

Disciplina **Empreendedorismo científico: mentalidade e conexão academia-mercado**

PLANO DE AULA

Aula 3

Unidade III – Criatividade para gerar negócios com valor

Unidade IV – Construindo a credibilidade no mercado durante a pós-graduação

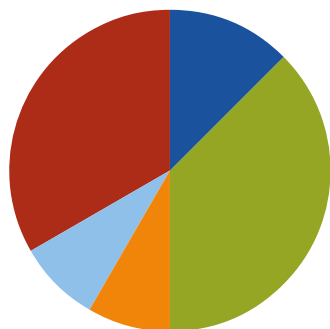
Conteúdo:

- Pensamento criativo
- Difusão científica

Ao final desta aula, o aluno será capaz de:

- Aplicar o pensamento criativo para identificar lacunas reais (tanto no cotidiano quanto em sua área de domínio), transformando essas dores em ideias que gerem valor econômico ou social;
- Planejar ações de comunicação que percorram as etapas do funil de impacto acadêmico;
- Construir uma narrativa de carreira para o curto e médio prazo, utilizando linguagem não técnica a fim de atrair parceiros, financiamento e visibilidade.

Agenda sugerida:



- **00:00 – 00:30:** Discussão sobre a Atividade 02 “Autodiagnóstico de mentalidade empreendedora”
- **00:30 – 02:00:** Criatividade
- **02:00 – 02:20:** Intervalo
- **02:20 – 02:40:** Passar a Atividade 03 “Projeto de intervenção”
- **02:40 – 04:00:** Difusão científica

Informações adicionais sobre a aula:

O momento da aula sobre “Criatividade” é repleto de atividades e dinâmicas que estimulam o pensamento criativo dos alunos. A seguir está uma breve explicação sobre o que é esperado que o professor discuta em momentos em que dinâmicas são previstas:

- Atividade dos clips (slide 7): os alunos devem falar em voz alta todas as utilidades que um clipe de papel pode ter que não seja sua função principal, ou seja, segurar papéis. O professor deve estimular ideias “fora da caixa” (pensamento divergente). Quando as ideias cessarem, deve-se iniciar uma discussão sobre quanto a criatividade pode ser exercitada; que às vezes é preciso de treino para romper pensamentos fixos; e que é valioso usar recursos simples para criar objetos com novas finalidades. Incentive os alunos a relatarem suas dificuldades e o processo de gerar novas ideias a partir de seus conhecimentos prévios e de criar sobre as ideias dos colegas.
- O slide 8 apresenta três negócios que surgiram após irritações de alguém (respectivamente não encontrar taxis para voltar para casa depois de um show; ter malas avariadas após viagens; e dificuldade para abrir pacotes de bolachas);
- A dinâmica do slide 10 tem como objetivo fazer com que os discentes reflitam sobre como podem criar novos negócios a partir de irritações do dia a dia. A ideia aqui é que os discentes reflitam sobre o público-alvo (outras pessoas também sentem a mesma dor que eles?), o tamanho desse público e formas de viabilizar um negócio.

Em relação à difusão científica, alguns alunos podem se sentir receosos sobre “aparecer nas redes sociais”. Nesses casos, é importante que o professor apresente alternativas de difusão científica que não envolva a gravação de vídeos para redes sociais, como criar *newsletters* ou difundir conteúdos escritos (por exemplo, utilizando o carrossel do Instagram). É válido mostrar que a autenticidade é importante e, para que ela aconteça, o divulgador científico precisa estar à vontade com a forma de divulgar o conteúdo que ele escolheu. Os slides desta aula são repletos de exemplos de divulgadores científicos amplamente conhecidos. Esses exemplos podem ser alterados para se adequar melhor ao perfil da turma.

Leituras recomendadas

AGRAWAL, S.; ULRICH, P. A picture is worth 1000 words: teaching science communication with graphical abstract assignments. **Journal of Microbiology & Biology Education**. V. 24, n. 1, 2023.

AIGER, M.; ELJOB, C.; LOZANO-BLASCO, R.; ACERO-FERRERO, M. Science communication in social media: analysis of success on TikTok, Instagram, and YouTube across scientific disciplines. **Computers in Human Behavior**. V. 177, 2026.

CASPARI, G. Instagram as a tool for archaeological science communication. **Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage**. V. 24, 2022.

CATMULL, E. **Criatividade S.A.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

DELL'ISOLA, A. **Mentes Brilhantes: como desenvolver todo o potencial do seu cérebro.** São Paulo: Universo dos Livros, 2020.

MORENO-CASTRO, C. Reshaping science communication in a critical period of disinformation and distrust. **Journal of Science Communication**. V. 25, n. 1, 2026.
<https://doi.org/10.22323/304220251109231221>.