas.

Funciona como uma pesquisa orientada, na qual o professor por meio de informações autênticas favorece aos seus alunos a criatividade, a aprendizagem cooperativa e colaborativa, estimula o pensamento crítico, a participação ativa, e o confronto de ideias, além de promover a pesquisa como relevante aliada na construção do conhecimento (SILVA, 2016).

Por meio dessa metodologia, os alunos elaboraram uma pesquisa voltada para a área de Marketing, especificamente no desenvolvimento de uma embalagem e de uma propaganda de um produto alimentício.

Essa metodologia foi escolhida por utilizar como recurso principal a internet, aumentando a interatividade dos alunos, cada vez mais conectados no mundo virtual, com o conhecimento técnico ensinado em sala de aula.

Outro ponto em relação a escolha dessa metodologia, é a simplicidade de sua utilização. A *Webquest* segundo Dias (2015), é um modelo extremamente simples e rico para dimensionar usos educacionais da Web, com fundamento em aprendizagem cooperativa e processos investigativos na construção do saber.

A primeira etapa envolveu a sensibilização dos alunos em relação à atividade. Por meio de uma aula expositiva, foram apresentados os objetivos, as etapas e o cronograma do projeto. Os alunos foram orientados a formar grupo de no máximo quatro pessoas.

A execução do trabalho foi orientada de acordo com as etapas de elaboração de uma *Webquest*, descritas a seguir:

a) Apresentação da Tarefa:

- Elaboração de um produto alimentício, dentro das seguintes categorias: Carnes, Pescados e Derivados, Sucos e Bebidas, Cereais, Amidos e Derivados, Leites e Derivados;
- Pesquisar os sites e bibliografia indicados, de modo a entender os temas relacionados a embalagens, publicidade e propaganda (comunicação);
- Pesquisar outras embalagens e propagandas de produtos disponíveis no mercado, relacionados ao tipo de produto que o aluno está desenvolvendo;
- Elaborar uma embalagem para o produto;
- Desenvolver uma publicidade do produto, por meio de um vídeo de até 30 segundos e por meio de mídia impressa (cartaz ou folheto).

b) Processo:

Etapa 1: cada grupo entregou um relatório contendo a teoria sobre embalagens, publicidade e propaganda pesquisados nas fontes sugeridas, contendo:

- Conceitos, importância e forma de apresentação de embalagem, do ponto de vista técnico e de publicidade.
- Conceitos, objetivos, tipos de mídia, promoção de vendas, relacionados a Publicidade e Propaganda.

Nessa etapa a orientação foi realizada via e-mail, onde os alunos mandavam dúvidas pontuais sobre o relatório. Foram explicadas a importância das fontes de pesquisa e que se fosse utilizada outra fonte diferente das sugeridas previamente, que eles citassem no trabalho. Além das fontes foi explicado como deveria ser apresentado o trabalho (capa e organização dos tópicos). Nessa etapa os trabalhos não ficaram muito bons. Em seguida, os relatórios corrigidos foram devolvidos, corrigidos e com diversas observações, onde foi solicitado uma nova versão, seguindo as recomendações sugeridas.

Etapa 2: os grupos apresentaram de três a cinco embalagens e propagandas de produtos concorrentes aos produtos que foram desenvolvidos. A apresentação foi por meio de data show e apresentação de vídeos.

Cada grupo explicou os pontos fortes e fracos percebidos nas embalagens e propagandas dos concorrentes.

O desempenho dos alunos nessa etapa foi bem superior a primeira. Os slides ficaram bem feitos e todos conseguiram atingir o objetivo proposto de criticar a embalagem e a propaganda dos concorrentes dos produtos desenvolvidos.

Etapa 3: Apresentação final do produto. Durante a aula, cada grupo fez a apresentação, de aproximadamente 20 minutos, do seu trabalho. Foram apresentados:

- Características do produto desenvolvido
- Características da embalagem: formato, cor e informações nutricionais.
- Logomarca do produto desenvolvido
- A propaganda de cada produto. Todos os grupos fizeram um vídeo, simulando uma propagando do seu produto.

Foram apresentados cinco produtos. Abaixo, segue um breve resumo de cada produto e uma foto tirada no momento da apresentação de cada grupo:

Produto 1: Cerveja de amora: cerveja desenvolvida a base de amora, sendo o público consumidor, frequentadores de casas noturnas (“baladas”). Nome do produto “*Agit*”.

**Foto 1:** apresentação do produto “*Agit*” (cerveja de Amora)



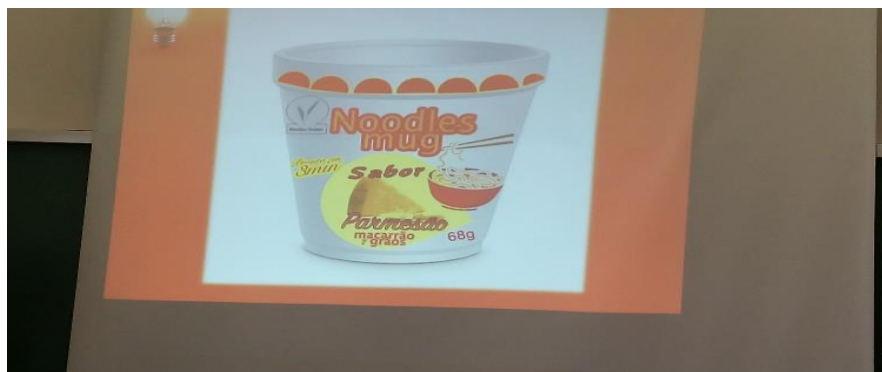
Produto 2: Leite com Morango: composto de duas embalagens, sendo uma com leite e uma com fermentado de morango, sendo o público consumidor, as crianças. Nome da marca “*Animal’s Milk*”.

**Foto 2:** apresentação do produto “*Animal’s Milk*” (leite com morango)



Produto 3: Macarrão instantâneo integral: produzido com grãos e farinha integral, de modo a atingir o consumidor que precisa de um alimento de rápido preparo, mas também preocupado com uma alimentação saudável. Nome do produto “*Noodles Mug*”.

**Foto 3:** apresentação do produto “*Noodles Mug*” (macarrão integral instantâneo)



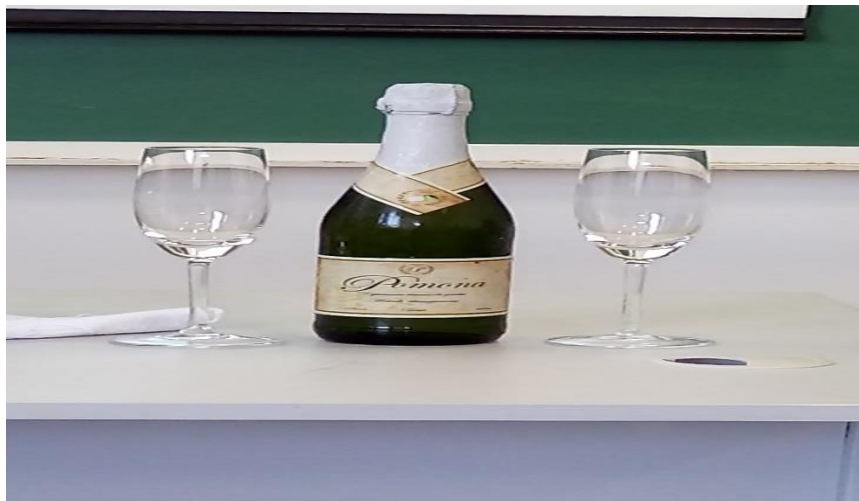
Produto 4: *Sorbet* de frutas: sorvete de frutas, parecido com uma raspadinha, com calda de morango. Nome do produto “*Sorbet & Cia.*”

**Foto 4:** apresentação do produto “Sorbet & Cia” (sorbet de frutas)



Produto 5: Espumante de Goiaba: bebida feita a base de goiabas brancas e vermelhas.

**Foto 5:** apresentação do produto “Pomona” (espumante de goiaba)



**Foto 5:** Embalagem dos produtos apresentados





c) Avaliação

O trabalho foi avaliado por etapas, com valor de 10 pontos cada atividade desenvolvida.

- Etapa 1 (Peso: 30%): foi avaliada a profundidade da pesquisa, o número de fontes utilizadas, o entendimento sobre o tema, coesão textual e a apresentação.
- Etapa 2 (Peso 30%): foi avaliada a análise crítica dos membros do grupo sobre as embalagens e propagandas dos concorrentes do produto do grupo.
- Etapa 3 (Peso 40%): foi avaliada a qualidade da embalagem e da publicidade, com base na teoria apresentada na Etapa 1 e comparada com os concorrentes da Etapa 2 e avaliada do ponto de vista do consumidor (outros alunos do curso).

### **Considerações Finais**

A lição aprendida com essa atividade, foi a importância do planejamento de uma atividade prática, desenvolvida em etapas, com a utilização de pesquisa bibliográfica, pesquisa na internet e desenvolvimento de vídeos.

Mostrou também, com base nos relatos dos alunos, que esse tipo de atividade motiva e cria maior interesse do aluno pela disciplina.

Na etapa 1, a maior parte dos alunos buscaram somente fontes de sites (internet) e apenas um grupo pesquisou as obras sugeridas. Nesse sentido, foi orientado aos alunos que buscassem a pesquisa também em livros especializados no assunto e que as fontes pesquisadas pela internet, diferentes das sugeridas, devem ser bem escolhidas e verificadas sua origem e validade.

Na etapa 2, os alunos apresentaram de forma criativa e sistemática (começo, meio e fim) a embalagem e publicidades de outros produtos, considerados concorrentes ao produto que eles estão desenvolvendo. Todos apresentaram suas opiniões a respeito dos pontos fracos e pontos fortes identificados nas embalagens e nas publicidades e sugestões de pontos que podem ser melhorados.

Mas na etapa 3 os alunos mostraram muita criatividade e envolvimento dos grupos. Todos criaram vídeos com as propagandas de seus produtos, utilizando gravação de câmeras fotográficas ou smartphones e programas de elaboração de vídeos, como *Cantasia*. Quanto as



embalagens, também todos foram muito criativos. As marcas desenvolvidas estavam alinhadas com o público consumidor de cada produto. E dois grupos ainda levaram seus produtos para todos os alunos da classe provarem (*sorbet* e leite com morango).

As propagandas foram compartilhadas na página do Facebook do campus da instituição. Foi solicitado que as pessoas comentassem os vídeos, do ponto de vista de possíveis consumidores de cada produto.

A atividade inspirou a desenvolver essa metodologia em outras disciplinas, não somente nos cursos de graduação, mas também nos cursos de extensão.

### **Referências bibliográficas**

DIAS, M.A.A. **O uso da webquest como interface pedagógica no processo de formação docente.** Anais do Congresso de Inovação Pedagógica em Arapiraca. Arapiraca, Ano 1 v. 1 n. 1, p. 62-73, maio 2015.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (MEC). **Recursos da Internet para Educação.** 2016. Disponível em: <http://webeduc.mec.gov.br/webquest/> Acesso em: 02. 09.2016.

SILVA, S. **A metodologia webquest como pesquisa orientada na produção de aulas de matemática.** Cadernos da Pedagogia. Simpósio Internacional de Educação a Distância, São Carlos, 2016.