

EDITORIAL DE ABERTURA

Aos leitores,

O cérebro eletrônico faz tudo
Quase tudo
Quase tudo
Mas ele é mudo
O cérebro eletrônico comanda
Manda e desmanda
Ele é quem manda
Mas ele não anda
Só eu posso pensar
Se Deus existe, só eu
Só eu posso chorar quando estou triste
Só eu
Eu cá com meus botões de carne e osso
Eu falo e ouço
[...]
(Cérebro Eletrônico - Gilberto Gil)

Começo este editorial afirmando que a Revista Repensar é um ganho para a produção de conhecimento em gestão. Isso se justifica pelo fato de haver uma ausência de revistas especializadas em casos de ensino. Em contrapartida, há uma demanda crescente desses instrumentos para serem aplicados em aula.

A pandemia vivenciada de forma ininterrupta, por quase dois anos, ocasionou impactos econômicos, sociais, culturais e educacionais. Na educação, o ensino remoto e a utilização de metodologias ativas eram partes da didática educacional, agora são elementos estruturantes no processo de aprendizagem, cujo objetivo é auxiliar na reflexão e questionamento, elementos fundamentais ao desenvolvimento da criação do conhecimento.

Assim, o uso de recursos técnicos voltados à experimentação faz parte do ensino profissionalizante. Esse método toma por base a simulação de circunstâncias reais, propondo problemas e condições frequentemente encontrados no espaço de trabalho, o que facilita o processo de ensino-aprendizagem.

Nesse contexto, os casos de ensino se apresentam como recurso didático importante, representando um cenário muito próximo à vivência cotidiana, ou mesmo por mostrar

alguma história verídica, exigindo do aluno um posicionamento frente à questão colocada.

A aplicação do caso de ensino tem como finalidade, portanto, despertar a capacidade de tomar decisões e auxiliar o exercício de reflexão. Como os problemas são apresentados na forma de “caso”, permitem ao estudante uma maior segurança em relação ao conhecimento adquirido.

Este número da Revista Repensar traz doze casos de ensino. Cada um com sua particularidade, mas integrados na prática de importantes habilidades. Os casos das marcas Kolene, Doriana e Seara Nature trazem um desafio sobre reposicionamento de marca, já o caso da Minuano exhibe a demanda de realizar o crescimento das vendas. O caso da Seara Frios também desperta para possíveis soluções quanto ao aumento na venda de produto, sobretudo, em padarias.

A experiência da Seara Gourmet provoca a necessidade de se alcançar o desenvolvimento e a implementação de inovações. Contudo, prováveis caminhos para alcançar crescimento das marcas foram provocados nos casos de ensino de Neutrox, Seara Turma da Mônica, Seara Incrível e Phytoderm. Por fim, a temática de fortalecimento de marca é trazida nos casos de ensino das marcas Sabonete Francis e Ox.

Todos os casos de ensino orientam quanto às leituras recomendadas para a realização do estudo, bem como o formato sugerido para aplicação. Assim, convidamos todos à prática dessas sugestões e, com isso, debater e produzir soluções inovadoras e instigantes para cada situação.

Maria Amélia Jundurian Corá

Professora Doutora da Universidade Federal de Alagoas (UFAL)