



ANEXO 3 – RELATÓRIO PARA AVALIAÇÃO

Os tópicos abaixo são orientações para apresentação do trabalho. Caso não seja aplicável algum dos itens, deixá-lo em branco. É importante que contenha o máximo de informações para que a Comissão Avaliadora possa compreender adequadamente a Prática.

NOME DA INSTITUIÇÃO: Full Sail University

SEGMENTO: IES - Instituições de Ensino Superior

CATEGORIA: Responsabilidade Social

TÍTULO DA PRÁTICA: Creativity Marathon

1. PRÁTICA EFICAZ DE GESTÃO EDUCACIONAL

1.1. Histórico da Prática – descrever como surgiu o programa/prática e indicar a data de início das ações.

A Full Sail University é uma universidade americana localizada em Orlando, Florida, USA. Com mais de 40 anos de experiência no mercado de educação e formação de profissionais para a indústria criativa (cinema, música, games, artes, mídia, tecnologia, negócios do entretenimento e negócios do esporte), a universidade tem como objetivo aumentar sua relevância em outros países e aumentar a quantidade de alunos internacionais em seu campus e cursos on line.

A Creativity Marathon nasceu no Brasil como iniciativa de premiação internacional em 2018, repetiu-se em 2019, tornou-se internacional em 2020, 2021, 2022 e 2023 e volta a ser uma iniciativa exclusiva do Brasil em 2024. Ela acontece anualmente em períodos diferentes em cada ano, a depender dos países que participam da iniciativa.

1.2. Objetivos da Prática

O objetivo da Creativity Marathon pode ser examinado sob as seguintes óticas:

- a. Discutir a relevância da discussão de ideias através da criação de conteúdos audiovisuais. Atualmente a maior parte do conteúdo consumido pelas pessoas acontece em formato de vídeo, e a maratona traz um desafio de filmmaking para jovens de 9º. Ano do Fundamental ao 3º. Ano do Medio para que eles possam contar uma historia e trazer uma solução em formato de vídeo. Para uma geração digital e mediática, trazer esse contexto para a escola faz-se cada vez mais importante.
- b. Mostrar como e trabalhar com criação audiovisual e as possíveis ocupações para quem quer trabalhar com cinema / criação audiovisual, visando a ampliação dos horizontes dos jovens em momento de escolha de carreira
- c. Contribuir com a formação e a integração dos jovens com a Agenda 2030 e suas questões tao relevantes a respeito de sustentabilidade e o papel de cada um na solução de problemas sustentáveis.
- d. Tornar a fluência no inglês uma condição percebida pelos alunos como um meio e não um fim por si só, uma vez que toda a competição acontece em inglês.
- e. Premiar talentos criativos, que na historia das competições e premiações educacionais fica muitas vezes tímida, desencorajando futuros talentos para carreiras da economia criativa.



1.3. Público Alvo Atingido – indicar se incluem clientes, fornecedores, funcionários, docentes, terceirizados, comunidade etc.

Como publico alvo atingido ressaltamos:

- a. Alunos do 9º. Ano do Fundamental ao 3º. Ano do Ensino Medio de escolas parceiras da Full Sail University
- b. Professores desses alunos
- c. As próprias escolas, uma vez que os alunos entram na competição representando suas escolas
- d. Docentes da Full Sail University, que participam da Ação com a produção de conteúdos em formato de mentorias para os alunos participantes, bem como avaliam os vídeos de acordo com a rubrica da competição
- e. Graduados da universidade, que podem contribuir como jurados dos vídeos (no total a competição conta com 50 a 80 jurados, dependendo do tamanho da edição).

1.4. Descrição das Atividades Implantadas

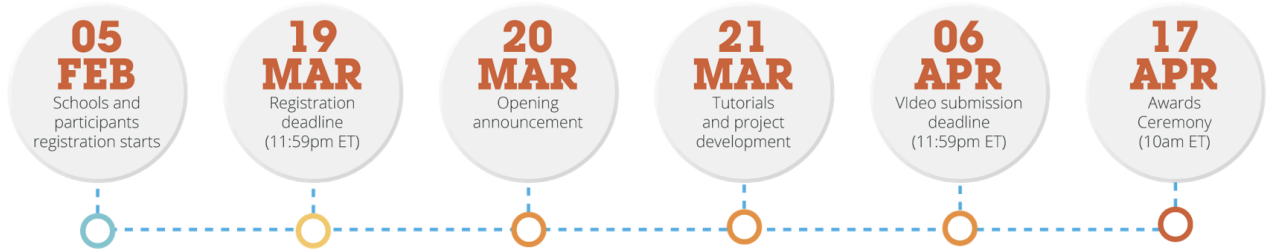
As escolas são convidadas a fazer inscrição das escolas gratuitamente. Após a inscrição, podem se inscrever professores (orientadores) e alunos do 9º. Ano do fundamental ao 3º. Ano do Ensino Medio. Após o encerramento do prazo de inscrição inicia-se a Creativity Marathon com as etapas abaixo:

- a. Opening announcement: call ao vivo pela ferramenta Zoom Webinar em que são revistas todas as regras da competição, os prazos e as etapas que devem ser cumpridas pelos alunos.
- b. Liberação das mentorias on line que os alunos podem assistir buscando elevar a qualidade de suas entregas. São oferecidas 12 mentorias em formato de vídeo com acesso on demand: 3 no tema de sustentabilidade, 3 no tema de pré-produção audiovisual, 3 no tema de produção audiovisual e 3 no tema de pós-produção audiovisual (edição).
- c. Desenvolvimento dos trabalhos: em grupos de 3 a 5 alunos, com a ajuda de um professor orientador, os alunos iniciam a produção de seus vídeos. Eles precisam identificar um problema de sustentabilidade de suas comunidades, entender esse problema e relacioná-lo com a Agenda 2030 e os ODS, pensar em uma solução viável para esse problema e contar em um vídeo de ate 3 minutos como essa solução pode ser implantada. Cada aluno somente pode participar de um grupo de trabalho, mas professores podem orientar mais de um grupo. Tanto alunos quanto professores representam suas escolas.
- d. Entrega dos projetos: os professores de cada escola aprovam os vídeos que serão submetidos a avaliação da Creativity Marathon, e os submetem via plataforma digital da Full Sail University.
- e. Award Ceremony: em cerimónia virtual que acontece pelo Zoom Webinar os alunos e professores conhecem os projetos premiados: sendo eles um vencedor regional e 5 menções honrosas regionais. Nas edições internacionais os vencedores regionais competiam entre si pelo prémio de vencedor Global.

A imagem abaixo ilustra o calendário da edição de 2024:



2024 Timeline



A imagem abaixo indica as etapas do processo:

Registration Process



2. LIDERANÇA

2.1. Equipe Envolvida com a Prática – apresentar cargos ou funções. Indicar a área onde a prática se situa

a. Equipe da Full Sail University:

- Carol Olival, community outreach director. Idealizadora e organizadora da competição. Responsável pela coordenação da Ação, contato com escolas, criação das regras e adaptações anuais da Ação, bem como com a negociação da campanha junto a sede da universidade em Orlando, Florida, USA. Engajamento com graduados para a criação do corpo de jurados e com instrutores da universidade para criação de vídeos de tutoriais para os alunos.
- Tatiana Augusto, coordenadora do time da Full Sail no Brasil. Responsável pelo contato com as escolas e a divulgação da Ação junto aos professores



- c. Camila Colombo: produção de conteúdo. Responsável pelas Mídias sociais e pela comunicação do projeto nas redes sociais da universidade
 - d. Ana Paula Haibara: designer da universidade no Brasil. Responsável pelas peças de marketing para divulgação on e off line através das escolas
- b. Equipes das escolas participantes
- a. Direção e coordenação: apesar da participação na competição ser gratuita para escolas, professores e alunos, faz-se necessário o envolvimento ativo e próximo da coordenação e da direção da escola para uma efetiva comunicação com professores, famílias e alunos.
 - b. Professores: são elemento chave da campanha. Participam voluntariamente e são os responsáveis pelas inscrições e pelo comprometimento dos alunos. Na prática percebe-se que cada escola determina o professor ou a matéria que mais tem identificação com a Creativity Marathon. Em algumas escolas a matéria que desenvolve o projeto está ligada ao departamento de inglês, em outras com as cadeiras de história, geografia e ciências, pela relação desses temas com a Agenda 2030. Faz parte da liberdade de cada escola definir se a Creativity Marathon entrará como projeto obrigatório ou opcional dos alunos, se suas participações gerarão nota para os alunos ou não. O escopo do projeto por parte da Full Sail University permanece o mesmo: que os alunos cumpram o calendário e entreguem um vídeo de até 3 minutos, em inglês, mostrando um problema sustentável ligado a Agenda 2030, relacionem esse problema aos ODS e proponham uma solução viável.

2.2. Participação da Alta Direção – indicar como ocorre o envolvimento e o comprometimento da alta direção com a prática

Tratando-se a alta direção da Full Sail University, a participação da mesma está ligada à aprovação do budget necessário para o desenvolvimento da campanha, uma vez que todos os custos de produção de conteúdo, desenvolvimento de plataforma digital e prêmios e certificações ocorrem com custos pagos pela própria universidade. A Creativity Marathon tem sido todos os anos a campanha mais significativa e de maior corpo dentro da comunidade internacional da Full Sail University e reconhecida como tal pela alta direção da universidade.

Importante também salientar a participação das direções das escolas que participam, uma vez que na Creativity Marathon o que vemos consolida-se em uma grande onda de colaboração entre escolas, professores e a universidade.

3. RESULTADOS

Dos indicadores abaixo, mencione e apresente os que são aderentes à prática:

3.1. Indicadores acadêmicos / pedagógicos

Número de participantes:

- a. Edição de 2018: 20 escolas, 40 educadores, 200 inscritos, 20 vídeos entregues
- b. Edição de 2019: 40 escolas, 120 educadores, 880 inscritos, 50 vídeos entregues
- c. Edição de 2020: 60+ escolas, 500+ educadores, 2100+ inscritos, 400+ vídeos
- d. Edição de 2021: 50+ escolas, 520+ educadores, 2400+ inscritos, 450+ vídeos
- e. Edição de 2022: 60+ escolas, 180+ educadores, 1900+ inscritos, 450+ vídeos
- f. Edição de 2023: 70+ escolas, 130+ educadores, 1900+ inscritos, 450+ vídeos



3.2. Indicadores de produtividade e/ou de satisfação dos colaboradores

Ressaltamos como indicador de satisfação dos colaboradores o fato de todos os anos termos 50+ jurados formados por graduados da universidade que se dedicam voluntariamente ao projeto por entenderem a oportunidade que o mesmo gera aos jovens. O mesmo se diz da equipe da Full Sail University e sua dedicação ao projeto, assim como as escolas e professores que participam da ação (profissionais esses que podem ser vistos como colaboradores da ação bem como clientes da mesma).

3.3. Indicadores de satisfação de clientes

Ressaltamos como indicador de satisfação o fato de 80% das escolas participarem todos os anos da competição, muitas vezes já tendo inclusive incorporado a Ação a seus calendários anuais. Olhando as famílias e os jovens participantes são constantes os depoimentos sobre como a participação nessa Ação os ajudou nos aspectos de desenvolvimento de inglês, desenvolvimento de currículo, descoberta de novas carreiras e reflexão sobre suas futuras ocupações. Destacamos o depoimento abaixo, que recebemos da professora Renata Condi, do Colegio Rio Branco, contando sobre o desdobramento vivido por uma de suas alunas, que participou de ações da Full Sail University:

“Olá! Aqui estou eu com notícias de alunos que fizeram cursos da Full Sail!

História: uma aluna formanda de dez/2023. O pai, que é inspetor no colégio, me contou hoje que ela já arrumou um emprego! Colocou os cursos que ela fez pelo colégio, incluindo MLAB Harvard, os da Full Sail que promovemos e da Iowa State que participamos, no CV dela e incluiu o portfólio de desenhos. É a mais nova funcionária de marketing digital (!) antes até de ter o resultado de vestibulares! Olha só como os cursos da Full Sail mudam vidas!

Está aguardando o resultado da FATEC para o curso de gestão, mas quem sabe um dia não consegue estudar nos EUA!

beijo!”

(18 de janeiro de 2024)

3.4. Indicadores de captação de clientes

Número de participantes:

Edição de 2018: 20 escolas, 40 educadores, 200 inscritos, 20 vídeos entregues

Edição de 2019: 40 escolas, 120 educadores, 880 inscritos, 50 vídeos entregues

Edição de 2020: 60+ escolas, 500+ educadores, 2100+ inscritos, 400+ vídeos

Edição de 2021: 50+ escolas, 520+ educadores, 2400+ inscritos, 450+ vídeos

Edição de 2022: 60+ escolas, 180+ educadores, 1900+ inscritos, 450+ vídeos

Edição de 2023: 70+ escolas, 130+ educadores, 1900+ inscritos, 450+ vídeos

Todos os alunos participantes indicados acima, ao participar da Creativity Marathon preenchem um formulário em que dizer se tem interesse em conhecer mais sobre os programas da universidade, e com isso tornam-se clientes. Historicamente temos uma media de 85% de respostas afirmativas com interesse em conhecer mais sobre a universidade.

3.5. Resultados obtidos junto à comunidade

Muitos dos projetos submetidos pelos alunos iniciaram projetos internos nas escolas que seguiram de forma independente a Creativity Marathon, trazendo resultados para a própria



comunidade da escola. Em alguns casos os próprios alunos organizaram mutirões de informação sobre redução do uso de copos plásticos, em outros casos os projetos dos alunos foram enviados a ONGs que ajudaram na execução dos projetos. Para compreender as ideias que os alunos trazem e seus impactos, sugere-se assistir os vídeos indicados na sessão de Anexo desse documento.

3.6. Indicadores de sustentabilidade

Esse projeto acontece de forma completamente virtual, e impacta na forma como a Agenda 2030 e os ODS, temas que podem se tornar tão áridos, são tratados com jovens de 13 a 17 anos. Ele impacta diretamente na comunidade para que a própria comunidade possa se enxergar como agente ativo de promoção de sustentabilidade na medida em que premia soluções simples e de possível implantação pelos próprios alunos que estão desenvolvendo o projeto.

3.7. Impacto na marca da instituição

A Full Sail University é uma universidade americana e, portanto, presente em um país não assinante da Agenda 2030, dentro de um horizonte muito pouco comprometido com sustentabilidade. A Creativity Marathon mostrou, dentro da própria universidade, a importância do envolvimento de educadores americanos com a sustentabilidade e trouxe o conhecimento sobre a Agenda 2030 a públicos que não sabiam de sua existência. Nas edições em que os próprios USA participaram da Creativity Marathon sentimos a falta de conhecimento sobre sustentabilidade de que os educadores americanos sofrem, e essa ação posicionou a universidade internacionalmente como uma instituição propagadora de boas práticas sustentáveis e defensora da bandeira da sustentabilidade ativista.

3.8. Orçamento - valor investido ou se existe um *budget* específico

Todos os anos a universidade investe em torno de BRL 50k para desenvolvimento da Creativity Marathon com o desenvolvimento dos materiais de marketing, verba para viagens e divulgação da ação com novos colégios no continente brasileiro, prêmios e desenvolvimento de plataforma digital e páginas de internet.

3.9. Análise financeira – retorno sobre o investimento

Considerando-se que a universidade investe em torno de BRL 50k na Creativity Marathon e que anualmente temos em torno de 2 alunos que optam por estudar na própria Full Sail University, considerando-se que o valor médio de um bacharelado na unidade gira em torno de USD 95k, o retorno da campanha torna-se bastante positivo. Isso considerando-se somente o impacto financeiro que a ação gera para a própria universidade, sem contar ainda o impacto intangível que gera na sociedade e nos alunos, professores e escolas participantes, que muitas vezes implantam os projetos criados na Creativity Marathon e geram outros retornos financeiros através de seus trabalhos, dentro de suas próprias instituições.

3.10. Outros indicadores de resultados organizacionais – indicadores tangíveis e intangíveis não contemplados nos itens anteriores

Outros resultados gerados pela ação e que são difíceis de contabilizarmos em números incluem:

- a. Presença de marca da Full Sail University anualmente nas escolas parceiras de forma



- ativa e a custo relativamente baixo, sempre que a Creativity Marathon está acontecendo
- Renovação da base de prospects dentro das escolas parceiras anualmente
 - Percepção dos talentos através da entrega de prémios, o que ajuda a universidade na prospeção de futuros alunos
 - Motivação de alunos com habilidades criativas e ajuda na formação de repertório dos mesmos
 - Publicação do nome da universidade em cada edição da Creativity Marathon (ver anexo)

4. LIÇÕES APRENDIDAS

Apresentar erros e/ou acertos que possam servir de referência para futuras ações.

A Creativity Marathon é certamente a ação de maior acerto que já fizemos no continente brasileiro. Tornou-se nossa ação mais querida de escolas parceiras e é recordista de volume de leads gerados. Aprendemos, entretanto, que:

- Inovar é uma necessidade e todos os anos precisamos de componentes novos que agitem a campanha daquele ano. Jurados novos, participação ativa por vídeos desses jurados, alterações na rubrica de avaliação, melhorias na plataforma digital são algumas das inovações que fazemos todos os anos.
- Apesar de ser uma ação de muito sucesso no Brasil, em outros países a ação nunca tomou o corpo que tem no Brasil, quer por falta de engajamento das escolas nos outros países, quer pela falta de relevância da Agenda 2030 na grade curricular de outros países.
- A participação das escolas parceiras será sempre fundamental e o tempo que precisa ser dedicado com acompanhamento, atenção e feedback aos professores dessas escolas precisa constantemente ser monitorado. Sem as escolas a ação não acontece.

5. AÇÕES DE CONTINUIDADE

Especificar qual o planejamento de continuidade da Prática. Quais são as perspectivas e metas futuras.

- Perpetuação da Creativity Marathon com edições anuais
- Engajamento com ONGs para que possamos colaborar mais com o desenvolvimento dos projetos além da competição em si, como forma de ajudar os alunos a realmente colocar suas ideias em prática
- Apresentação dos vídeos em mostras nacionais de cinema amador anualmente

6. ANEXOS

Os anexos são conteúdos à parte que a instituição deve adicionar para comprovar as ações realizadas na prática, tais como gráficos, fotos, tabelas, orçamentos, entre outros.



ANEXO I

Video da Creativity Marathon 2023 edition:

Link de dropbox :<https://www.dropbox.com/t/VS9XPcLHaXmxXhOB>

Link de Youtube: <https://youtu.be/IYKQhBFrgA4>

Links das paginas da CM dos últimos anos:

2024: <https://fs-courses.com/creativity-marathon/2024>

2023: <https://fs-courses.com/creativity-marathon/2023>

2022: <https://fs-courses.com/cm2022>

2021: <https://fs-courses.com/cm2021>

Links de videos

Plataforma digital da CM: <https://youtu.be/GYf5raAD5ug>

Plataforma digital da CM: https://youtu.be/8u2i_opHQ48

Grupo de Facebook com postagens de projetos dos alunos: <https://youtu.be/yRral5FrqEc>

Fotos de eventos presenciais em escolas vencedoras da CM mostrando o reconhecimento público dos talentos dos alunos:









Certificados dos vencedores da edição de 2023:



CREATIVITY MARATHON

HONORABLE MENTION

PROUDLY PRESENTED TO

TEAM SPONSOR

Carla Ribeiro

STUDENTS

Maria Eduarda Coimbra Hintz
Julia Mizael Marcussi
Henrique Tolentino Gandra Duraes
Heloísa Dias
Ana Julia Bertoluci

HIGH SCHOOL

Colégio Marista de
Londrina



FULL SAIL
UNIVERSITY

BRAZIL



CREATIVITY MARATHON

HONORABLE MENTION

PROUDLY PRESENTED TO

TEAM SPONSOR

James Ubriaco

STUDENTS

Beatriz Matos
Sergio Resende
Ulisses Anastácio
Luiza Araujo
Ana Clara Castro

HIGH SCHOOL

Colégio Santo Agostinho
Belo Horizonte
Canadian High School



FULL SAIL
UNIVERSITY

BRAZIL



CREATIVITY MARATHON

HONORABLE MENTION

PROUDLY PRESENTED TO

TEAM SPONSOR

Cintia Yamashita

STUDENTS

Leonardo Paro Del Carlo
Carolina La Motta
Eduardo Gonçalves Silva Filho
Mariana Bigongiari
Lucas Martinez

HIGH SCHOOL

Escola Bilíngue Pueri
Domus Aclimação



FULL SAIL
UNIVERSITY

BRAZIL



CREATIVITY MARATHON

HONORABLE MENTION

PROUDLY PRESENTED TO

TEAM SPONSOR

Luciana Aché

STUDENTS

Isabela Poyart
Mariana Monteiro
Rafaela Ferraro
Valentina Azevedo
Beatriz Feijó

HIGH SCHOOL

Colégio Santo Inácio
Rio de Janeiro



FULL SAIL
UNIVERSITY

BRAZIL



CREATIVITY MARATHON

HONORABLE MENTION

PROUDLY PRESENTED TO

TEAM SPONSOR

Cinthya Neri

STUDENTS

Laura Caputo
Elisa Takeda
Mariana Nakao

HIGH SCHOOL

Colégio Pentágono



FULL SAIL
UNIVERSITY.

BRAZIL

Pecas do kit de marketing fornecido pela universidade para as escolas inscritas:

 FULL SAIL UNIVERSITY.



 FULL SAIL UNIVERSITY.





 FULL SAIL UNIVERSITY.

 FULL SAIL UNIVERSITY.



CREATE A
SUSTAINABLE SOLUTION
FOR THE **UNESCO'S 2030**
AGENDA IN A 3 MINUTE
VIDEO!



JOIN THE
COMPETITION
AND WIN
PRIZES!



REGISTRATIONS UNTIL
MARCH 3rd
11:59pm ET



CREATIVITY MARATHON

The Creativity Marathon is an opportunity for high school students from all around the world to come together to solve some of the world's greatest challenges through a filmmaking competition. With the help of filmmaking lessons from Full Sail, teams of three to five students, accompanied by an adult sponsor, will have until March 25th to produce a three-minute video showing a clear and creative solution to one or more of UNESCO's Sustainable Development Goals.

2023 TIMELINE & DEADLINES

- March 3rd** 11:59pm ET Schools and Participants Registration Deadline In order to qualify for prizes, team sponsors and students must register
- March 4th** 10:00am ET Opening Announcement
- March 4th to March 25th** 11:59pm ET Tutorials and Project development
- March 25th** 11:59pm ET Video Submission Deadline
- April 1st** 10:00am ET Awards Ceremony

REGISTRATION PROCCSS



WINNERS & PRIZES



Regional Prizes:

Honorable Mention: Trophy,
First Place: Trophy
+\$100 Gift Card for each student team member and adult sponsor;
+Complimentary Full Sail Labs Virtual Experience Week for each student team member.



Global Prize:

First Place: Trophy
+GoPro Hero 10 Black Bundle for each team member and adult sponsor. The bundle includes: 1 GoPro Hero 10 Black, 1 magnetic swivel clip, 1 spare battery, 1 floating hand grip, 1 32GB SD Card and 1 camera case or similar of equal value based on local availability.

**REGISTER NOW
TO PARTICIPATE**



Located in Winter Park, Florida, Full Sail University offers associate's, bachelor's, and master's degrees designed for the world of entertainment, media, arts, and technology. Full Sail's creative approach to education provides an immersive, fast-paced, and relevant learning experience that mirrors the workflow and collaboration found throughout today's rapidly evolving industries. Read more at fullsail.edu

