



Artigos de Divulgação





Lendo para liderar: o clube do livro como ferramenta de desenvolvimento empreendedor na academia

Jhonatan Silva*; Sophia de Andrade Cavicchioli**; Jean Carlos Ferreira Machado***; Henrique Croisfelts****; Lorena Fonseca Piovesan*****; Leonardo Miziara Barboza Ferreira*****; Hernane da Silva Barud1*****.

*Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Biotecnologia em Medicina Regenerativa e Química Medicinal - Universidade de Araraquara – UNIARA.

**Graduada em Medicina - Universidade de Araraquara – UNIARA.

***Mestrando em Biotecnologia pelo Programa e Pós-graduação em Biotecnologia em Medicina Regenerativa e Química Medicinal - Universidade de Araraquara – UNIARA.

****Doutor pelo Programa e Pós-graduação em Biotecnologia em Medicina Regenerativa e Química Medicinal - Universidade de Araraquara – UNIARA.

*****Mestrado em Dentística Restauradora pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP.

*****Professor Assistente Doutor na Faculdade Ciências Farmacêuticas UNESP/Araraquara.

*****Docente no Programa de Pós-graduação em Biotecnologia em Medicina Regenerativa e Química Medicinal - Universidade de Araraquara – UNIARA.

*Autor para correspondência e-mail: hernane.barud@gmail.com

Palavras-chave

Academia
Clube do Livro
Empreendedorismo
Liderança

Keywords

Academy
Book Club
Entrepreneurship
Leadership

Resumo: O empreendedorismo compreende aspectos pessoais e comportamentais que, permeados pelo contexto social, ambiental e pelo percurso do empreendedor, propiciam a emergência de determinados comportamentos e qualidades empreendedoras. Em que pese a falta de foco na atividade empreendedora nas instituições de ensino de nosso país, sobretudo nos programas de pós-graduação, a importância de projetos para difusão dos conceitos de empreendedorismo para a criação características empreendedoras pessoais no meio acadêmico se fazem evidente. Desta forma, o projeto "Café ConsCiencia: Clube do livro" é uma iniciativa remota, com reuniões mensais via canal da Biotecnologia – Uniara, no YouTube, com o objetivo de exposição de livros relacionados à área de empreendedorismo, para difundir os conceitos entre os estudantes, professores, empresários, e quem mais se interessar, com o objetivo de promover a reflexão, o diálogo, a cooperação e a aproximação entre tais atores a fim de promover ações empreendedoras em rede. O projeto ocorreu entre os meses de agosto de 2021 e junho de 2022 e discutiu-se ao todo 8 livros sobre os assuntos de empreendedorismo e inovação, com convidados em lives no canal da Biotecnologia Uniara. Além disso, movimentou as redes sociais para aumentar o alcance do projeto. Os vídeos alcançaram um total de 508 visualizações até a presente data e foi capaz de levantar diversas discussões sobre os temas durante as palestras. Ressaltamos ainda que o projeto poderá seguir com novas edições, trazendo novos convidados, livros a serem discutidos e buscando um maior alcance nas redes sociais.

Reading to lead: the book club as an entrepreneurial development tool in academia

Abstract: Entrepreneurship comprises personal and behavioral aspects that, permeated by the social and environmental context and the entrepreneur's path, enable the emergence of certain entrepreneurial behaviors and qualities. Despite the lack of focus on entrepreneurial activity in educational institutions in our country, especially in postgraduate programs, the importance of projects to disseminate entrepreneurship concepts for the creation of personal entrepreneurial characteristics in the academic environment is evident. In this way, the "Café ConsCiencia: Book Club" project is a remote initiative, with monthly meetings via the Biotechnology – Uniara channel, on YouTube, with the objective of exhibiting books related to the area of entrepreneurship, to disseminate the concepts among students, teachers, businesspeople, and anyone else interested, with the aim of promoting reflection, dialogue, cooperation and rapprochement between such actors in order to promote entrepreneurial actions in a network. The project took place between the months of August 2021 and June 2022 and a total of 8 books were discussed on the subjects of entrepreneurship and innovation, with guests in lives on the Uniara Biotechnology channel. In addition, it used social media to increase the reach of the project. The videos have reached a total of 508 views to date and were able to raise several discussions on the topics during the lectures. We also highlight that the project may continue with new editions, bringing new guests, books to be discussed and seeking greater reach on social media.

Recebido em: 10/12/2023

Aprovação final em: 19/03/2024



Introdução

Ao revisar os conceitos fundamentais de empreendedorismo e inovação delineados por Schumpeter, Martes *et al* (MARTES, 2010) pontua que na obra “O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico” quatro pontos cruciais da obra estabelecem uma conexão entre a ação empreendedora e a atividade econômica, sendo:

No que tange à metodologia, Schumpeter (juntamente com Weber) caracteriza o indivíduo (empreendedor) como a unidade básica de análise, enquanto o empresário é também concebido como um tipo ideal e entidade dotada de interesses, vontade e intencionalidade. É crucial notar que se trata de um indivíduo socializado, em oposição à visão atomizada da Teoria Econômica que Schumpeter contesta;

A inovação é apontada como o elemento dinâmico da economia, conferindo ao empreendedor um papel vital na promoção do desenvolvimento econômico;

O empresário inovador é descrito como um tipo específico de agente, distinto do mero capitalista, uma vez que suas decisões são tomadas de maneira racional, embasadas em valores (como a inovação), e são guiadas tanto pela paixão (desejos e conquistas) quanto pela liderança;

O aspecto institucional é considerado duplamente crucial, seja pelo apoio providenciado pelas instituições de crédito, políticas e econômicas, desempenhando funções como a taxação de juros e a disponibilização de capital, seja pela oposição que essas mesmas instituições podem exercer. Valores e organizações institucionais emergem como fontes significativas de resistência à ação empreendedora

Já segundo Garcia *et al* (GARCIA, 2012) “o processo de criação de empresa possui um caráter complexo e está vinculado a um conjunto de fatores sociais, culturais e econômicos, cuja importância reside na sua contribuição ao crescimento econômico, ao desenvolvimento de novos atores e nas possibilidades de complementação e diversificação de cadeias produtivas e de sistemas locais de produção”

Nesse sentido, nota-se que o empreendedorismo compreende aspectos pessoais e comportamentais que, permeados pelo contexto social, ambiental e pelo percurso do empreendedor, propiciam a emergência de determinados comportamentos e qualidades empreendedoras (CROISFELTS *et al.*, 2020).

As denominadas “Característica Empreendedoras Pessoais” (Personal Entrepreneurial Characteristics – PEC’s) identificadas por David McClelland, serviram de base para a formatação do Empretec, e hoje chamadas de Características do Comportamento Empreendedor (CCE’s) programa desenvolvido em nível mundial pela Organização das Nações Unidas (ONU).

As Competências Comportamentais Empreendedoras (CCE’s), conforme delineadas pelo Empretec em 2022 (KRUGER; PINHEIRO; MINELLO, 1999), oferecem uma visão abrangente das qualidades essenciais associadas ao sucesso empreendedor. Estas competências abordam diversos aspectos fundamentais, incluindo a capacidade de identificar oportunidades e agir proativamente, a persistência diante de desafios, a disposição para assumir riscos calculados, o comprometimento com a qualidade e eficiência, a busca ativa por informações relevantes, o estabelecimento de metas claras e específicas, o planejamento e monitoramento sistemáticos, a habilidade de persuasão e construção de redes de contatos, além da autonomia e autoconfiança.

Essas competências não apenas ressaltam a importância das habilidades técnicas, mas também sublinham a relevância das atitudes e comportamentos cruciais para o sucesso empreendedor. O reconhecimento e desenvolvimento dessas características tornam-se vitais para aqueles que almejam atingir e manter o sucesso nos negócios, proporcionando uma base sólida para enfrentar os desafios e capitalizar as oportunidades no dinâmico cenário empresarial (KRUGER; PINHEIRO; MINELLO, 1999).

Ainda no âmbito comportamental, Croisfelts *et al.*, (2020) aborda a notável distinção entre o perfil do empreendedor clássico e o perfil acadêmico, conforme observado nas atividades do “Café Consciência”. No contexto em que o empreendedor tradicional identifica uma oportunidade e



inicia um novo negócio, muitas vezes com planejamento mínimo ou nenhum, assumindo riscos, o empreendedor acadêmico precisa adquirir a habilidade de se adaptar às demandas do mercado para criar uma solução aplicada. Ao contrário do empreendedor típico, o empreendedor acadêmico evita correr riscos, buscando a infalibilidade de sua solução (CROISFELTS *et al.*, 2020).

Se tratando do ambiente acadêmico, Figueira e Carvalho (FIGUEIRA; CARVALHO, 2015) estudaram como o empreendedorismo se dá na academia analisando o perfil empreendedor de ex-bolsistas de iniciação científica, mestrado e doutorado. Em um total de 3331 indivíduos analisados, as pesquisadoras verificaram que apenas 2,5% (112 pessoas) empreendem, e destes 36,6% (30 pessoas) empreendem em negócios não relacionados ao contexto acadêmico.

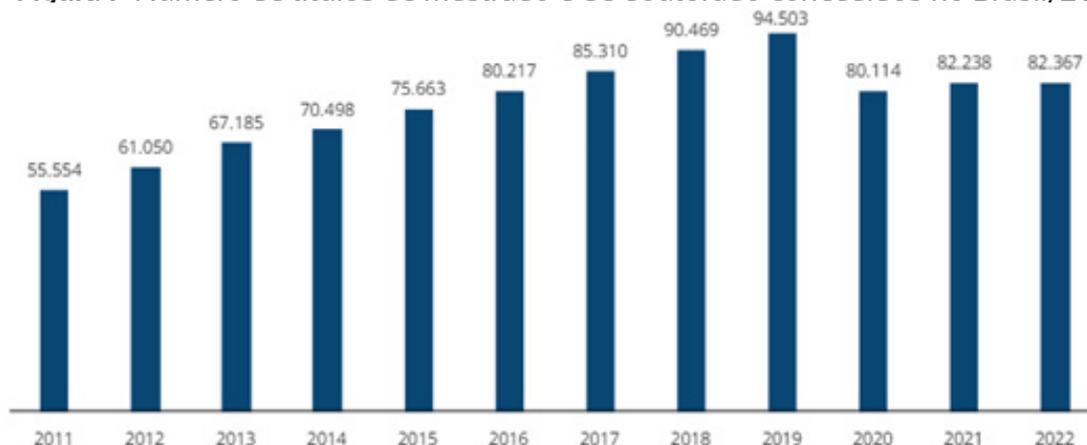
Outro fator relevante do estudo de Figueira e Carvalho foi a verificação de que quanto maior o nível de graduação do pesquisador menor o nível de empreendedorismo, um dos fatores que contribuem decisivamente para isto é que “quanto maior é o investimento na carreira acadêmica, sobretudo de tempo, menor será o empenho do pesquisador em abandonar sua carreira acadêmica”.

Interessante notar que na argumentação das autoras haveria um rompimento entre o empreendedorismo e a carreira acadêmica, como se um não pudesse ser decorrência de outro, isto é, como se o resultado de um processo de pesquisa não pudesse ser o elemento conciliador entre o empreendedorismo e a continuidade da carreira acadêmica, que ocorreria inclusive sendo guiada por este foco.

Em que pese a falta de foco na atividade empreendedora nas instituições de ensino de nosso país, sobretudo nos programas de pós-graduação, outro fator preocupante relacionado a este assunto é que as inovações geradas pelas pesquisas desenvolvidas em solo nacional em comparação com o restante do mundo indicam que o Brasil fica em posições médias no ranking de inovação, porém a grande maioria de suas inovações são ineficazes, isto é, não são utilizadas (CROISFELTS *et al.*, 2020).

Para fins de contextualização, o número de mestres e doutores no Brasil tem crescido ano a ano. Segundo dados do relatório coletados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), retirados do documento “*Estudos da demografia da base técnico-científica brasileira*” do Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE) do Ministério de Ciência e Tecnologia (GALVÃO *et al.*, 2016), o número de mestres e doutores subiu de 10.482 e 2.854 em 1996 para 50.206 e 16.729, respectivamente. Dados mais recentes apresentados no Plano Nacional de Pós-Graduação (PNPG 2024-2028) (CAPES, 2023), demonstram ainda um perfil crescente no número de títulos concedidos no Brasil entre 2011 e 2022, sendo possível observar uma queda nos números em 2020, 2021 e 2022, em relação à 2019, em decorrência da pandemia de COVID-19, conforme observa-se na Figura 1

Figura 1- Número de títulos de mestrado e de doutorado concedidos no Brasil, 2011-2022.

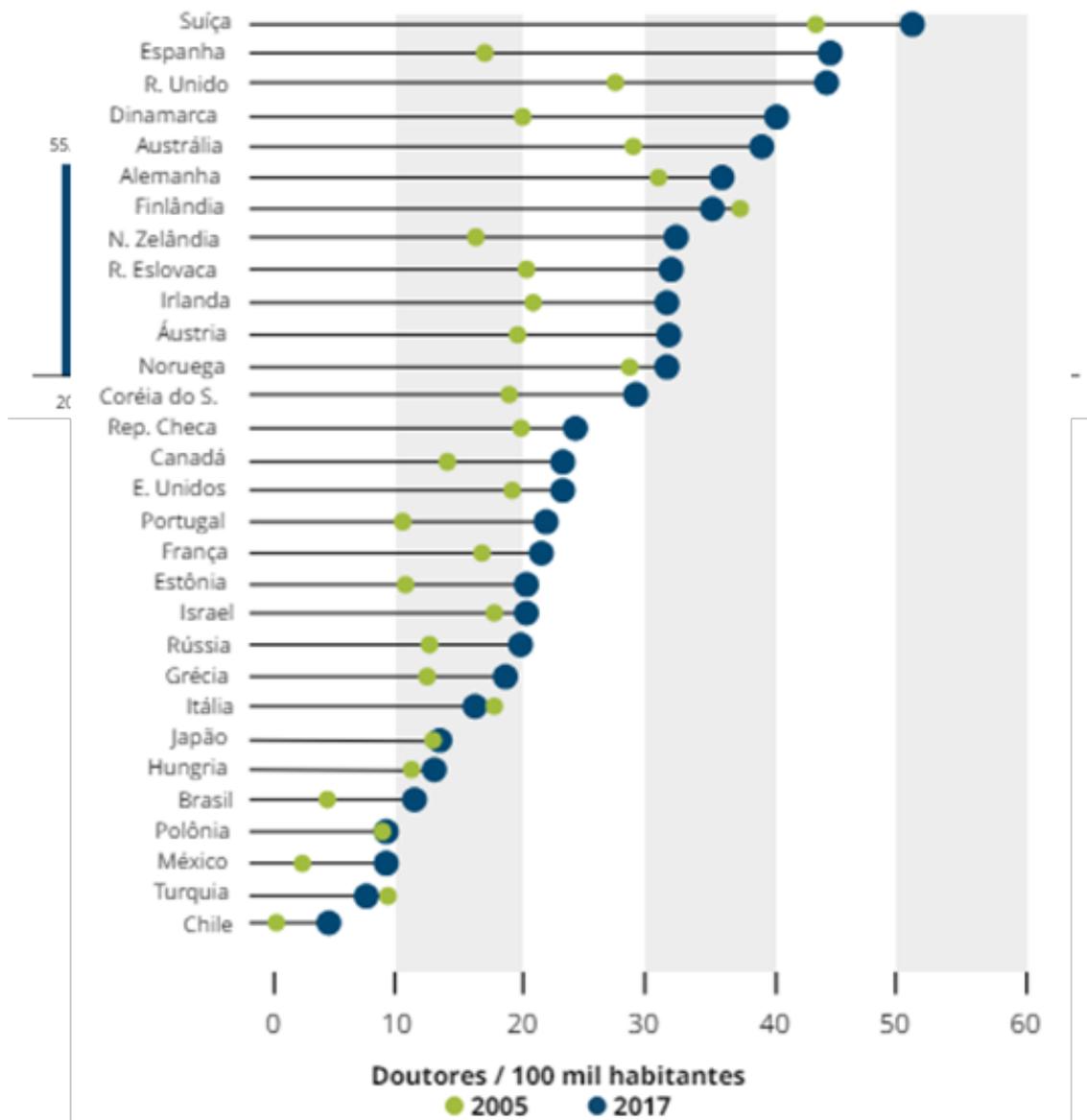


Fonte: (CAPES, 2023)



Contudo, apesar do crescimento do número de mestres e doutores durante os anos, em comparação com os países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 2017 o Brasil estava em 26º posição no ranking de títulos de doutor por 100 mil habitantes, muito abaixo de países como Reino Unido, Portugal, Suécia, Alemanha, por exemplo. Sendo que para alcançar esse patamar o país deveria aumentar o número de doutores cerca de 4 - 5 vezes (GALVÃO *et al.*, 2016; SCHWARTZMAN, 1988). A Figura 2 demonstra o gráfico de doutores por 100 mil habitantes entre 2005 e 2017.

Figura 2 - Número de títulos de doutorado por 100 mil habitantes, Brasil e países da OCDE entre 2005-2017.



Fonte: (CAPES, 2023).

É notório o sucesso em relação à formação de recursos humanos altamente qualificados nas políticas de implantação dos programas de pós-graduação brasileiros durante os anos, vide o crescente número de títulos concedidos entre 1996 e 2022, por outro lado, dados apresentados no maior levantamento feito sobre a formação e ocupação de doutores em nosso país (VIOTTI,



2010) apontam para um problema crônico e alarmante: a motivação inicial de formação de quadros para atender as demandas da própria pós-graduação já não dá mais conta de absorver o quadro formado. “Em 2007 e 2008, 39,8% dos recém doutores “não foram encontrados como empregados”, enquanto esta taxa cai para “apenas” 24,6% quando são analisados os doutores com mais de dois anos de titulação”.

As opções tradicionais de ocupação de doutores, tais como, a própria pós-graduação ou a administração pública, dão sinais claros de que estão próximas a seus limites e que este quadro só será alterado frente a uma improvável grande abertura de novas unidades de pós-graduações e graduações país afora. Uma terceira via para a ocupação de doutores são as indústrias e empresas privadas, as quais compõem cerca de 11% do PIB. Contudo, essa via ainda é muito pouco explorada em nosso país e com o aumento da tecnologia e automação, os quadros de funcionários têm se tornado ainda mais enxutos, o que dificulta ainda mais as contratações (CROISFELTS *et al.*, 2020).

Em função desse cenário em que, de um lado, para igualar aos índices de países desenvolvidos haveria a necessidade de aumentar a quantidade de doutores. Contudo, de outro lado, a mão de obra supra qualificada já não é absorvida pelo mercado. Desta forma, uma alternativa cada vez mais promissora para equilibrar tal cenário é a difusão e implementação do empreendedorismo no meio acadêmico.

Sendo assim, ações para difundir os conceitos do empreendedorismo que estimulem o desenvolvimento de características empreendedoras no meio acadêmico e que estreitem o contato entre empresas e universidade se fazem cada vez mais necessárias. É nesse contexto que ações como o projeto de extensão universitária “Café Consciência” e o presente projeto “Café ConsCiência: Clube do livro” se inserem.

Em se tratando do “Café ConsCiência”, foi um projeto de extensão universitária realizado no município de Araraquara – SP, que tinha como objetivo construir uma rede de informação, de apoio à inovação e estímulo ao empreendedorismo.

As ações do projeto buscaram promover rede de relacionamentos entre pesquisadores e empreendedores, através de parcerias locais, negócios inovadores para contribuir com o fortalecimento de um ecossistema empreendedor através da oferta de aproximação, relacionamento e intermediação de ações entre pesquisadores, professores, empreendedores e entidades governamentais (parques tecnológicos, aceleradoras, incubadoras, universidades e agências de fomento) da macrorregião de Araraquara/SP e do interior de São Paulo (CROISFELTS *et al.*, 2020).

O projeto promoveu reuniões mensais em ambientes abertos como cafés e padarias da cidade e demandou ferramentas digitais para divulgação e mobilização dos atores. As reuniões ocorreram entre abril de 2016 e dezembro de 2019 nas quais o condutor do grupo tinha a função de identificar tendências, repetições e assuntos que mais geraram aderência e interesse dos participantes. Ao final dos encontros, era feita uma breve exposição dos assuntos debatidos e feita uma proposta de continuidade, elegendo-se o tema que seria aprofundado na reunião seguinte (CROISFELTS *et al.*, 2020).

Além de um grupo de WhatsApp com 134 membros atualmente, o projeto foi capaz de mobilizar vocações empreendedoras nos participantes e inúmeros empreendimentos foram moldados e desenvolvidos pela colaboração da rede. Foram identificados 30 pesquisadores com diversas soluções desenvolvidas no âmbito da universidade com potencial de gerar *spin off* na área de biotecnologia. Além disso, observou-se que dos participantes da rede Café ConsCiência, dez alcançaram subsídios da Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) para a validação da tecnologia no “Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas” (PIPE) (CROISFELTS *et al.*, 2020).

Hoje, o movimento Café Consciência é uma clara referência sobre como uma estratégia simples e aplicável em qualquer centro de pesquisa científica pode ser eficiente na mobilização de pesquisadores para a ampliação de suas características empreendedoras.

Agora, em se tratando do método “clube do livro”, vale ressaltar a importância de iniciativas que buscam o incentivo à leitura no Brasil. Segundo dados da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil” do Instituto Pró-Livro (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2019), o Brasil teve uma perda de 4,6 milhões de



leitores entre 2015 e 2019. Além disso, traçando um comparativo de classe e escolaridade, nota-se no estudo uma maior queda de leitores nas classes A e B e do Ensino superior, que historicamente mantinha um patamar maior de leitores.

A leitura, segundo discorrido por Mota (MOTA; SCORZONI; ALSELMI, 2019), não pode ser reduzida apenas o ato de decodificação de símbolos sequenciais, uma vez que o exercício está diretamente ligado à cultura de uma sociedade, que se insere em um contexto histórico. Logo, o ato de ler deixa de ser apenas uma “tradução” e passa a ser uma verdadeira construção de sentidos cujo papel deve ser ativo e igualmente cultural naquilo que concerne a essa construção. Além disso, segundo Nadia Fincht (FICHT, 2016), “A leitura é um instrumento importante para a aprendizagem e formação de um povo, através dela o indivíduo aumenta seu conhecimento, sua cultura, sua conscientização e senso crítico do mundo ao seu redor.”

Desta forma, a universidade, enquanto espaço educador de indivíduos, e ambiente de extensão (conforme estabelecido pela Lei nº 9,394/96 das Diretrizes e Bases da Educação), deve participar e auxiliar no processo de incentivo à leitura, bem como criar projetos e serviços que “captem” os jovens para este fim (FICHT, 2016).

Nesse sentido, o clube do livro ou clubes de leitura ocupam um espaço psicoeducacional de grande valor, pois permitem que uma ação individual possa se transformar em uma atividade de socialização, renegociações de significações, com prática polissêmica (PATRÍCIA; SÁ, 2019; WITTER, 1998).

Um fator relevante no Clube do Livro é que os participantes não precisam necessariamente terem lido a obra em questão, ocorre um debate entre os leitores, e os demais participantes questionam a obra, desde escrita, forma de apresentação entre outros, assim aqueles que ainda não leram o livro saem do Clube com o interesse e curiosidade em realizar a leitura (FICHT, 2016).

Desta forma, a ferramenta clube do livro é uma estratégia importante para captar novos leitores dentro do espaço acadêmico e para discutir conceitos relacionados ao empreendedorismo e inovação, de forma plural e significativa.

Agora, em se tratando do “Café Consciência- Clube do Livro”, este projeto foi introduzido em uma pandemia de COVID-19 causada pelo Sars-CoV-2 e suas variantes, contexto esse que levou a uma nova realidade sanitária, com uso de máscaras, higiene constante das mãos e principalmente políticas de distanciamento social que levou as pessoas a ficarem em casa. Dessa forma, um projeto visando encontros presenciais em cafés se tornou inviável.

Contudo, devido a este mesmo movimento de restrições de locomoção e aglomeração, houve um aumento expressivo o consumo de mídias sociais no meio digital. Segundo estimativas da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), durante a quarentena houve um aumento de cerca de 40-50% do uso da internet no Brasil (LAVADO, 2020). Esses dois fatores associados ocasionaram em um movimento de migração de vários profissionais para plataformas digitais e jornadas de trabalho em *home office* (MELLO, 2020; NEVES *et al.*, 2021).

No contexto atual, marcado pela importância de projetos que visam disseminar os conceitos de empreendedorismo no meio acadêmico, e considerando as restrições impostas pelas interações presenciais devido à pandemia, conduzimos uma análise do projeto em questão. Este projeto foi concebido com o objetivo de promover encontros virtuais para discutir e difundir os fundamentos do empreendedorismo.

O principal objetivo deste estudo é avaliar o impacto do projeto “Café Consciência: Clube do Livro”, que tem como propósito difundir os conceitos de empreendedorismo e inovação entre estudantes, professores, empresários e demais interessados. O intuito é fomentar o diálogo, a cooperação e a interação entre os participantes, visando estimular ações empreendedoras em rede.

Operacionalização das Ações

O projeto em análise foi desenvolvido em três etapas principais: divulgação do projeto de extensão, produção de *lives* com convidados e verificação de alcance de resultados.

Divulgação do projeto



Após a definição e submissão, a divulgação foi o primeiro passo a ser colocado em prática no projeto de extensão. Inicialmente seguiu-se uma estratégia de tráfego orgânico utilizando a rede social "Instagram", do conglomerado Meta Platforms, divulgação na rede LinkedIn e canais oficiais da Universidade de Araraquara (UNIARA).

O Instagram tem sido atualmente uma das principais redes de sociais para marketing digital de influência e vem sendo utilizado por várias empresas pois possibilita uma fácil interação entre as pessoas e entre empresas e seus consumidores (LICHTENHELD; DUARTE; BORTOLON, 2018), além de possuir um grande potencial de investimento, podendo alcançar um público maior e mais específico que utilizando estratégias de divulgação física como panfletagem, cartazes e outdoors.

Já o LinkedIn, é uma rede social voltada para negócios e foi criada em 2002. A empresa, atualmente do grupo Microsoft, foi adquirida pela empresa por US\$ 26,2 bilhões de dólares. A rede é uma das principais para network e contato no meio empresarial.

Desta forma, antes de iniciar as *lives*, foi criada uma conta no Instagram (@clubedolivro.cafe) no link: <https://www.instagram.com/clubedolivro.cafe/>, e utilizou-se a rede para divulgação dos livros e palestrantes do projeto durante os meses de execução, sempre com chamadas para a live no YouTube, cujos links que eram disponibilizados na biografia pelo <https://linktr.ee/clubedolivro.cafe>, e também direcionando o público para a página no LinkedIn, para as páginas da Pós-graduação em Biotecnologia Uniara <https://www.uniara.com.br/noticias/> e para os diversos parceiros do projeto. Além disso, a iniciativa foi também divulgada nas redes sociais dos colaboradores LIFBR Fórum (Líderes em Inovação Brasil da Royal Academy of Engineering) Protagonista Empreendedor, Encapsulando, FitoFit, Natcrom, Prothera, TecMIP, NP Smart, UNIARA, BioPolMatGroup, UFABC, PPG BioUniara, Henrique Croisfelts, Sophia Cavicchioli, e BioSmart Nano, com o objetivo de angariar público e novos seguidores interessados no projeto.

Outra estratégia de alcance e divulgação do projeto foi o compartilhamento das publicações e *lives* em grupos de WhatsApp, tanto aqueles destinados à alunos da Universidade Uniara (como: Alunos PPGBio - 38 participantes, Discentes – Pós-Graduação - 34 participantes, Grupo BioPolMat – 42 participantes) e grupos acadêmicos, de empreendedorismo e inovação (como: Rede Brasil StartUps – 254 participantes, Café Consciência – 138 participantes, 4 Turma do ERLS (Escola Nacional de Luz Síncrotron) – 32 participantes).

Ainda com o objetivo de alcançar o público da universidade, como forma de divulgação física, utilizou-se cartazes informando a data e hora do evento no YouTube e convidando as pessoas a visitarem a página no Instagram, que foram colados nas unidades I e II da Uniara.

Realização das transmissões no YouTube

Falando um pouco sobre a plataforma, o YouTube é um site de compartilhamento de vídeos e pertence a empresa Google, que comprou o site por US\$ 1,6 bilhão em 2006 (PORTAL PORIR, 2008). O site é uma das principais plataformas de divulgação de vídeos e foi utilizado nesse projeto para a divulgação das *lives* do Clube do Livro e foram realizadas no canal da Biotecnologia com o objetivo de divulgação do programa de pós-graduação como para manter as palestras e discussões salvas para consultas futuras.

As *Lives* ocorreram nos dias e horários listados na Tabela 1, onde constam também as informações dos livros discutidos, dos convidados envolvidos e o link para direcionamento.

As *Lives* foram moderadas utilizando a plataforma StreamYard <https://streamyard.com/>, inicialmente controladas pelo professor Dr. Hernane Barud e na última *Live* comandada pela professora Dra. Monica Costa.

Inicialmente o professor Hernane abria as palestras explicando sobre o projeto e sobre a pós-graduação da Uniara e logo passava a palavra para o aluno Jhonatan Silva apresentar mais a fundo sobre o projeto, objetivos, participantes, empresas colaboradoras e introduzia o convidado do dia que abria a palestra. Ficou livre ao convidado se interagiu com o público durante a *live* ou se permanecia o espaço para perguntas ao final da apresentação, e todos seguiram a estratégia de conversar com o público, gerando assim uma discussão sobre o tema, objetivo primeiro deste projeto.



Ao final de cada apresentação, o aluno Jhonatan Silva apresentava o próximo palestrante e o respectivo livro, encerrando a *live* com uma chamada para ação de curtir, compartilhar e seguir o projeto nas redes sociais.

Tabela 1 - Lives ocorridas no projeto de extensão Café ConsCiência – Clube do Livro, e número de visualizações (total = 508) até o dia 20/09/2023.

Dia e Horário	Convidado (a)	Livro	Link	Visualizações
27/08/2021 às 20:00h	Lisane Valdo	O Dilema da inovação - Clayton M. Christensen	https://www.youtube.com/watch?v=F71q4vHTO74&t=139s	97
24/09/2021 às 20:30	Ricardo Bonotto	O mito do empreendedor – Michael E. Gerber	https://www.youtube.com/watch?v=28rUYcsfADU&t=56s	50
29/10/2021 às 20:30	Rodrigo Bianchi	Armas, Germes e Aço - Jered Diamond	https://www.youtube.com/watch?v=m_d2Tylc-3w&t=2s	108
26/11/2021 às 20:00	Henrique Croisfelt	A estratégia do oceano azul - W. Chan Kim Renée Mauborgne	https://www.youtube.com/watch?v=sFZJWgak9tQ&t=104s	80
06/12/2021 às 20:00	Luciano Avallone	Porque os Generalistas vencem em um mundo de Especialistas – David Epstein	https://www.youtube.com/watch?v=uXHVmVuozbg	55
25/03/2022 às 20:00	Maria Augusta Orofino	Liderança Para Inovação - Maria Augusta Orofino	https://www.youtube.com/watch?v=8OsJF3rJMC0&t=2s	39
29/04/2022 às 20h	Marcus Maida	A inovação destruidora - Luc Ferry	https://www.youtube.com/watch?v=uExfdcAyimQ	49
27/05/2022 às 20h	Mara Sampaio	Descubra com Alice seu País das Maravilhas – Mara Sampaio	https://www.youtube.com/watch?v=ucc45Cl4lAs	30

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Sobre as obras abordadas, os convidados ficaram livres para escolher o livro a ser apresentado desde que o tema perpassasse pelos conceitos de empreendedorismo e inovação. Os livros e seus respectivos resumos estão listados abaixo:

- O Dilema da inovação - Clayton M. Christensen (CHRISTENSEN, 2011): O livro aborda os conceitos de inovação, “inocação disruptiva” e tem como premissa explicar porque empresas com boa administração e liderem em seus segmentos se tornaram obsoletas diante do surgimento de novas tecnologias.

- O mito do empreendedor – Michael E. Gerbe (GERBER, 2014): A obra de Michael Gerbe trabalha com o “mito do empreendedor” enraizado na crença que a solução dos problemas e questões da humanidade se encontram no trabalho árduo. Nesse sentido, o autor explora o fato de ocorrer a centralização das tarefas pelos empreendedores e a dificuldade em delegas as tarefas aos colaboradores. O livro auxilia a compreensão de fatores essenciais aos empreendedores como: a visão empreendedora, execução e organização.

- Armas, Germes e Aço - Jered Diamond (DIAMOND, 2017): O livro tem como objetivo demonstrar por uma revisão da evolução dos diferentes povos do mundo que foi moldados por fatores geográficos e ambientais, e não por questões étnicas e conclui que a dominação de uma população sobre outra tem fundamentos militares (armas), tecnológicos (aço) ou nas doenças (germes), que dizimaram sociedades de caçadores e coletores, assegurando conquistas, proporcionando a expansão dos domínios de determinados povos e, conseqüentemente, conferindo-lhes grande poder político e



econômico. A obra tangencia os conceitos de empreendedorismo ao discorrer sobre os fatores ambientais e a presença da tecnologia no desenvolvimento dos povos (podendo ser extrapolado para empresas em indústrias).

- A estratégia do oceano azul - W. Chan Kim e Renée Mauborgn (KIM e MAUBORGN, 2019): O livro tem como maior objeto de estudo o mercado. Nele o autor analisa a estratégia de empresas que criam novos mercados para suas soluções, até então desconhecidos, e focam na captura de nova demanda, se preocupar com a concorrência e valor-custo com diferencial. Denominada “estratégia do oceano azul” demonstra o poder da diferenciação e inovação das empresas em busca de mercados ainda não explorados.
- Porque os Generalistas vencem em um mundo de Especialistas – David Epstein (EPSTEIN, 2020): A ideia central do livro aborda como os profissionais de maior sucesso em suas áreas são “generalistas”, ou seja, encontram soluções para os problemas pela conexão entre áreas e ideias. O livro explora a relevância da multidisciplinaridade no âmbito profissional.
- Liderança Para Inovação - Maria Augusta Orofino (OROFINO, 2021): Apresentado pela própria autora do livro, o “Liderança para Inovação” visa mapear a transformação cultural para a inovação em empresas desde habilidades e processos que precisam ser aprendidos para promover essa mudança, passando por modelos de negócios conhecidos e como as organizações estão se adaptando ao novo contexto exigido nos dias atuais. Além disso, proporciona uma reflexão sobre as habilidades necessárias para promover uma liderança e uma cultura organizacional com ênfase no crescimento sustentável e que possam contribuir para ambientes de trabalho ambidestros.
- A inovação destruidora - Luc Ferry (FERRY, 2015) – Um livro polêmico e instigante que demonstra como inovações podem servir de motor para alavancar o crescimento econômico, e ao mesmo tempo, causa a obsolescência de empregos, carreiras e tecnologias.
- Atitude Empreendedora: Descubra com Alice seu País das Maravilhas – Mara Sampaio (SAMPAIO, 2014): Também apresentado pela própria autora do livro, inspirada no clássico britânico “Alice no país das maravilhas” de Lewis Carroll, Mara Sampaio por meio das aventuras de Alice propõem formas de desenvolver uma atitude empreendedora para o crescimento de qualquer profissional, seja como funcionário de uma empresa, seja como dono de um negócio próprio.

Resultados e Discussão

A página no Instagram seguiu uma estratégia de tráfego orgânico, isso significa que não foi gasto nenhum valor em impulsionamento de publicações ou tráfego pago, mantendo e conseguindo seguidores apenas através das publicações do conteúdo na página, compartilhamento em grupos de WhatsApp e chamadas para ação.

Com apenas 33 publicações simples no feed do Instagram, em 9 meses, atualmente, o perfil alcançou 87 seguidores orgânicos, como demonstra a Figura 3. Vale ressaltar que seguidores orgânicos geram maior engajamento para o projeto o que reflete maior visibilidade para as *lives*.

Desta forma, é possível explicar os números de visualizações obtidos nos vídeos no YouTube, que somados contam, atualmente, com 508 visualizações, sendo que os valores individuais em cada um dos vídeos estão demonstrados na Tabela 1. Ressalta-se ainda que os vídeos permanecem e permanecerão na plataforma para eventuais consultas e novos públicos, podendo assim levar conceitos e discussões sobre empreendedorismo a um número maior de pessoas.

Traçando um paralelo com o grande número de visualizações em canais tradicionais no YouTube e do real poder de alcance das mídias sociais e digitais, é possível afirmar que os vídeos não tiveram um alcance expressivo. Ainda assim, pontuando o fato de não ter havido nenhuma campanha de impulsionamento do projeto via Facebook ADS, Google ADS, e considerando o tempo de existência e número de seguidores do canal de Biotecnologia (971 seguidores), os vídeos conseguiram atingir um público razoável considerando as limitações de alcance encontradas.



Figura 3 - Perfil do projeto no Instagram.



Fonte: reprodução própria instagram @clubedolivro.cafe.

Agora, com uma perspectiva mais realista, os vídeos de difusão e perpetuação de conceitos sobre empreendedorismo e inovação teve um alcance de 508 espectadores, esses que podem sair dos vídeos com uma nova visão sobre o tema. Relatamos ainda que as *lives* foram capazes de trazer um novo público ao grupo do WhatsApp “Café ConsCiência” que terão um contato diário com os conceitos e poderão vir a desenvolver trabalhos relacionados ao empreendedorismo e inovação.

Conclusão

Conclui-se assim que o projeto “Café consciência – Clube do Livro”, foi executado conforme esperado e trouxe ao público conceitos importantes do empreendedorismo e inovação, de forma descontraída e de fácil compreensão. Contribuindo assim para a divulgação e popularização dos temas para várias pessoas.

Pontua-se ainda que o projeto chamou a atenção de alguns participantes e palestrantes, o que gerou convites para a perpetuação do projeto com novas parcerias e grupos de pesquisa, sendo essa uma oportunidade para crescimento, não apenas do Clube do Livro em si e de suas redes sociais, mas também das redes dos colaboradores e da pós-graduação em Biotecnologia na Uniara.

O “Café consciência: Clube do Livro” foi desenvolvido como projeto de extensão do programa de pós-graduação em biotecnologia da Universidade de Araraquara -SP e apesar de concluído, na ocasião, poderá ter continuidade com novos autores e livros. Sobre o formato, almejando alcançar maior público, o projeto poderá aderir ao estilo podcast (bastante popular no momento de escrita deste artigo), com entrevistas e bate-papo com os convidados, possibilitando alcançar novas plataformas como Spotify, Deezer, Amazon Music, Apple Podcast. Além disso, o podcast no estilo entrevistas e bate-papo, além de mais descontraído, pode gerar conteúdos de cortes das lives de trechos específicos com potencial de viralização nas redes, para desta forma, ser disseminadas no Tik Tok, Reels – Instagram, Shorts – YouTube, o que pode gerar maior alcance e maior público para o projeto.

Referências

CAPES; Plano Nacional de Pós-Graduação – 2024 – 2028. **Ministério Da Educação**, 2023. Disponível em: [WCRISTENSEN, C. M;](#) O Dilema Da Inovacao. Quando As Novas Tecnologias Levam As Empresas Ao Fracasso. Editora M. Books. Edição Em Português, 2011.

CROISFELTS, H.; BARBOZA, R. A. B.; DE FREITAS RAMALHEIRO, G. C.; SILVAL BARUD, H. Redes de inovação, cooperação universidade-empresa e spin off: estudo de caso café consciência. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 6, p. 33792–33811, 2020.

DIAMOND, J; Armas, Germes e Aço. **Editora Record**. Edição em Português, 2017.

EPSTEIN, D; Porque os Generalistas vencem em um mundo de Especialistas. **Editora Globo Livros**. Edição em Português, 2020.



FERRY, L; A inovação destruidora. **Editora Objetiva**. Edição em Português, 2015.

FICHT, N. Clube do livro: uma inovação em Biblioteca Universitária. *In: Anais... XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias*, p. 8, 2016. Disponível em: www.tcpdf.org. Acesso em: 26 jan 2024

FIGUEIRA, J. B.; CARVALHO, T. M. B. **Empreendedorismo acadêmico no Brasil**: evidências a partir da avaliação da trajetória profissional de ex-bolsistas de iniciação científica, mestrado e doutorado. Trabalho de conclusão de curso. Gestão do Comércio Internacional e Gestão de empresas à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas, 2015.

GALVAO, A.C.F., *et al* **CGEE - CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS**. Mestres e Doutores 2015: estudos da demografia da base técnico-científica brasileira. Brasília:CGEE, 2016 . Disponível em: https://www.cgee.org.br/documents/10195/11009696/Mestres_Doutores_2015_Vs3.pdf/d4686474-7a32-4bc9-91ae-eb5421e0a981?version=1.6 Acesso em: 05 mar 2024.

GARCIA, *et al*. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação a criação de empresas por alunos universitários. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.1, n.3, 2012.

GERBER, M. E; O mito do empreendedor. Editora Fundamento. Edição em Português, 2014.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2019. Retratos da Leitura no Brasil. **Revista Contrapontos**, v. 5, n. 3, p. 153, 2019. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/pesquisas-retratos-da-leitura/as-pesquisas-2/>. Acesso em: 05 mar 2024.

KIM, W. C; MAUBORGNE, R; A estratégia do oceano azul: Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Edição Padrão em Português. **Editora Sextante**, 2019.

KRUGER, C.; PINHEIRO, J. P; MINELLO, I. F; As características comportamentais empreendedoras de David McClelland. **Revista: Caribeña de Ciencias Sociales**, p. 1–5, 1999. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/caribe/index.html>. Acesso em: 05 mar 2024.

LAVADO, T. **Com maior uso da internet durante pandemia, número de reclamações aumenta; especialistas apontam problemas mais comuns**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/11/com-maior-uso-da-internet-durante-pandemia-numero-de-reclamacoes-aumenta-especialistas-apontam-problemas-mais-comuns.ghtml>. Acesso em: 05 mar 2024.

LICHTENHELD, A. F.; DUARTE, C. V.; BORTOLON, A. O Instagram Como Estratégia De Marketing Digital: Uma Pesquisa Ação Na Wood Lanches. p. 1–20, 2018.

MARTES, A. C. B. Weber and Schumpeter: The Economic action of the entrepreneur. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 2, p. 254–270, 2010.

MELLO, D. **Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em: 05 mar 2024.

MOTA, E. C.; SCORZONI, Marília F; ALSELMÍ, André L. Projeto de extensão “Clube de Leitura nas Escolas”: uma experiência pautada no letramento literário Elaine. **Revista Iluminart**, v. 17, p. 127–138, 2019. Acesso em: 05 mar 2024.



NEVES, Vanusa Nascimento Sabino *et al.* UTILIZAÇÃO DE LIVES COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO EM SAÚDE DURANTE A PANDEMIA PELA COVID-19. **Educação & Sociedade**, v. 42, p. 1-17, 2021. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302021000100308&tlng=pt. Acesso em: 05 mar 2024.

OROFINO, M. A; Liderança Para A Inovação: Como Aprender, Adaptar E Conduzir A Transformação Cultural Nas Organizações. **Editora Alta Books**. Edição Em Português, 2021.

PATRÍCIA, J.; SÁ, Silva De. A importância da mediação da leitura para a comunidade : a experiência do Clube do Livro de Ribeirão das Neves. 2019. Acesso em: 05 mar 2024.

PORTAL PORIR. **Google lança nova canal Youtube Edu**. Disponível em: <https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,google-lanca-novo-canal-youtube-edu,1099490>. Acesso em: 05 mar 2024.

SAMPAIO, M; Atitude Empreendedora: Descubra com Alice seu País das Maravilhas. **Editora Senac São Paulo**. Edição em Português, 2014. SCHWARTZMAN, S. Brazil : O p p o r t u n i t y and crisis in higher education * I . Opportunity and crisis. **Higher Education**, v. 17, p. 99-119, 1988.

WITTER, G. P. Clube do livro, alfabetização e comunicação. **Psicologia Escolar e Educacional**, v. 2, n. 2, 1998.