

# FUTURE BALLOONS ASSOCIAR A TECNOLOGIA À EDUCAÇÃO

Clara Rodrigues é Cofundadora e Gestora de Projetos da Future Balloons, uma empresa de consultoria que atua nas áreas de TIC, Educação e Formação, com as componentes social e pedagógica sempre presentes em cada um dos projetos desenvolvidos. Venha connosco saber mais.



CLARA RODRIGUES

É em 2010 que Clara Rodrigues e Gerhard Doppler fundam a Future Balloons, direcionada para o universo das novas tecnologias e que tem vindo a preconizar uma marca de qualidade e excelência no mundo da inovação. Mas mais do que uma tecnológica, a Future Balloons quer diferenciar-se pela vertente social intrínseca aos seus produtos e projetos. Em colaboração com parceiros com a mesma visão e, certamente, com a mesma paixão, a Future Balloons atua em quatro áreas distintas: Desenvolvimento de Software - Serviços de desenvolvimento de programas em contexto web e mobile, em especial em sistemas aplicados à formação, e-Learning e gestão de conhecimento; Design para a Educação e Inovação Social - Design Social é um método criativo aplicado à resolução de problemas sociais, baseado nas técnicas do Design Thinking. Envolve o treino de empatia, uma abordagem centrada na pessoa/ utilizador e na síntese colaborativa de ideias; Formação - Cursos intensivos incorporados numa metodologia centrada no utilizador e orientados para a aquisição de competências muito tangíveis. Têm como alvo um amplo grupo de profissionais que estão comprometidos com a missão da empresa; Por fim, Consultoria de Projetos - Focada em chegar à raiz do problema, a Future Balloons procura dar as respostas certas às necessidades das organizações, oferecendo soluções exponenciais. A Future Balloons tem um objetivo, uma utopia, nas palavras de Clara Rodrigues, que é

apoiar a transição da sociedade baseada no conhecimento para uma sociedade baseada na compreensão. "Em 2010 quando desenhámos esta missão já pensávamos assim. Vivemos na era da informação. Toda a gente tem acesso a uma panóplia de informações disponíveis em qualquer lado. Mas mais do que consumidores de informação, também nós somos produtores de informação. No entanto, as pessoas não compreendem a informação que está disponível de forma a conseguir seleccioná-la e utilizá-la devidamente. É por aqui que é necessário educar e é neste sentido que a Future Balloons trabalha. Há a necessidade de que as pessoas sejam mais críticas e mais criativas sobre os próprios conteúdos", diz-nos a nossa entrevistada. Então, de que forma a Future Balloons procura promover essa mudança? Para Clara Rodrigues, essa mudança passa por "compreender que a nossa interação com qualquer informação vai modificá-la ou transformá-la, esta noção é literacia e uma necessidade transversal a todas as gerações; ao gostarmos ou partilharmos determinado conteúdo estamos a contribuir para um movimento ou até para uma conspiração", acrescenta Clara Rodrigues. Neste âmbito, a Future Balloons encontra-se envolvida no projeto "Fostering Adolescents' Knowledge and Empowerment in Outsmarting Fake Facts" - FAKE OFF - que visa o incentivo da literacia digital nos jovens despertando a sua consciência para a desinformação intencional e permitir que identifiquem "notícias falsas" e as evitem.

“ A evolução social está patente em todos os projetos: tentam oferecer respostas tecnologicamente ativadas a questões como o emprego jovem, envelhecimento ativo ou acompanhamento de crianças com doenças crónicas ”

## “A TECNOLOGIA SÓ NOS É ÚTIL QUANDO CORRESPONDE A UMA MUDANÇA”

Quando, Clara Rodrigues e Gerhard Doppler idealizam criar a sua própria empresa não imaginavam nem tinham planeado que a empresa chegasse à dimensão atual. "Era o nosso projeto, mas não pensávamos em atingir a dimensão que temos hoje. Éramos apenas nós e o nosso emprego. Não passámos por nenhum processo de incubação nem tivemos investimentos típicos de start up. Passados dois anos sentimos a necessidade de contratar um colaborador para nos ajudar em termos de secretaria e logística. Ao passarmos a ter um espaço físico próprio também passámos a ter outra capacidade de resposta. Entretanto conseguimos novos clientes e projetos de maior dimensão. Hoje somos 11 pessoas, distribuídas em equipas especializadas", explica Clara Rodrigues. A evolução social está patente em todos os



## QUEM É CLARA RODRIGUES?

Natural da Figueira da Foz, Clara Rodrigues é licenciada em Ciências da Educação e pós-graduada em Economia Social (Universidade de Coimbra). Cofundadora da Future Balloons, na empresa trabalha na área da inovação e na gestão de recursos humanos. Antes da criação da Future Balloons, Clara Rodrigues teve a oportunidade de adquirir um know-how e uma bagagem fundamental através da sua experiência no Gabinete de Projetos do Instituto Politécnico de Beja. É aqui que tem o seu primeiro contacto com a consultoria e é, ainda, convidada a lecionar aulas de metodologias de investigação e a ministrar formação de formadores e professores. Enquanto se formava, fez uma passagem pela Rádio Universidade de Coimbra como locutora, o que talvez explique a mulher entusiasta e comunicativa que tínhamos à nossa frente durante a entrevista à Revista Pontos de Vista.

projetos: tentam oferecer respostas tecnologicamente ativadas a questões como o emprego jovem, envelhecimento ativo ou acompanhamento de crianças com doenças crónicas. A componente da mudança é pedagógica. "O objetivo final é sempre uma melhoria social. A tecnologia só nos é útil quando corresponde a uma mudança ou transformação social, de outra maneira é apenas um produto consumível. Para nós sempre fez sentido esta componente social estar presente nos nossos projetos", afirma Clara Rodrigues. A título de exemplo, falemos do projeto CUVID que visa dar resposta à necessidade urgente de combater o desemprego juvenil. Foi desenvolvida uma plataforma interativa de talentos online para jovens de forma a ligá-los diretamente a potenciais empregadores. A plataforma CUVID permite que os jovens criem vídeos para autoapresentação ligados aos seus currículos digitais. Os clientes e parceiros percebem que a Future Balloons é mais do que uma tecnológica que desenvolve software. "Esta é a nossa diferenciação e o nicho de mercado que queremos alcançar", afirma a nossa entrevistada. A capacidade tecnológica da Future Balloons foi crescendo à medida que a empresa foi integrando novos talentos, tornando-se capaz de responder de forma mais inovadora aos problemas dos clientes. "Aplicamos metodologias como o design thinking e a cocriação para alcançar a raiz do problema e criar resultados excecionais. Na consultoria de projetos traba-

“ A tecnologia está feita para trabalhar, as pessoas, por sua vez, quando chegam a uma empresa têm as suas próprias expectativas. No fundo, o sonho é nosso. Por isso mesmo cabe-nos gerir as capacidades, os objetivos e as perspetivas de cada pessoa. Bem como acompanhá-las e fazê-las sentir-se parte integrante e valorizadas no projeto ”



lhamos de forma muito estreita com o cliente e com os utilizadores finais, de forma a perceber todos os parâmetros do problema e só depois desenhamos uma solução à medida. De facto, o que fazemos é alinhar o que o cliente quer com aquilo que ele precisa.”

## A LIDERANÇA FEMININA

Enquanto líder de equipa, acha mais difícil gerir pessoas ou gerir tecnologia? Clara Rodrigues afirma que é muito mais difícil gerir pessoas: "A tecnologia está feita para trabalhar, as pessoas, por sua vez, quando chegam a uma empresa têm as suas próprias expectativas. No fundo, o sonho é nosso. Por isso mesmo cabe-nos gerir as capacidades, os objetivos e as perspetivas de cada pessoa. Bem como acompanhá-las e fazê-las sentir-se parte integrante e valorizadas no projeto", afirma Clara Rodrigues. Nunca se falou tanto na dinâmica dos géneros no universo do trabalho. Existem, de facto, diferenças entre uma liderança feminina e uma masculina? "Existem sim, até porque os homens e as mulheres têm cérebros diferentes. Lideram de forma diferente tal como fazem compras de modo diferente ou abordam um problema de forma diferente. Ambos chegam a uma solução. Há quem descreva a liderança feminina como transformacional e a masculina como transaccional (independentemente do género que a aplique)". Clara acredita que se pode aprender muito entre géneros. A empatia, a capacidade de perspetiva global e visão "por trás dos cenários" mais femininas é necessária numa empresa, assim como a parte pragmática e direcionada a objetivos de curto prazo do homem é igualmente essencial. A questão da desigualdade de género no setor tecnológico acontece sobretudo ao nível da representação. Em média, nas empresas tecnológicas, as mulheres representam apenas cerca de 26% dos colaboradores. Na Future Balloons as mulheres representam 36,4%. Queremos continuar a contrariar o gender gap e por isso é necessário investir também em atrair raparigas para percursos de formação ligados às tecnologias e às ciências exatas. ■

CU Vid  
Curriculum Video



<https://portal.cuvid.eu>

Pesquisa detalhada de candidatos

Candidaturas de toda a Europa

Plataforma gratuita

Criação vídeo CV

FUTURE BALLOONS  
we take you higher!

Cofinanciado pelo Programa Erasmus+ da União Europeia

Projecto financiado com o apoio da Comissão Europeia. A informação contida nesta publicação vincula exclusivamente o autor, não sendo a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.