

**CRIANDO UM SERVIÇO DE ALTO ENVOLVIMENTO: A cocriação no programa de administração como ferramenta de compartilhamento de conhecimento acadêmico.**

**ALEXANDRE LUZZI LAS CASAS**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

**SANDRA MARIA DA SILVA**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

**CAMILA ANANIAS CARDOSO**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

**VICENTE ARGENTINO NETTO**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

CRIANDO UM SERVIÇO DE ALTO ENVOLVIMENTO: A cocriação no programa de administração como ferramenta de compartilhamento de conhecimento acadêmico.

## 1. DESCRIÇÃO DO CASO

### 1.1 Introdução

O ensino universitário é uma expressiva etapa para qualificar profissionais e educadores. Os alunos que terminam um curso de graduação têm duas grandes áreas para continuar seus estudos na pós-graduação *lato sensu* ou *stricto sensu*. A primeira compreende cursos voltados para alguma especialização e, geralmente, são procurados por profissionais que já atuam no mercado de trabalho e desejam aprofundar seus conhecimentos em determinado campo. Por outro lado, há os cursos de pós-graduação destinados a preparar os alunos para o ensino e pesquisa, o mestrado e doutorado acadêmicos considerados *stricto sensu*. Há também o mestrado e doutorado profissionais, que visam preparar o aluno para ambos segmentos, tanto acadêmico como profissional.

Com o objetivo de manter a excelência acadêmica da pós-graduação *stricto sensu* no Brasil, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação do Ministério da Educação (MEC), desempenha o papel de controle e avaliação dos cursos oferecidos pelas instituições de ensino superior em 49 áreas de conhecimento. O sistema de avaliação é quadrienal e dividido em dois processos distintos, que se referem à entrada e à permanência dos cursos de mestrado e doutorado.

A CAPES, na avaliação do último quadriênio, utilizou como parâmetro da avaliação um conjunto de cinco critérios: “Proposta do Programa” (Aderência com a área de concentração, planejamento e infraestrutura), “Corpo Docente” (Perfil, titulação e participação em eventos), “Corpo Discente, Teses e Dissertações” (Quantidade, distribuição e qualidade da produção), “Produção Intelectual” e “Inserção Social”, a avaliação da CAPES distribui os programas de pós-graduação entre notas 3 (regular), 4 (bom) e 5 (muito bom), sendo que neste último destaca-se programas excelentes, com notas 6 e 7, que constituem referências para as suas áreas de conhecimento (Fonte: Site CAPES).

No entanto, há propostas de mudanças para os próximos quadriênios para um modelo de avaliação com 5 dimensões, consistindo em “Formação de Pessoal” (sucesso na formação de mestres e/ou doutores, atratividade do curso, satisfação dos alunos etc), “Pesquisa” (regularidade e impacto nas produções científicas), “Inovação” (sociais, culturais, projetos, produtos ou processos), “Impacto na Sociedade” (impactos sociais, econômicos, ambientais e tecnológicos) e “Internacionalização” (relevância da produção em cooperação internacional).

A principal característica do sistema da CAPES é ser aplicado por pares (comissão de especialistas da área de conhecimento), com base em informações anuais públicas registradas pelos coordenadores dos cursos de pós-graduação na plataforma comum ao Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG), a Plataforma Sucupira. Os relatórios, então, são analisados pela Comissão de Área (CA), num esforço concentrado de análise comparativa da evolução e do estado da arte em cada área de conhecimento e, posteriormente, revisado pelo Conselho Técnico Científico do Ensino Superior (CTC-ES), que integra todas as áreas de conhecimento.

O foco do caso de ensino em questão é o curso de pós-graduação *stricto sensu* em Administração em uma instituição de São Paulo, a Universidade X<sup>1</sup>. O texto relata a trajetória da coordenação do programa na identificação de ofensores na qualidade do curso, após o rebaixamento na nota do curso pela CAPES, e a criação do programa de “Auxílio à produção científica”, com o objetivo de alavancar a produção intelectual acadêmica. Destaca-se a

---

<sup>1</sup> Nome fictício por questões éticas.

solução colaborativa produzida através de cooperação intra áreas e entre docentes e discentes, além de elementos de gestão estratégica e cocriação.

## **1.2 O problema**

Fundada na década de 40, a universidade X é uma instituição tradicional e de renome com consolidado desenvolvimento acadêmico e comunitário, que conta com vários cursos em níveis de graduação, pós-graduação *lato* e *stricto sensu*, além de uma diversidade de cursos de atualização.

Nas avaliações da CAPES o curso de mestrado em Administração apresentava nota 4 consistentemente desde 2004, porém na avaliação de 2017 foi classificada com nota 3, o que surpreendeu os coordenadores e professores do programa.

Foi identificado que houve uma grande quantidade de produções publicadas, porém somente alguns conseguiram divulgá-las em periódicos de alto impacto. Sendo assim, o total das publicações não atingiu as medianas do critério “Produção Intelectual” do sistema de avaliação da CAPES, impactando na nota final do programa. Convém mencionar que a classificação de 2017 ocorreu num período de mudança dos critérios para avaliação da produção científica e, por isso, surpreendeu o grupo, que buscou se adequar rapidamente para a nova política.

## **1.3 Definição da solução**

Na Universidade X a coordenação do programa é trocada a cada dois anos. A nova gestão, que assumiu o período seguinte ao rebaixamento, estipulou como objetivo principal corrigir todos os pontos que podiam ser melhorados com base no relatório do quadriênio anterior e dar um forte foco para a produção científica.

Geralmente os cursos de doutorado exigem que os alunos tenham um envolvimento maior em pesquisas e publicações científicas, em comparação com os cursos de mestrado, que tem uma duração mínima de 1 ano e meio (18 meses) e máxima de 2 anos e meio (30 meses). Portanto, o desafio para a nova coordenação passou a ser o de envolver, motivar e estimular a participação dos mestrandos em eventos e atividades da faculdade, principalmente na elaboração de artigos científicos nestes períodos.

O primeiro passo foi identificar os empecilhos para a produção deste grupo de alunos. Através de reuniões com representantes de sala de todas as disciplinas, a coordenação levantou que, muitas vezes, o pesquisador iniciante desiste de seguir adiante devido à dificuldade em encontrar os elementos para a pesquisa, escrita e publicação. Da definição do tema até o periódico ou evento até onde submeter o artigo, o enorme volume de informações e a dispersão das fontes atrapalhava o processo de produção e submissão dos ingressos no curso.

Em parceria com os alunos, a equipe de coordenação passou a analisar estratégias para a solução do problema identificado. Percebeu-se que a oferta de um roteiro estruturado em etapas, oferecido num único local, esclareceria muitas dúvidas iniciais e poderia estimular os alunos a produzirem mais e melhor. Assim, surgiu a proposta de construir uma plataforma técnica que ajudasse o pesquisador a elaborar pesquisas e artigos científicos.

Portanto, o objetivo da criação da plataforma foi oferecer um novo serviço para a faculdade de Administração que facilitaria a pesquisa e sua comunicação, mais precisamente na produção de artigos. O público-alvo da plataforma não seriam apenas os estudantes dos cursos de pós-graduação em Administração. A plataforma poderia ser utilizada por qualquer outra instituição, já que todas necessitam a prática de pesquisa, além de todos os alunos de graduação que também poderiam ser beneficiados na produção de pesquisas em TCCs, PIBIC (iniciação científica) entre outros. Nesse sentido, foi definido que o público-alvo para a criação da plataforma seria todos os alunos universitários, tanto da graduação como pós-graduação e de todas as áreas de conhecimento.

O conteúdo oferecido deveria apresentar todas as etapas para a elaboração e publicação de trabalhos científicos, de forma que o usuário pudesse consultar informações de cada uma separadamente, a depender da necessidade do trabalho a ser desenvolvido. Para este propósito, definiu-se 6 etapas para a produção de um artigo científico: descoberta, análise, escrita, publicação, divulgação e avaliação. A proposta foi disponibilizar recursos para facilitar a execução de cada uma destas fases, tais como aplicativos, vídeos, textos etc.

Pensando no exemplo de um aluno que inicia a produção de artigo e necessita escolher o tema. Esta seria a primeira etapa da plataforma que, ao clicar em descoberta, encontra material de suporte para a escolha do seu tema. Há nesta etapa, como exemplo, um tutorial para o uso do *Publish or Perish* (PoP), um programa que recupera e analisa citações acadêmicas. O mesmo procedimento é válido para as demais etapas. Ao clicar na etapa de redação, por exemplo, o aluno encontrará artigos, aplicativos e vídeos explicativos para a escrita científica formal. Há orientações para todas as seis etapas mencionadas.

Adicionalmente, a plataforma visa reunir vários profissionais que auxiliem na preparação de um artigo. Pensou-se em elaborar uma relação de revisores de português, estatísticos para ajudar nas análises estatísticas dos estudos, tradutores e revisores de inglês para os artigos a serem enviados para o exterior e, inclusive, uma página incluindo alunos interessados em dar aulas, com links para currículo e áreas de interesse, para o programa divulgar entre as instituições de ensino visando atingir eventuais interessados na contratação de professores.

#### **1.4 A plataforma de pesquisa**

O primeiro passo foi formar um grupo de trabalho com os alunos do programa. Dois mestrandos, experientes profissionais, tendo ocupado cargos importantes em empresas brasileiras, aliaram-se à proposta e, juntamente com o coordenador do programa, passaram a atuar na formação da plataforma. Em primeiro lugar foi feita uma pesquisa para identificar o que já havia sido feito por outras instituições.

No Brasil, algumas instituições já estavam usando plataformas para auxiliarem seus alunos na produção científica, inclusive disponibilizadas para a comunidade, como o caso da USP - SP. Mas a real inspiração para a construção da plataforma foi a Universidade de Utrecht da Holanda e o diferencial da proposta em questão seria a ampla participação dos alunos na construção, aprimoramento e permanência, como fator motivacional aplicando a técnica de cocriação das experiências. (PRAHALAD, RAMASWAMY, 2004)

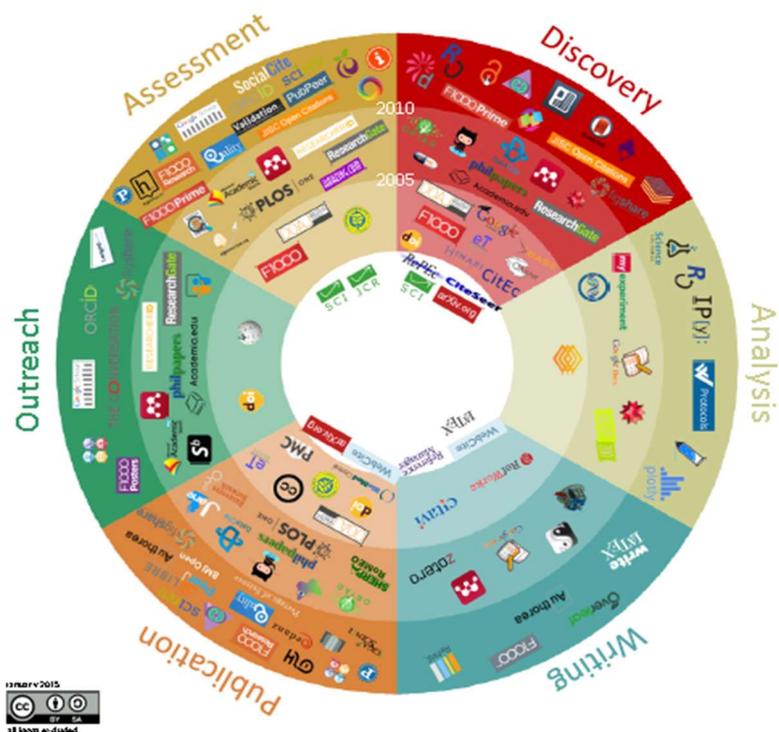
A plataforma da Universidade de Utrecht, que serviu de base para a construção, está apresentada na figura 1.

Como é possível perceber na figura, a instituição holandesa dividiu a produção de artigos em etapas da descoberta, análise, escrita, publicação, divulgação e avaliação. Dividiram também em três níveis, sendo eles tradicionais, mais novos, e aqueles que ainda estão em testes. Na figura há existência de 101 aplicativos para as etapas de produção. No caso da Universidade X, as etapas de produção foram divididas em 6, mas não foram divididas em torno da inovação dos aplicativos. Apenas as etapas para elaboração foram consideradas, ou sejam: descoberta, análise, escrita, publicação, divulgação e avaliação. A plataforma foi nomeada de “Auxílio à produção científica”<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Nome fictício por questões éticas.

Figura 1: Aplicativos para pesquisa



Fonte: Bosman, J; Kramer, B. *Utrecht University Library*, 2015

Para cada uma das etapas foram designados três alunos bolsistas para auxiliar na curadoria. Portanto, com 6 etapas na elaboração, um total de 18 alunos do programa de mestrado foram envolvidos no processo. Os alunos ficaram com a responsabilidade de escolher os aplicativos, estudá-los e encaminhar para os administradores que então encaminhariam para o departamento de Tecnologia (TI) da entidade para alimentar a plataforma. A atividade de TI foi muito importante para a efetivação da plataforma, uma vez que ofereceram todos os caminhos para que a interação ocorresse. Portanto, para a realização da atividade, houve o envolvimento dos alunos, dos professores, da coordenação do curso e TI.

### 1.5 A proposta de envolvimento dos alunos

Para envolver os alunos, optou-se pela aplicação do conceito de cocriação, um modelo de negócios em que a empresa reúne agentes externos, como clientes ou fornecedores, com o objetivo de produzir em conjunto um resultado valorizado por todas as partes envolvidas. A participação pode se dar no desenvolvimento de produtos e serviços, na elaboração de comunicação e todas as demais atividades de marketing e traz diversos benefícios à organização, como o fomento à inovação, diferenciação da marca e relacionamento próximo com os clientes.

O conceito de cocriação foi popularizado por Prahalad e Ramaswamy na obra intitulada “O futuro da competição” (2004). Posteriormente, Vargo e Lusch (2004), em artigo publicado no *Journal of Marketing*, mostraram que a lógica moderna e dominante mudou de foco, sendo que os bens diminuíram de importância em relação aos serviços. Em outras

palavras, os serviços passaram a ser a lógica dominante. Inclusive, os autores mencionam que no setor de serviços, o consumidor é sempre um cocriador de valor<sup>3</sup>.

Houve uma mudança no modelo de negócios com base na cocriação de valor, principalmente quando se compara a criação de valor centrada na empresa e no produto com cocriação de valor centrada no indivíduo e nas experiências (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). Estas diferenças estão apresentadas no quadro 1.1.

Quadro 1.1 A transformação do processo de criação de valor

<b>Elementos da criação de valor</b>	<b>Criação de valor centrada na empresa e no produto</b>	<b>Cocriação de valor centrada no indivíduo e na experiência</b>
Visão de valor	O valor é associado às ofertas da empresa. O espaço competitivo baseia-se nos produtos e serviços da empresa	O valor é associado às experiências: os produtos e serviços facilitam as experiências mediadas pela comunidade. O espaço competitivo baseia-se nas experiências dos consumidores
Papel das empresas	Definir e criar valor para o consumidor	Engajar cada consumidor na definição e cocriação de valor
Papel dos consumidores	Passividade nas ofertas e soluções definidas pelas empresas	O consumidor como participante ativo na busca, criação e extração de valor
Visão da criação de valor	A empresa cria valor; a escolha dos consumidores limita-se à variedade ofertada pela empresa	O consumidor cocria valor com a empresa e com outros consumidores

Fonte: PRAHALAD C.K.;RAMASWAMY, Venkat. O futuro da competição. Rio de Janeiro: Campus, 2004, p. 169.

Conforme o quadro 1.1 o valor mudou de foco, passando de produtos e serviços para o valor associado às experiências. A competição passou a ser a experiência dos clientes e é neste espaço que a concorrência deve ocorrer. As empresas, portanto, devem buscar o engajamento dos consumidores na definição e cocriação de valor. Por outro lado, os consumidores têm uma participação mais ativa na busca de cocriação, pois os consumidores cocriam o valor com a empresa e com outros consumidores, logo trata-se de um processo mais colaborativo com envolvimento de todos.

A Plataforma “Auxílio à produção científica” foi uma proposta de cocriação, uma vez que a coordenação passou a interagir com os mestrandos e estes entre eles. Os alunos foram incentivados a alimentar a plataforma com novos aplicativos que auxiliassem a pesquisa. Tentou-se estabelecer uma meta, ao menos um aplicativo ao mês, mas infelizmente a maioria dos curadores não seguiu esta recomendação. No entanto, constatou-se que, mesmo lançada como uma plataforma de cocriação, alguns elementos o impediam de ter uma aplicação plena dos conceitos relacionados ao assunto, como o caso de uma interação mais intensa entre os membros da equipe.

<sup>3</sup> VARGO, Stephen; LUSCH, Robert. *Evolving to a new dominant logic for marketing*. Journal of Marketing, v. 68; January 2004 p. 1-17

Especialistas orientam que para uma campanha de cocriação ser bem sucedida é preciso haver os seguintes elementos, denominados DART: diálogo; acesso; risco; transparência ( PRAHALAD, RAMASWAMY, 2004).

O diálogo é fundamental para a criação de experiências por meio da cocriação, sendo uma proposta de comunicação em que as pessoas podem trocar ideias, sugerir produtos, inovações, melhorias, fazer reclamações. A troca de ideias é uma necessidade para que haja evolução. Para que haja o diálogo, é necessário que o acesso seja facilitado. O acesso deve ser feito por meio das ferramentas de comunicação que estão ao alcance das partes envolvidas, como Internet ou redes sociais. As partes devem ter fácil acesso e também ter domínio dos meios de comunicação. Como há uma participação de todos, os riscos existem uma vez que a plataforma é um lugar comum e as regras devem ser estabelecidas para que haja harmonia na comunicação e procedimentos. A transparência aumenta a credibilidade e a sua continuidade irá depender do quanto os interessados investem em atitudes claras e bem definidas. Portanto, uma boa plataforma de cocriação deve atender a todas estas propostas para que tenha chances de dar certo. Para fazer a plataforma “Auxílio à produção científica” dar certo, as partes foram cuidadosamente elaboradas:

*Diálogo:* o diálogo entre as partes foi facilitado pela formação de um grupo de Whatsapp com todos os membros. Além disso, reuniões presenciais foram promovidas para determinação dos objetivos e propostas de elaboração. Todos os passos eram discutidos e avaliados.

*Acesso:* tanto os mestrandos como a administração da plataforma tiveram acesso aos mecanismos da instituição como sites, redes sociais entre outros. O único problema é que os curadores, ou responsáveis pelas etapas no processo de produção de artigos, não tinham acesso direto à administração. Cada grupo poderia acessar a administração para propor o material a ser armazenado, porém não tinha contato com os demais, ou seja, antes de ser postado no site, cada grupo tinha acesso apenas à coordenação e não aos outros colegas.

*Risco:* no caso analisado, os riscos identificados foram a possibilidade de alguém postar informações inadequadas ou a colocação de um aplicativo que tivesse alguma cobrança e que não possuísse autorização de utilização. No entanto, os alunos bolsistas, nomeados como curadores, teriam que analisar e verificar a transparência do assunto e encaminhar para a coordenação que completava a análise e, somente depois, passariam para o departamento técnico inserir na plataforma. Portanto, com este procedimento o risco seria diminuído ou totalmente eliminado.

*Transparência:* como todos pertenciam ao mesmo programa, os assuntos eram devidamente discutidos, problemas identificados e os assuntos eliminados quando necessário.

Depois de um período de trabalho com os grupos, alguns aplicativos foram incluídos em cada etapa e, apesar de ainda não haver uma quantidade razoável de material para cada uma delas, a Administração resolveu lançar oficialmente a plataforma. A ideia era que, com o passar do tempo, as equipes alimentariam a plataforma devidamente e o site logo estaria atingindo os objetivos, contendo aplicativos suficientes.

## **1.5 O lançamento**

O lançamento da plataforma foi realizado em 2019 onde foram utilizados eventos e mídias sociais, além do e-mail marketing. Um banco de dados da Universidade X foi utilizado para divulgar as informações entre ex-alunos e atuais, além de envio para vários influenciadores conhecidos, solicitando que publicassem em suas respectivas redes sociais. Banners eletrônicos foram divulgados para várias instituições. Houve o evento de lançamento oficial com a presença de diretoria e outros renomados professores da instituição. Uma série de palestras foram conduzidas para orientar os usuários sobre a aplicação da plataforma.

Após o lançamento, começou a administração da plataforma. O coordenador principal do programa manteve contatos periódicos com os curadores, mas percebeu que as pessoas não estavam muito atentas às novidades que estavam sendo lançadas. Os alunos deveriam inserir aplicativos regularmente na plataforma, mas muitos alegaram que não tinham tempo, pois estavam atarefados com as demandas do curso, não tendo disponibilidade para pesquisas adicionais. Percebeu-se que depois da euforia do lançamento, os alunos perderam a motivação, apesar dos administradores trabalharem para levantar o moral de todos, promovendo reuniões que eram cada vez menos frequentadas. Para piorar a situação, um dos elementos da equipe de administração terminou o curso e, com o título de mestre, sua carga horária foi aumentada, passando a se ocupar *full time* como professor na instituição a que pertencia. Além do administrador do curso, constatou-se também que muitos alunos que faziam parte do grupo inicial terminaram a faculdade e os novos, que pegaram a situação em andamento, não apresentavam a mesma motivação que os seus antecessores.

Para substituir o colega que saiu do grupo de administradores, entrou uma aluna que acreditou muito no assunto e passou a ser extremamente envolvida no processo. Com um novo componente no grupo de administração, várias outras reuniões foram feitas para discutir novos caminhos e estabelecer novas regras para a condução dos trabalhos. Constatou-se que faltava uniformidade ao formato dos textos, ou seja, enquanto alguns curadores escreveram textos longos explicando as ferramentas que procuravam indicar, outros escreviam de forma muito objetiva e sem muitos detalhes. Após algumas reuniões estratégicas, decidiu-se que os textos deveriam ser padronizados e as ferramentas seriam apresentadas de forma objetiva.

## 1.6 A pandemia

Em março de 2020, a crise sanitária do Coronavírus expandiu-se globalmente de forma muito acelerada, obrigando aos governos a tomarem medidas restritivas para evitar uma proliferação ainda maior da contaminação. Estabelecimentos comerciais e todas instituições que pudessem causar aglomerações foram fechadas por lei, sendo orientadas a mudar suas atividades para o trabalho em home offices. As instituições de ensino foram recomendadas a fechar seus *campi* passando de uma prática de ensino presencial para o ensino remoto, em pleno andamento do semestre letivo. Tal procedimento, necessário para evitar a contaminação comunitária, pegou de surpresa tanto os corpos docentes como os discentes de diversas instituições. Sem preparo necessário para a adoção das práticas do ensino à distância, todos foram obrigados a adaptarem-se às novas condições em curto espaço de tempo. A plataforma escolhida pela Universidade X foi o *Teams* da Microsoft, e a maioria dos professores e alunos da pós-graduação não a tinham utilizado anteriormente.

Para facilitar aos usuários, a equipe de Tecnologia da Informação (TI) da universidade passou a dar treinamentos para todos os professores, funcionários e alunos. Os treinamentos eram programados semanalmente, organizados para diferentes níveis, iniciantes e avançados. Além disso, havia frequentemente plantões de tira-dúvidas. Um departamento na instituição, com a participação de especialistas e técnicos, foi montado para ficar à disposição e prestar esclarecimentos em caso de dúvida para quem precisasse de orientação para usar a plataforma ou baixar aplicativos. Graças ao apoio técnico da instituição, a adaptação foi rápida e sem problemas. Os professores e alunos dedicaram-se aos novos tempos e conseguiram continuar com suas aulas de forma dinâmica e participativa.

Se por um lado o novo cenário exigiu rápida adaptação, por outro demonstrou ser muito efetivo durante as aulas, permitindo a apresentação de conteúdos e disponibilização e compartilhamento de documentos de forma rápida e agregada a todos os alunos. A eliminação de certos custos como transporte, estacionamento e tempo gasto na locomoção, sem prejuízo ao conteúdo compartilhado nas aulas, surpreendeu positivamente grande parte dos alunos.

Paralelamente às providências de capacitação dos docentes, discentes e funcionários, o departamento de TI passou a auxiliar particularmente os professores ou colaboradores que encontravam dificuldades específicas. Para os funcionários que não tinham condições de adquirir computadores para continuarem o atendimento *on line*, a instituição disponibilizou os recursos doando computadores. Aos professores que não conseguiam trabalhar na plataforma, os técnicos auxiliavam no desenvolvimento, sendo todos os procedimentos na forma remota. A equipe foi muito prestativa e eficiente obtendo resultados plausíveis em decorrência de sua eficiência.

Por outro lado, como todas as atenções estavam voltadas para o desempenho da universidade na continuidade das aulas online, a plataforma de cocriação passou a ficar em segundo plano, por não ser uma atividade com urgência e prazos definidos. A plataforma dependia muito dos trabalhos dos técnicos, uma vez que toda a construção das etapas era planejada em conjunto com os especialistas do departamento, que agora estavam constantemente ocupados. O processo funcionava assim: os curadores enviavam o material solicitado, nos formatos de apresentação combinados, para a equipe de coordenação da plataforma que analisavam e validavam o documento e passando posteriormente para o responsável do TI. Muitas vezes eram necessárias reuniões presenciais entre os coordenadores e a equipe de TI para esclarecer alguns pontos importantes, que foram interrompidas no tempo da pandemia.

Em reunião entre os administradores da plataforma para definir o futuro das atividades foi decidido que as atividades seriam interrompidas provisoriamente e somente voltariam após a normalização das atividades no campus e retomada das aulas presenciais. Foi considerado que tal procedimento não afetaria o nível de motivação futura e que as atividades poderiam ser retomadas sem problemas de operacionalização da plataforma.

O novo ambiente virtual está parcialmente produzido, contudo necessita de ajustes finos, mas extremamente importantes para a melhora na navegabilidade do usuário. Considerando o novo cenário de distanciamento social a longo prazo, a importância das aulas virtuais e do oferecimento por parte da universidade de ferramentas que auxiliem o aluno de forma remota na jornada de ensino, a ferramenta de “Auxílio à produção científica” ganha importância. No período durante a interrupção dos ajustes com a área de TI, tornou-se necessário que os curadores revisem mais uma vez o conteúdo da plataforma, links, textos e acessos a cada uma das áreas, com um olhar mais atento às necessidades de utilização totalmente independente dos usuários, considerando que muitas vezes ela poderá ser acessada remotamente pelo aluno. Nesse caso, torna-se necessário avaliar também a necessidade de construção de um tutorial ou FAQ para que o usuário possa caminhar o mais livremente possível por cada uma das etapas da plataforma.

O objetivo dessa revisão completa do conteúdo e forma é verificar a adesão da proposta da plataforma ao cenário futuro pós pandemia e preparar todo e qualquer ajuste para que, assim, quando a área de TI esteja pronta para atuar novamente no projeto, toda alteração seja realizada de forma rápida e efetiva.

## 1.7 Referências

AVALIAÇÃO QUADRIENAL CAPES. Disponível em <  
<http://avaliacaoquadrienal.capes.gov.br/>>. Acesso em 8 de julho de 2020.

BOSMAN, J.; KRAMER, B. **101 innovations in scholarly communication: The changing research workflow (poster)**. Utrecht University Library. In: Poster presented at the Force 2015 conference, see also <http://101innovations.wordpress.com>) doi. 2015. p. m9.

PRAHALAD, Coimbatore K.; RAMASWAMY, Venkat. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of interactive marketing**, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004.

PRAHALAD C.K.; RAMASWAMY, Venkat. **O futuro da competição**. Rio de Janeiro: Campus, 2004, p. 169.

VARGO, Stephen; LUSCH, Robert. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, v. 68; January 2004 p. 1-17

VARGO, Stephen L.; MAGLIO, Paul P.; AKAKA, Melissa Archpru. On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective. **European Management Journal**, v. 26, n. 3, p. 145-152, 2008.

## **2.0 NOTAS DE ENSINO**

### **2.1 Objetivo de ensino**

Demonstrar as etapas, dificuldades e sucessos para o desenvolvimento de uma plataforma multidisciplinar cujo objetivo era facilitar o acesso a informações para geração de produção científica, explorando um exercício de cocriação e gerenciamento de projetos. Promover o interesse no conceito de cocriação e desenvolver um projeto com base nas premissas do tema.

### **2.2 Fontes e Métodos de coleta**

Os dados para construção do caso foram coletados mediante a experiência direta dos autores na criação, elaboração e desenvolvimento do projeto da Universidade X. Foram levantadas as Atas das Reuniões feitas entre a Administração e os curadores, bem como todas as interações realizadas com a área de TI.

### **2.3 Relações com os objetivos de um curso ou disciplina**

Diversas disciplinas remetem ao desenvolvimento de um projeto tão complexo e desafiador. O foco é o processo de cocriação, que se mostra como uma tendência nas organizações, assim sendo são essenciais a Gestão Estratégica de Projetos, Gestão de Equipes ( curadores ) e Pesquisa acadêmica sobre os aplicativos. Podemos também citar o Planejamento de Marketing e Marketing Digital para o lançamento da plataforma, bem como a Produção de Eventos para divulgação da plataforma.

### **2.4 Disciplinas sugeridas para uso do caso**

Gerenciamento de Projetos, Gestão de Equipes, Gestão de Conflitos, Planejamento Estratégico, Administração Estratégica, Gestão e Produção de Eventos, Marketing Estratégico e Marketing Digital.

### **2.5 Possíveis tarefas a propor aos alunos**

1. Propor o desenvolvimento de um projeto de cocriação de conteúdo, produto ou serviço. O objetivo seria demonstrar as competências dos alunos em criatividade, inovação, geração de valor, gestão de projeto, gestão de equipe e lançamento e divulgação do produto.
  - a. O resultado gerará a apresentação de um material sobre o produto, os passos do processo de cocriação e lançamento, dificuldades e sucessos.
2. Conceito de cocriação

- a. Trabalhar o conceito de cocriação (Teorias) através da leitura da bibliografia sugerida
  - b. Definir quais são as premissas do conceito de cocriação?
  - c. Pedir ao aluno exemplos de processos de cocriação que funcionaram e que não funcionaram.
  - d. Debate sobre cocriação de valor. Esse conceito é válido para todas os produtos e serviços? O aluno deverá defender sua opinião através de uma resenha.
  - e. Analisar o case do “Auxílio à produção científica” e justificar se os conceitos foram utilizados corretamente, ou não.
  - f. Propor um ensaio de desenvolvimento de um produto, serviço ou conteúdo com cocriação.
3. Pedir a leitura do caso de ensino apresentado com identificação dos desafios que a coordenação da Universidade X teve que passar. Conforme foi mencionado no caso, foi implantada uma plataforma de cocriação, porém a administração reconheceu que faltavam alguns elementos para tornar a prática mais completa.
- a. Que sugestões o grupo pode dar para melhorar a plataforma de cocriação proposta?
  - b. Que outras atividades poderiam ser desenvolvidas para proporcionar o envolvimento da equipe?
  - c. Diante da desmotivação mencionada na nova equipe de membros que atividades poderiam ser desenvolvidas no lugar da cocriação.
  - d. No que concerne à plataforma, a marca está adequada? Que nome o grupo sugere?
  - e. Qual a sua opinião a respeito do lançamento da plataforma ainda incompleta? Acreditam que foi uma boa iniciativa ou deveriam esperar para completá-la e, só depois, fazer o lançamento?
  - f. Quais problemas foram identificados com a crise sanitária do Covid-19? Que outras alternativas poderiam ser sugeridas para que o projeto não fosse interrompido ?
  - g. Se tivesse que propor uma plataforma dessas para a coleta de informações empresariais no lugar de partes de elaboração de um artigo, que modificações deveriam ser feitas?
4. Pedir aos alunos que façam uma reflexão sobre a importância da plataforma de “Auxílio à produção científica” no contexto da pandemia da COVID-19. Após um momento de reflexão, discutir as seguintes vertentes:
- a. Os ajustes realizados pelos curadores são adequados para a nova realidade?
  - b. Que adaptações você considera necessárias?
  - c. O que você faria diferente?