

Material Didático – Estratégias de Ensino

Método do Caso e Workshop

2015

Sumário

Método do Caso.....	3
Definição de Workshop.....	6
Referências	7

Método do Caso

Os casos de ensino (*Teaching Cases*) compreendem técnicas didáticas para ilustrar aulas de diversos cursos em várias áreas de conhecimento, visando aproximar a realidade da sala de aula.

Frequentemente, sua conceituação se confunde com o Método do Estudo de Caso (*Case Studies*), uma das formas mais comuns de se realizar estudos de natureza qualitativa em ciências sociais aplicadas. O Estudo de Caso configura-se como uma técnica de pesquisa (investigação científica), enquanto o Método do Caso é uma metodologia didática (finalidade pedagógica), para aplicação de conceitos em sala de aula e que pode, inclusive, ser elaborado a partir de um Estudo de Caso.

“O método do caso é uma estratégia de ensino baseada na apresentação de circunstâncias factíveis e/ou verídicas com o objetivo de levar os alunos a refletirem sobre decisões para o episódio estudado” (IKEDA; VELUDO-DE-OLIVEIRA; CAMPOMAR, 2006, p.147). O caso para estudo em sala de aula é uma descrição de uma situação administrativa, normalmente envolvendo uma decisão ou problema. Essa situação é geralmente escrita sob o ponto de vista de quem a vivenciou e permite aos estudantes acompanhar os passos de quem tomou a decisão e analisar o processo sob enfoques diferentes, corroborando ou não a decisão tomada.

O método do caso nasceu na Universidade de Havard, nos Estados Unidos, instituição que é referência na utilização dessa metodologia nos ensinamentos de administração. O principal objetivo da escola com a aplicação de casos para ensino é preparar os estudantes para os desafios da liderança.

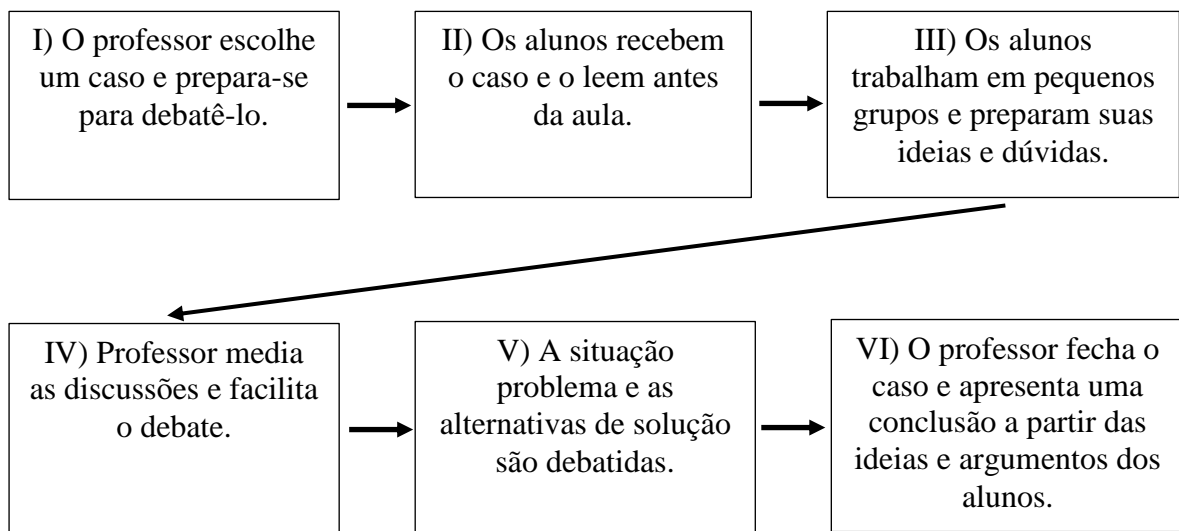
A técnica expõe os alunos aos processos decisórios e aos dilemas que os executivos enfrentam diariamente. Segundo Iizuka (2008, p.3), difere do método tradicional da aula expositiva, “pois ao invés dos estudantes receberem passivamente os fatos e as teorias, exercitam suas habilidades e liderança perante um grupo de trabalho que tem a tarefa de solucionar os desafios propostos no caso”.

O método do caso de Harvard tem, basicamente, quatro etapas:

- 1) Análise individual (aluno) e preparação (questões, argumentos, dúvidas etc.);
- 2) Discussões em pequenos grupos;
- 3) Discussão do caso em classe (grande grupo);

4) Finalização do caso, buscando uma generalização do aprendizado.

As etapas da atividade são as seguintes:



Os principais benefícios pedagógicos do Método de Casos são:

- Aproxima a realidade prática da sala de aula;
- Amplia a visão da Administração dos alunos por meio da análise sistêmica das situações-problemas;
- Desenvolve habilidades de análise e raciocínio, uma vez que desafia os alunos a lidar com situações complexas que requerem o uso de inúmeras teorias e estratégias de decisão;
- Estimula a motivação e a participação ativa dos estudantes proporcionando maior envolvimento do que o método expositivo tradicional;
- Fomenta a aprendizagem em equipe por meio da troca de experiências e pontos de vista e da elaboração de soluções coletivas;
- Maximiza a transferência de aprendizagem por meio do papel ativo do aluno.

Por outro lado, algumas críticas ao método também são evidenciadas:

- Os casos podem ser limitadores, uma vez que apresentam a realidade de uma determinada organização de maneira exageradamente racional e analítica, falhando por não incluir aspectos caóticos, turbulentos e não-rationais das organizações modernas;
- Imparcialidade e incerteza das informações transmitidas no caso, o qual retrata aquilo que a empresa deseja que seja conhecido, sendo o caso utilizado como

meio de divulgação da marca, enaltecendo os pontos positivos e omitindo os negativos;

- Muitas vezes o método é aplicado sem a devida ligação com a teoria e os conceitos, o que leva a decisões baseadas apenas no bom senso, sem preparar os alunos para as situações que irão se deparar no mercado;
- Os custos são elevados.

No Brasil, alguns desafios e dificuldades da aplicação do método do caso também devem ser ressaltados, que dizem respeito principalmente às dificuldades enfrentadas pelas pequenas e médias empresas, a realidade sócio-econômica e cultural do país, as condições institucionais das IES e os perfis dos alunos que têm ingressado no ensino superior:

- Salas de aulas com mais de 50 alunos tendem a perder o foco na atividade;
- Dificuldades de estudantes oriundos de ensino médio público ou que retornaram à escola após muito tempo sem estudar;
- Dificuldades de estudantes na leitura, escrita, raciocínio lógico e analítico e na postura crítica;
- Infraestrutura precária;
- Bibliotecas mal equipadas e com acervo de baixa qualidade;
- Existência de uma larga fronteira entre a teoria e a prática empresarial;
- Utilização frequente de casos de grandes empresas, enquanto uma parcela considerável dos alunos trabalha em pequenas e médias empresas;

Dez pontos básicos para se construir um bom caso (FEA-USP, 2007):

- 1) Apresentar um dilema;
- 2) Colocar o aluno na pele do protagonista;
- 3) Existir sempre um conflito;
- 4) Estar focado em uma decisão;
- 5) Estar fundamentado na teoria;
- 6) Contar uma história interessante e real;
- 7) Ser preciso e objetivo, e conter cenários de tomada de decisão;
- 8) Conter as informações mais importantes;
- 9) Não ter juízo de valor, mostrar a situação de forma objetiva;

10) Conter informações suficientes para a tomada de decisão.

O caso deve estar incluído no contexto de vivência do aluno. Quanto mais desafiador for o assunto, maior a possibilidade de manter os estudantes envolvidos. As soluções não devem ser comparadas com as dos demais grupos, mas sim quanto ao esforço do próprio grupo em propor soluções coerentes para o problema.

Definição de Workshop

A estratégia de ensinagem Workshop (também conhecida como Oficina ou Laboratório) consiste na reunião de um grupo de pessoas com interesses em comum, com o intuito de trabalhar para o conhecimento ou aprofundamento de um determinado assunto sob a orientação de um especialista.

O Workshop possibilita o aprendizado mediante a apresentação de conceitos e conhecimentos previamente adquiridos. Assim, os temas são abordados de maneira mais prática do que teórica, o que obriga um envolvimento e participação muito maior do público. Durante um Workshop, os participantes podem aprender conceitos e teorias importantes, mas o foco está na aplicação desse conhecimento em atividades práticas, as quais auxiliam na fixação do aprendizado.

No Workshop, a construção e reconstrução do conhecimento são as principais ênfases, sendo um momento para pensar, descobrir, reinventar, criar e recriar.

Dinâmica da atividade Workshop

Para a realização de um Workshop, é necessário que o professor organize o grupo e providencie com antecedência o ambiente e o material didático necessário. A organização é indispensável para o sucesso da técnica. Além disso, sugere-se que o grupo não ultrapasse a quantidade de 15 a 20 pessoas.

Um Workshop pode ser desenvolvido através de diferentes atividades: estudos individuais, consulta bibliográfica, palestras, discussões, resolução de problemas, atividades práticas, redação de trabalhos, saídas a campo, etc.

Normalmente um Workshop tem curta duração, não costumando ultrapassar 1 dia. O evento geralmente é iniciado com a exposição do tema a ser abordado, é seguido por uma discussão ou atividade dos participantes em grupos e é finalizado com uma

conclusão que conta com a análise dos resultados de cada grupo. Através da interação intensa dos participantes, busca-se a obtenção de conhecimentos através da experiência conjunta, estimulando a criatividade e a troca de informações entre o público e os facilitadores.

Por fim, a avaliação do aprendizado em um Workshop pode ser medida pela participação dos estudantes nas atividades e na demonstração das habilidades visadas, expressas nos objetivos da oficina. Pode-se também utilizar a auto-avaliação, avaliação descritiva ou análise dos produtos finais desenvolvidos no processo.

Referências

ANASTASIOU, L.G.C.; ALVES, L.P. Estratégias de ensinagem. **Processos de ensinagem na universidade - Pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**, v. 3, p. 67-100, 2004.

CESAR, A.M.R.V.C. Método do Estudo de Caso (Case studies) ou Método do Caso (Teaching Cases)? Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração. **REMAC Revista Eletrônica Mackenzie de Casos**, São Paulo, v.1, n.1, 2005.

FEA-USP. **Método de caso, uma estratégia de ensino**. 2007. Disponível em: <<http://www.fea.usp.br/noticias.php?i=102>>. Acesso em: 11 maio 2015.

IIZUKA, E.S. O método do caso de Harvard: Reflexões sobre sua pertinência ao contexto brasileiro. **Anais do Enanpad - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Rio de Janeiro, 2008.

IKEDA, A.A.; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T.M.; CAMPOMAR, M.C. O caso como estratégia de ensino na área de Administração. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 41, n. 2, 2006.

SYMPLA. **Qual a diferença entre curso e workshop?** Disponível em: <<http://blog.sympla.com.br/qual-a-diferenca-entre-curso-e-workshop/>>. Acesso em 10 maio 2015.