

MÓDULO

SALA

DE

DO

PRÁTICA

ECOSSISTEMAS EDUCACIONAIS



MÓDULO DE SABEDORIA ECOSSISTEMAS EDUCACIONAIS

1º edição

Organizadores:

Betania Roberta de Gois Paiva Lemos
Eliézio José da Silva
Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa

© Todos os Direitos Reservados 2023 Senac - Pernambuco

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial em Pernambuco – Senac/PE

Av. Visconde de Suassuna, 500 - Santo Amaro, Recife - PE, 50050-540

Tel.: (81) 3413-6730

<http://www.pe.senac.br/>

1º Edição 2023

Editor Comercial

Senac Pernambuco

Projeto gráfico e Diagramação

Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa

Organização

Betania Roberta de Gois Paiva Lemos

Eliézio José da Silva

Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa

Análise Técnica do Conteúdo

Betania Roberta de Gois Paiva Lemos

Cecília Barreto Monteiro dos Santos

Guiomar Albuquerque Barbosa

Jéssica Acioly dos Santos

Laura Souto Maior Kerstenetzky

Leda Laura Campos Silva

Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa

Márcia Cristina Barboza de Miranda

Maria Carolina de Jesus Pontes Pereira

Revisão Textual

Laura Souto Maior Kerstenetzky

Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa

Normalização Técnica

Alessandra Jácome de Santana

Maria Auxiliadora de Albuquerque

Produção

Senac Pernambuco

Capa e Imagem da Capa

Natalia Molnar

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Alessandra Jácome de Santana) – CRB-4/1847

M712

Módi de sabedoria: ecossistemas educacionais / Organização de Betania Roberta de Gois Paiva Lemos; Eliézio José da Silva; Luiz Henrique Monteiro Barreto da Costa. – Recife: Senac Pernambuco, 2023.

Recurso digital: il.; 174 p.

Formato: ePub e PDF

Requisitos do sistema: Adobe PDF

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN: 978-65-993742-3-4

1. Educação profissional. 2. Ecossistemas educacionais. 3. Artigo científico. 4. Relatos de experiência.

I. Senac Pernambuco.

CDD 370.113

Prefácio.

Sabe-se que a educação tem sofrido ao longo de algumas décadas forte impacto político, econômico e social. Por isso, poder promover um arcabouço de sabedoria é um privilégio para os educadores.

Esta obra reúne um grupo seletivo de autores e coautores, que a partir de suas práticas pedagógicas e dos seus repertórios de vida, sintetizaram em palavras a delicadeza do saber e a sutileza de como deve ser apresentado o fazer educacional.

Some-se a isto, as manifestações literárias que soam como poesia, remetendo a construção de um conhecimento baseado no desenvolvimento cognitivo e crescimento humano.

Vale salientar, que os relatos de experiência e os artigos científicos, contribuem para o pleno crescimento e diferencial das práticas pedagógicas pautadas em aprendizagens significativas, realizadas por docentes, para que haja engajamento discente, além da participação ativa dos gestores, reverberando para os apaixonados por educação, ou seja, todos sentirão a sensação de estar em um grande carrossel de conhecimento.

É bem verdade que a educação na contemporaneidade, tem possibilitado inúmeras formas de promover o conhecimento, as ferramentas tecnológicas permitiram desenvolver habilidades e competências práticas, consideradas um grande diferencial na aplicabilidade e usabilidade dos saberes voltados para a formação integral dos discentes.

O Senac Pernambuco tem inovado, qualificando as ideias docentes por meio do Mói de Sabedoria, sendo uma obra que tem como premissa criar conexões que refletem um sentimento onde as palavras e as entonações nos levam para um caminho poético.

Portanto, diante de tanta riqueza literária e científica existente no livro, ressalto que a verdadeira magia do que deve significar e (re) significar o ato de ensinar, é a socialização de experiências construtivas, com o objetivo de elevar os patamares do conhecimento, da autonomia, da criticidade e da visão humanística.

Michelle Pinheiro Pedroza Monteiro Barreto

Coordenadora de Avaliação Institucional

“Ninguém começa a ser educador numa certa terça-feira às quatro da tarde. Ninguém nasce educador ou marcado para ser educador. A gente se faz educador, a gente se forma, como educador, permanentemente, na prática e na reflexão sobre a prática.”

Paulo Freire
A Educação na Cidade

09

DANIELA
VASCONCELOS
DE OLIVEIRA

O DESIGN TRANSFORMADOR EM BUSCA
DE CONEXÕES: ECOSISTEMAS EDUCAÇÃO,
EMPRESA E COMUNIDADE

18

KARINA CARLA
DE ARAÚJO
FERNANDES;
LUIZ CLÉRIO
DUARTE
JUNIOR.

A DINÂMICA DO MERCADO DE MODA,
A CONSTRUÇÃO DE CONTEÚDO E A
INTERDISCIPLINARIDADE ENTRE DOCENTES:
UM RELATO DE CASO, DIJOLLY ART E MODA
E O PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO.

35

JOELSON
JOAQUIM DA
SILVA;
FLÁVIO NUNES
DE ARAÚJO
MAIA.

EMBALAGENS PLÁSTICAS: A PERCEPÇÃO DA
POPULAÇÃO DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO/
PE SOBRE OS EFEITOS AO MEIO AMBIENTE

50

PRYSILLA
SANTANA DOS
SANTOS;
THAMIRIS
FERNANDA DA
SILVA ALMEIDA
FARIAS;
FLÁVIO NUNES
DE ARAÚJO
MAIA.

LOGÍSTICA REVERSA: UM OLHAR SOBRE A
CONTRIBUIÇÃO PARA A RECICLAGEM DO
ÓLEO

Su má rio

ARTIGO CIENTÍFICO

65

LUIZA
CABRERO DO
NASCIMENTO
ALVES E SILVA

ENSINO DE IDIOMAS PARA SURDOS:
RELATOS DE UMA ABORDAGEM
COMUNICATIVA POSSÍVEL E ACESSÍVEL

73

SAMANTHA
GRASSELLE
CAYARA,
PIMENTEL,
ARNOTT RAMOS
CAADO

DESFILE MAKER: UMA
EXPERIÊNCIA MUITO ALÉM DO
PROJETO

81

BETANIA
ROBERTA DE
GOS PAIVA
LEIMOS
CECLIA
BARRETO
MONTEIRO
DOS SANTOS

EJA MÉDIO INTEGRADO À EPT:
DESAFIOS E POSSIBILIDADES

90

ALESSANDRA
JACOME DE
SANTANA,
MARIA
AUXILIADORA DE
ALBUQUERQUE

BOAS PRÁTICAS DA BIBLIOTECA
SENAC PERNAMBUCO NA PANDEMIA

101

LUIZ CLÉRIO
DUARTE
JUNIOR,
JONAS ALVES
CAVALCANTI

EXPERIÊNCIAS DE APRENDIZAGEM
AMPLIFICADAS EM ESPAÇOS COMERCIAIS
COLABORATIVOS - UM RELATO DE CASO

106

DANNAIA
APARECIDA
RODRIGUES
GONÇALVES
RONIEDE
GONZAGA DE
OLIVEIRA

"SABORES DO MUNDO": A PRÁTICA DE
FESTIVAL GASTRONÔMICO NA FORMAÇÃO
DE PROFISSIONAIS DE GASTRONOMIA

114

FÁBIA
ROSSANA DA
SILVA MOURA
GURGEL

SUSTENTABILIDADE NA
GASTRONOMIA: SABERES E
PRÁTICAS DE EXPERIÊNCIA DOCENTE

120

MONICA
RODRIGUES DE
OLIVEIRA,
BERNARDETE
DE LOURDES
MARTINS DE
SOLSA

A SEMANA DE GASTRONOMIA DA
FACULDADE SENAC PETROLINA: O
NDE E AS AÇÕES DE EXTENSÃO NA
FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS ALUNOS DO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM
GASTRONOMIA

128

MARICA
CRISTINA
BARBOZA DE
MIRANDA,
SILVIO
FERREIRA
PASSOS

PROJETO ARENA GO - UMA INTEGRAÇÃO ENTRE
OS MEIOS SOCIAL E DIGITAL NO FOMENTO DE
OPORTUNIDADE NA ERA "DIGITAL"

135

PEDRO
HENRIQUE
DE OLIVEIRA
GERMANO DE
LIMA,
FLAVIO NUNES
DE ARAUJO MATA,
LEDA LUCIANA
CAMPOS SILVA

MOSTRA DE CULTURA MEDIOTEC-SENAC

145

CECILIA BARRETO
MONTEIRO DOS
SANTOS,
PEDRO RENATO
DE SOUZA

REDES CATALISADORAS DE MUDANÇAS:
FORMANDO COMUNIDADES PARA A
TRANSFORMAÇÃO DE GERAÇÕES

151

ROBSON LUIS
TRINDADE
LUSTOJA

CULTURA ENOGASTRONÔMICA
ITALIANA - UM OLHAR SOBRE A
INTERDISCIPLINARIDADE NO ENSINO DA
GASTRONOMIA

158

FILIPESOLSA
CARVALHO DE
MELLO

TRAZENDO O YOUTUBE PARA A
VIVÊNCIA EM UMA SALA DE AULA
DE LÍNGUA INGLESA

168

AMANDA
MONTEIRO DA
SILVA

PEQUENAS EMPRESAS E
PROPAGANDAS CORPORATIVAS
EM INGLÊS

Su mário

RELATO DE EXPERIÊNCIA

Artigo Científico

O **ARTIGO CIENTÍFICO** É UMA NARRATIVA DETALHADA DE
TODOS OS PROCEDIMENTOS QUE FORAM REALIZADOS
PARA ELABORAR A PESQUISA.



O DESIGN TRANSFORMADOR EM BUSCA DE CONEXÕES: ECOSSISTEMAS EDUCAÇÃO, EMPRESA E COMUNIDADE

Daniela Vasconcelos de Oliveira

danielavoliveira@fac.pe.senac.br

Resumo

O artigo apresenta o resultado de uma visão transformadora do design, no qual conecta educação, comunidade e empresas. Através da aplicação em ideias de projetos desenvolvidos por discentes do curso de design de moda e design de interiores. Inicialmente foram levantadas possibilidades de locais para serem transformados, bem como empresas que foram criadas para aplicar as ideias transformadoras. A partir da metodologia desenvolvida pelo IPCCIC - Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais, em municípios do interior do estado de São Paulo, as ideias foram formadas para os estudos de casos escolhidos, com excelentes resultados de aplicação.

Palavras-chave: Design, educação, comunidade, transformação.

INTRODUÇÃO

A necessidade da transformação no ecossistema educacional é evidentemente um progresso avassalador nos últimos dois anos de Pandemia. Uso de novas ferramentas tecnológicas, aplicativos, metodologias disruptivas de sala de aula híbrida, formatos de sala de aula, currículos verticais, entre tantas mudanças acontecem nas escolas de todo o mundo, do nível básico ao superior. São reflexões de um cenário imposto pelo isolamento social e adequações ao formato de atenção a saúde pública. Mas quais outras adequações são necessárias para os impactos provocados pela crise gerada com a Pandemia do vírus Covid-19? Analisar os ecossistemas da educação, empresa e comunidade faz-se necessário.

No estudo do ecossistema educacional para a formação técnica ou tecnológica é percebido as práticas formativas, que buscam uma visão mais crítica na formação do aluno, no qual ele percebe o seu papel de protagonista na sua comunidade.

Buscando sempre o diálogo, o respeito, a equidade e a conscientização dos pares. A formação deste discente, é cada vez mais construída com um educador humanizado, que conduz a sua formação para atender as necessidades globais. O profissional formado pelo Senac compreende e problematiza o contexto no qual se insere, é capaz de transformar suas ações, com base na reflexão e, da mesma forma, modificar ou propor modificações para a realidade em que vive (SENAC, 2015).

Por outro lado, investigando os impactos econômicos também vivenciado pelas cidades, no período da Pandemia Covid - 19, encontramos um outro setor que de forma urgente ajusta seus processos de criação de produtos, produção, vendas, entre tantos outros, para sobreviver a uma crise mundial econômica. Bem como, muitos buscam de alguma forma realizar ações mitigadoras para ajudar os as questões ambientais, as desigualdades sociais, entre outras que de alguma forma impactam no seu ecossistema.

Ainda com olhos voltados para o ecossistema de uma empresa, é evidenciado uma crescente necessidade de responsabilidades social e ambiental cobrados pelo consumidor, no que diz respeito aos aspectos de descarte de resíduos, uso dos recursos naturais, responsabilidades com os clientes, direito dos trabalhadores, impactos na sociedade, saúde e segurança, ou ainda mudanças climáticas e poluição.

Na outra ponta desse suposto tripé, encontram-se a comunidade, como apresentado na Figura 1, com suas necessidades e desejos de uma sociedade melhor, mais igualitária, ambientalmente correta e socialmente justa. Vivendo em um ecossistema complexo, carregados de personagens que podem ser protagonistas da mudança ou detratores do sistema.

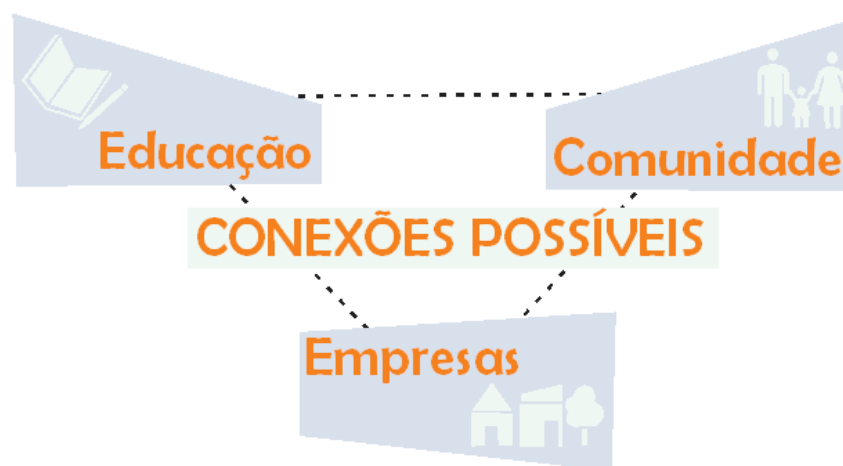


Figura 1. Ecossistemas envolvidos no estudo

NOVA CONEXÃO PLANETÁRIA E FORMAÇÃO DE LÍDERES GLOBAIS

A educação, precisa formar cidadão planetários, capazes de liderar mudanças de transformação. Líderes que sejam capazes de trabalhar para o coletivo, que estejam mergulhados no problema, que saibam encorajar uma diversidade de pessoa com diferentes opiniões, necessidades e desejos. O líder global manifesta empatia, lidam com situações de conflitos de forma madura e percebe mais da totalidade do sistema dinâmico. Tem o foco voltado para o mundo, ou seja, preocupa-se com o bem-estar de todos os habitantes da Terra (GAUTIER, 2012, pg. 262)

O estímulo ao aprendizado por elaboração de projetos, que foquem em levantamentos de problema e apresentação de propostas inovadoras de soluções, precisa ser uma metodologia cada vez mais frequente nas salas de aula. Através dos projetos, alunos engajados são encorajados a terem características de liderança global: Observar e conectar conteúdos; identificar desejos e ambições, aprender a falar e ouvir; refletir sobre como as pessoas estão fazendo ou podem fazer; aprofundar seu autoconhecimento. (GAUTIER, 2012, pg. 263)

PROBLEMA, QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO E OBJETIVO

A partir dos novos desafios vivenciados por todo o planeta, em diferentes níveis de complexidade, mas se tornando cada vez mais presente no dia a dia de cada cidadão, o Projeto Design Transformador foi apresentado para os alunos, durante as disciplinas de design estratégico, no semestre 22.1 e a disciplina de design, cultura e sociedade, no semestre de 22.2, para os discentes dos curso de design de moda e design de interiores, como proposta de estimular a capacidade do aluno e conectar possibilidades entre educação – empresa – comunidade, na busca de solucionar problemas sociais, ambientais ou culturais.

A investigação partiria de um estudo de caso na comunidade, podendo ser no seu bairro ou cidade, envolvendo uma escola, ou empresas, ou patrimônio cultural. Em seguida, o discente faria o levantamento através de pesquisas qualitativas e investigativas, buscando levantar qual a relação do espaço com a comunidade? O que ele contribui para a busca de soluções de problemas locais? e por último como o design poderia contribuir, como ideias transformadoras conectando educação – empresa – comunidade?

A partir do levantamento de dados, os discentes tinham que desenvolver um projeto, conectando educação- empresa – comunidade, Quadro 1, para religar o ser humano ao meio ambiente, girar a economia, cocriar ideias para a comunidade e solucionar problemas locais ou globais.



Quadro 1. Resumo da proposta lançada do projeto Design transformador

METODOLOGIA

O conteúdo teórico apresentado em aula foi a metodologia desenvolvida pelo IPCCIC - Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais, em municípios do interior do estado de São Paulo.

A metodologia é dividida em seis etapas, que são construídas para guiar a comunidade para uma cidade mais humana, no qual as pessoas possam ser a sua melhor versão, uma cidade que toma decisões pautadas nas relações, as iniciativas de impacto são locais, o ser humano vem sempre em primeiro lugar. A cooperação, o afeto, a união a eficiência dos serviços, será sempre socialmente justa. É uma cidade onde reconhece a importância do indivíduo.

O segundo passo para uma cidade mais humana, fala do cidadão cocriador, aquele que exerce realmente sua cidadania. Ele representa a sua cidade, sai da sua zona de conforto para buscar uma melhoria para si e para a sociedade. Busca seus direitos sociais, comprometendo-se com a construção dos seus direitos, buscando as demandas do bairro onde mora. Reflete seu papel no mundo. Não é apenas um

espectador, tem um papel de agente transformador.

Melhor ainda, ter o senso de comunidade é necessário. Saber que só vai ficar bem se o outro estiver bem. Ter o senso de divisão, buscas coisas em comuns. Afinal o homem é um ser social, precisa viver em comunidade. Ter coisas em comum, pertencer. Viver em comunhão.

O ser humano precisa se reencontrar, se ver no outro, fazendo parte de uma cadeia de relações. Ser cocriador. Dessa forma ele se reconecta também ao seu meio ambiente.

Religar o ser humano é absolutamente necessário para o amanhã. Assim, entender os sistemas educação – empresa – comunidade coo sendo só um é fundamental. As relações precisam existir e serem sustentáveis para todos. Além disso, a sustentabilidade precisa ser uma pauta primordial na sociedade. A cidade é a natureza, só existimos se tivermos uma maneira harmônica, para sobreviver em conjunto.

A economia cocriadora, busca o fortalecimento das localidades, a geração é uma consequência da trajetória das pessoas, promove a sustentabilidade, através de uma equidade na geração de riquezas. Promovendo de forma generosa o ganho de todos.

A educação é o elo maior da conexão para uma cidade mais humana. Ela finaliza os passos para fundamentar as relações, como apresentado na Figura2.



Figura 2. Metodologia dos Seis Passos para uma Cidade mais Humana

CONCLUSÕES

Durante os três semestres no qual o projeto Design Transformador, foi trabalhado com os discentes, extraordinários projetos foram propostos como soluções possíveis para serem trabalhadas educação – empresa – comunidade. Como exemplo dos projetos apresentados na Figura 4, que foi desenvolvido por duas discentes, concluintes da turma de design de moda noite, no qual após finalização do curso, as duas apresentaram como uma possível ação de empresa e foram aprovadas no processo de Incubação de Empresas no edital do Marco Pernambucano da Moda. A exemplo dos projetos, tivemos o projeto Costurando Sonhos, Figura 3, proposta apresentada por duas discentes para ser trabalhada na comunidade de Torrões, bairro do Recife;/PE.

O projeto Costurando Sonhos, teve o apoio da Igreja do bairro, que abraçou a ideia para proporcionar as mulheres em situação de vulnerabilidade, novas possibilidades de qualificação, possíveis e criativas fontes de Renda, ministradas por profissionais de diferentes áreas.



Figura 3. Proposta da discente de design de moda S.C e M.P., semestre 22.1

Outro projeto apresentado por discentes, foi o da Lojinha Social da empresa VSTQ, uma loja colaborativa, do discente que trabalha com várias marcas de moda e acessórios. O projeto apresentou, após todo o estudo com foco no design sustentável, apresentados na Figura 5, três propostas de ação (1) Promoção do Consumo Consciente por meio da venda de peças de segunda mão, (2) Realizar a loja solidária "Esse é meu" com peças doadas ao brechó, (3) Realizar eventos de conscientização sobre moda circular.



Figura 5. Proposta da discente de design de moda M.F e C.F., semestre 22.1

Por outro lado, a discente do curso de design de interiores apresentou, no semestre de 22.2, durante a disciplina de design, cultura e sociedade, no qual o projeto também foi colocado como ação para os alunos, possíveis ideias da atuação do design diretamente na comunidade através das competências adquiridas nas disciplinas do curso, como psicologia das cores, biofilia, design de experiencia e multissensorial, apresentados na Figura 4. Possibilitando assim, a ação do profissional na melhoria de escolas municipais da cidade.



Figura 6. Proposta da discente de design de interiores M.L., semestre 22.2

Para finalizar, a aluna do Programa FATI - Faculdade Aberta a Terceira Idade C.C., participou da disciplina de Design, Cultura e Sociedade, em 22.2 e aplicando as informações trabalhadas em sala de aula, através do olhar do design transfor-

mador, propôs ações para religar os frequentadores da Casa da Cultura, ao meio ambiente. Através de ações de valorização ao Rio Capibaribe, como oficinas de arte educação, bate papos com ambientalistas, além de ações para a conscientização e valorização dos artistas locais do espaço.

Conscientizar, através de oficinas com os locatários e trabalhadores da casa da cultura sobre meio ambiente.

Criar grupo de voluntários de meio ambiente.

Divulgar as ações para os turistas, fortalecendo:

**Ambiental/ecológica
Empresarial,
Social,
Econômica.**

“Toda grande mudança começa aos poucos comece por você.”

Cilene Cadena da Mata.

sustentabilidade econômica
sustentabilidade ambiental
sustentabilidade social
TURISMO SUSTENTÁVEL

Figura 7. Apresentação da discente FATI, C.C., semestre 22.2

Os resultados mostram que o olhar sistêmico do design precisa ser cada vez mais estimulado nos discentes através de uma visão crítica global, somado as marcas formativas do Senac de atitudes colaborativa, sustentável e empreendedora, buscando assim mais soluções para os problemas vivenciados pela a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERBEL, Neusi Aparecida Navas. **As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes**. Semina: Ciências Sociais e Humanas, [S. l.], ano 2011.

BONWELL, C. C.; EISON, J. A. **Active learning: creating excitement in the classroom**. Washington, DC: Eric Digests, 1991. Publication Identifier ED340272. Disponível em: . Acesso em: 17 jul. 2013.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.

IPCCIC, Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais. **Seis Passos Para a Cidade Humana**. Barueri, SOP: Estação das Letras e Cores. 2019.

SENAC. DN. **Concepções e princípios**. Rio de Janeiro, 2015. 34 p. (Coleção de Documentos Técnicos do Modelo Pedagógico Senac, 1)

IPCCIC. **Episódio 1. Colocar o ser humano em primeiro lugar. Seis Passos para a Cidade Humana**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=mxs_-M2SeEw. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.

IPCCIC. **Episódio 2 Transformar o Cidadão em Cocriador - Seis Passos para a Cidade Humana**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cTvd0jhC2Xw>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.

IPCCIC. **Episódio 3 Viver Comunidade - Seis Passos para a Cidade Humana**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VtAUn9beSUc>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.

IPCCIC. **Episódio 4 - Religar o Ser Humano ao Meio Ambiente - Seis Passos para a Cidade Humana**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=0NcNaFgx_PQ. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.

IPCCIC. **Episódio 5 Economia Cocriadora - Seis Passos para a Cidade Humana**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=lfqV31_-HiM. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.

IPCCIC. **Episódio 6 Educar em suas Múltiplas Formas**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qxFtWK6EW2w>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2022.



A DINÂMICA DO MERCADO DE MODA, A CONSTRUÇÃO DE CONTEÚDO E A INTERDISCIPLINARIDADE ENTRE DOCENTES: UM RELATO DE CASO, DIJOLLY ART E MODA E O PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO.

Karina Carla de Araujo Fernandes

karinacfernandes@fac.pe.senac.br

Luiz Clério Duarte Júnior

luizduarte@pe.senac.br

INTRODUÇÃO

A educação contemporânea demanda práticas inovadoras de compartilhamento de saberes e impulsiona o repensar processos pedagógicos de forma ativa, reflexiva, crítica e colaborativa. São práticas pedagógicas inovadoras, orquestradas por agentes criativos através de metodologias dinâmicas, que perpassam a relação ensino e aprendizagem e conectam docentes de forma colaborativa e construtiva.

O presente artigo apresenta o resultado de um trabalho colaborativo entre seus autores, desenvolvido durante um semestre letivo, através de material teórico, didático e complementar que é utilizado como apoio às práticas docentes das disciplinas ministradas por ambos. É importante ressaltar que o material conceitual e teórico apresentado neste relato, chamado de Trilhas de uma coleção, é compartilhado com os estudantes através de apresentações digitais e de outros recursos de sala de aula.

Através das Trilhas de uma coleção, os docentes e autores deste artigo procuram retratar e compartilhar suas vivências mercadológicas para contribuir com salas de aula mais alinhadas ao mercado de trabalho. Este relato de experiência pretende demonstrar o resultado de um processo de interdisciplinaridade entre docentes focado no compartilhamento de saberes, que possibilite processos de aprendizagem mais disruptivos, colaborativos e significativos para os estudantes. Para (Lück, 2010, p. 47) a interdisciplinaridade é um processo que envolve e integra docentes em um trabalho de colaboração, conforme podemos observar:

[...] é o processo que envolve a integração e o engajamento de educadores, num trabalho conjunto, de interação das disciplinas do currículo escolar entre si e com a realidade, de modo a superar a fragmentação do ensino, objetivando a formação integral dos alunos, a fim de que possam exercer criticamente a cidadania, mediante uma visão global de mundo, e serem capazes de enfrentar os problemas complexos, amplos e globais da realidade atual.

O material colaborativo, Trilhas de uma coleção, que será apresentado no desenvolvimento textual deste artigo, que é fruto das vivências de sala de aula e de experiências profissionais mercadológicas, apresenta as trilhas percorridas pelos autores para planejar e desenvolver uma coleção de produtos de moda. É importante ressaltar que coleções de produtos de moda são objetos de estudo e de vivências profissionais dos autores deste artigo.

Os autores compreenderam a importância de inspirar outras práticas colaborativas entre docentes, assim como a construção de recursos teóricos e metodologias didáticas de sala de aula. A reunião de múltiplas competências, através de processos interdisciplinares, produz soluções mais criativas para os ambientes de aprendizagem e aproximam o estudante da realidade cotidiana da prática profissional.

METODOLOGIA

Este artigo apresenta os principais conceitos que fundamentam o processo de planejamento e desenvolvimento de coleção de produtos de moda. Os autores compreenderam a importância das suas vivências de mercado para suas práticas de sala de aula, assim intuíram que a reunião de saberes teóricos e práticos possibilitariam um aprendizado mais real e uma educação profissional mais alinhada ao mercado de trabalho.

Os conceitos apresentados através deste artigo foram desenvolvidos pelos autores, que reúnem saberes adquiridos através da expertise de sala de aula, de crença em metodologias ativas e de vivências profissionais no mercado de moda, são ratificados por acervo bibliográfico consultado e citado no corpo textual deste relato.

Pesquisas em referenciais teóricos serviram para apoiar as seguintes trilhas de uma coleção pesquisada e vivenciada pelos autores: Cenários mercadológicos; Nichos do mercado de moda e o DNA das marcas; Público de interesse e Personas; a Coleção.

AS TRILHAS DE UMA COLEÇÃO

OS CENÁRIOS INSPIRADORES - PLANEJAMENTO E DEFINIÇÃO DOS NORTES

O mercado de moda experimenta um ambiente de negócios com muitos desafios que vão ao encontro de uma necessidade de reinvenção. Apesar de grande parte desses desafios serem conhecidos, não necessariamente se alinham ao cenário atual de um mercado dinâmico e volátil. A manutenção de padrões de negócios tradicionais sem renovação e alinhamento a novos momentos econômicos e sociais pode colocar à prova sua sustentabilidade e sua longevidade, assim como limitar a percepção das reais necessidades e motivações de consumo de potenciais clientes.

Uma grande movimentação acontece no mundo todo. Convivemos com novas construções sociais, antigas demandas ambientais já se demonstravam prementes e consolidadas e a urgência tecnológica e digital já cobrava reposicionamentos das empresas. Então, podemos dizer que o momento atual potencializa e torna tudo mais sensível e urgente. Da mesma forma que o momento possibilita a percepção de algumas fragilidades da indústria de produção e consumo e mobiliza a revisão de modelos de negócios tradicionais. Assim, através dessas surgem novas interações entre máquina e pessoas, conectividade e produtividade, competências técnicas e tecnológicas apoiadas pela criatividade e pelas competências emocionais.

Negócios precisam refletir a essência do tempo, assim adaptabilidade e inovação são determinantes para que seja possível enxergar novas possibilidades e encontrar caminhos para adequação às novas exigências dos consumidores. Dessa forma, negócios de moda serão impulsionados a reformular seus ciclos criativos e produtivos, a redesenhar seus processos e a repensar seus produtos e serviços.

A necessidade de redesenhar processos conduz ao pensamento disruptivo, o desconstruir paradigmas e o pensar além do que o que já é entregue ao consumidor, dessa forma modelos de negócios reinventam sua proposta de valor para além da entrega de produtos. Assim, para muitos, chegou a vez da entrega de serviços de excelência como diferencial competitivo. Agregar serviços nos ambientes de comercialização vem ganhando cada vez mais força, provocando uma quebra de paradigma importante no mercado de moda. É possível confirmar em Cobra (2015, p. 297) que a dinâmica de novos cenários exerce influência direta na concepção das estratégias empresariais. Para o referido autor, o ambiente externo “está sujeito a inúmeras mudanças”; portanto, é fundamental que as empresas proponham “instrumentos de aferição e controle, sendo assim as “estratégias, uma vez implementadas, devem ser reavaliadas periodicamente, assim como os objetivos”.

A essência do tempo reflete mudanças de valores e de comportamento. Hábitos de consumo e estilo de vida que já estavam em construção se consolidaram e outros, que ainda não conhecemos, surgirão em contrapartida daqueles que não encontram mais espaço no atual cenário mercadológico. Entre as mudanças expressivas de hábitos de consumo é possível observar o impacto geracional como impulsionador de novas demandas de consumo. Diferentes gerações passam a interagir em espaços de consumo e compartilhar experiências antes segregadas por faixas etárias. A indústria criativa, sobretudo o mercado de moda, começa a compreender a necessidade de desenvolver estratégias comerciais e comunicacionais mais flexíveis que atendam aos consumidores mais juvenis, novos influenciadores, e aos mais velhos que viraram os novos jovens do mercado de consumo e de experiência.

Novas modelagens de negócios alinhadas com novos hábitos e comportamentos de consumo são esperados pelo mercado de moda, assim modelos de negócios circulares, responsáveis socialmente, liderados pela demanda e que combatem o consumo excessivo ganham espaço significativo na vida dos consumidores. Da mesma forma os que fomentam arranjos produtivos e culturas locais e redes e ecossistemas de empreendimentos.

Os negócios de moda, em busca da essência do tempo como manutenção da relevância contemporânea, passaram a compreender a importância de investir em autoralidade e autenticidade. Dessa forma, promover experiências de consumo que ultrapassem a satisfação funcional e de uso e que promovam conexões emocionais mais duradouras com consumidores através de experiências excepcionais e memoráveis. É importante perceber a experiência de consumo, através de coleções e produtos de moda, como um "produto final" de um modelo de negócio e como o primeiro instrumento de validação do mercado com relação ao modelo de negócio idealizado e planejado.

ESPECIALISTA DO ESPECIALISTA - NEGÓCIOS COM PONTO FOCAL

Impulsionada por um cenário de crise, a indústria de moda assiste a uma nova dinâmica dos seus processos produtivos como a escassez de matéria-prima e mão-de-obra e a diminuição da demanda pelo consumo de produtos de moda. Essa nova dinâmica conduz marcas a planejarem melhor seus custos, suas vendas, seu calendário comercial e seus estoques mais assertivos. Para muitas marcas foram necessários um reposicionamento e uma revisão do portfólio de produtos, assim como a performance comercial e o ciclo de vida de cada um. Como consequência desse reposicionamento

é possível observar uma gestão mais eficiente e otimizada, assim como a redução de custos, a desaceleração de lançamentos e a diminuição de desperdício de matéria-prima e de produtos que não completam seu ciclo de vida na jornada do consumidor.

É possível afirmar que os fatores produtivos impulsionaram posicionamentos de mercado mais focais, tendo em vista a necessidade de diminuição do risco em manter estoques mais variados que demandam maiores investimentos e esforços de venda. Porém, outro fenômeno mercadológico precisa ser observado, motivado pela mudança de comportamento do consumidor, o crescimento da demanda por marcas que construam repertórios de pertencimento alinhados com as “dores” de consumo e as motivações emocionais do consumidor. Todo esse cenário tornou-se favorável para os negócios especialistas em suas propostas de valor. Negócios especialista comunicam de maneira mais direta, assim motivam, engajam e convertem com mais assertividade e autoridade.

Muitas empresas procuram se aproximar do seu consumidor final e de potenciais consumidores investindo em:

- identidade e consolidação do seu DNA;
- inovação e sustentabilidade para alinhar o seu propósito ao propósito do seu consumidor final e de potenciais consumidores;
- controle dos processos de produção para entregar produtos e serviços intimamente alinhados às dores do consumidor final;
- calendário próprio de lançamentos e de ciclo de vida dos seus produtos;
- produtos icônicos que não podem faltar na coleção;
- produtos mais especiais (premium) que estimulem o consumo aspiracional;
- núcleos de capacitação para que seus colaboradores entreguem sua proposta de valor de forma mais assertiva.

Dessa forma, é possível considerar essas reinvenções como uma excelente demonstração de inteligência de mercado para capturar mais valor de mercado e criar uma cultura de consumo além da indústria produtiva. Ainda como demonstração de inteligência de mercado, em tempos em que é preciso manter-se relevante e memorável para os consumidores, marcas compreendem a importância de mostrar autoridade e credibilidade através dos seus produtos e serviços com competências e experiências mais diversificadas.

A QUEM INTERESSAR POSSA - INTERAGIR É MAIS ASSERTIVO QUE ATINGIR

Ao longo dos anos, o mercado de moda tem apresentado uma constante evolução impulsionada por elementos sociais e culturais que remodelam comportamentos e hábitos de consumo de forma dinâmica, exponencial e disruptiva. Essas remodelagens de comportamentos de consumo romperam com padrões e redefiniram protagonismos, assim o cliente abandonou o papel de receptor passivo para se tornar o principal ativo no negócio tornando-se protagonista das suas relações de consumo. Da mesma forma, os modelos de negócios foram incentivados a romper com com hábitos e padrões de oferta de produtos e serviços em busca desse novo consumidor protagonista.

O consumidor protagonista espera construir com marcas muito mais do que relacionamentos comerciais, deseja viver experiências de consumo positivas e memoráveis que ultrapassem suas expectativas. Para esse consumidor uma experiência marcante é muito mais importante do que adquirir um ótimo produto. Segundo (Cobra, 2015, p. 270), o varejo atual deve ser “especialista no tipo de cliente que atende” e deve proporcionar soluções de consumo que surpreendam, que promovam novas necessidades e desejos e que agreguem valores emocionais.

Para acompanhar e interagir com esse consumidor fluido e evolutivo, fez-se necessário aprimorar o conceito de público para além de referências generalistas que determinam padrões espaciais, sociais, culturais e de gênero e conduzem a possíveis simplificações e estereótipos. Assim, foi possível compreender que tais referências deixaram de ser determinantes para o desenvolvimento de produtos e para a definição de estratégias comerciais e comunicacionais. O consumidor fluido e evolutivo poderia estar em qualquer lugar digital ou físico, ter idade biológica diferente da idade comportamental, ter posição social diferente da posição financeira, ter intenção de compra situacional e ter enquadramento de gênero não determinante para seu estilo e sua vontade de vestir.

O mercado de consumo passou a compreender que valores pessoais, estilo de vida, hábitos e costumes não compõem um padrão de “a quem possa interessar” que construa um único discurso para “atingir” um alvo representado por um alguém estereotipado. Faz-se necessário interagir, construir diálogos personificados e co-criar estratégias mercadológicas, dessa forma compreender as motivações emocionais e de usabilidade do consumidor para escolha de produtos e marcas. Cocriar é contruir relacionamentos envolvendo empresas, fornecedores e clientes.

Segundo (KOTLER, 2010, p. 37), entende-se como “cocriação” a participação colaborativa de clientes e fornecedores na criação de produtos e experiências de consumo, transformando-os, deste modo, em “parceiros de canal interligados em uma rede de inovação”.

Para interagir e dialogar é preciso conhecer melhor “a quem possa interessar”, assim surge o conceito de identificação e construção de personas a partir de um público de interesse para um modelo de negócio pretendido. As personas de um modelo de negócio passam a representar a imagem personificada de potenciais consumidores e ultrapassam os aspectos objetivos e generalistas do público de interesse, dessa forma possuem dores, medos, sonhos, anseios, desejos e outras motivações emocionais. Pensar em construção de marca e em produtos a partir da compreensão das personas, como epicentro do negócio, é construir posicionamentos de mercado alinhados à essência do tempo, assim possibilitar mais assertividade, sustentabilidade e longevidade.

Personas dialogam diretamente com a proposta de valor de um modelo de negócio, benefícios e experiências que se promete entregar através de produtos e serviços, dessa forma “a quem possa interessar” precisa ser o ponto de partida para o pensamento estratégico acerca dos valores que se pretende representar através do desenvolvimento de uma coleção de moda. Nesse sentido, produtos e experiência de consumo precisam caminhar juntos no pensamento estratégico de uma coleção.

O consumidor fluido e evolutivo vive no tempo em que a experiência é fator determinante para a construção da sua cultura de consumo e das suas escolhas por marcas e produtos. Esse consumidor é coautor e assume o papel de protagonizar demandas e mobilizar soluções de ofertas através da customização de processos, produtos e serviços, assim como possui voz ativa e exerce influência sobre a decisão de compra de outros potenciais consumidores.

É importante compreender que as personas que representam um modelo de negócio não são as únicas pessoas que transitam pelos ambientes de experiências de uma marca, é possível identificar potenciais consumidores que iniciam sua jornada de compra nesses ambientes e que não são correspondidos. Esses potenciais consumidores se reconhecem nos valores entregues pela marca que, dessa forma, certificam a ideia de pertencimento, porém não encontram o produto ou o serviço que atendam as suas motivações emocionais e de uso. A partir do entendimento acerca dos pontos de ruptura dessa jornada incompleta a marca pode identificar e promover melhorias e incrementar seu modelo de negócio com novas soluções através de produtos e serviços específicos para seus potenciais consumidores, as-

sim como poderá aumentar e ampliar seu alcance mercadológico.

Segundo (BITTENCOURT et al., 2015 p. 125), diante de novos cenários, as empresas são motivadas a criar novas estratégias comerciais para a permanências no mercado e a seguir novas tendências de marketing, como exemplo estratégias fundamentadas no marketing de relacionamento que estimulam as empresas a criarem relacionamentos sólidos com seus clientes e fornecedores e a planejarem ações para a manutenção destas relações.

EXPLICANDO UMA COLEÇÃO A PARTIR DO RELATO DE CASO - DIJOLLY

Em meados de 2004, aconteceu uma ação em Caruaru que tinha a clara intenção de desenvolver nas indústrias do Polo a cultura de design. Uma ação em conjunto orquestrada pelo Sindicato das Indústrias do Vestuário de Pernambuco – SINDIVEST PE, e co-autoria do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI, capitaneada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa - SEBRAE. Essa ação foi chamada de OFICINA DA MODA, um projeto com o objetivo de atuar sistematicamente em três frentes produtivas. Criação, produção e comercialização.

Uma das empresas contempladas pelo projeto foi a Dijolly Art e Moda, uma jovem empresa de moda feminina que desenvolveu várias competências dentro dos processos de design e desenvolvimento de coleções a partir das capacitações, mentorias e orientações do projeto.

Inicialmente a proposta foi de desenvolvimento da cultura de design, uma metodologia para os processos de planejamento de produtos de moda. Antes, havia uma prática na marca de agrupar produtos de forma aleatória ou algumas vezes amarrados apenas por uma temática. Seguir os processos orientados segundo (TREPTOW, 2003 p. 124) em criar o hábito do planejamento e das etapas sistematicamente a partir da consolidação do projeto no dia a dia dos fazeres industriais bem como a clara categorização do fazer o produto de moda, a partir do pensar, planejar, criar, prototipar e produzir.

Diante de tantas novidades dos hábitos da cultura de design que se instalava na prática da indústria do Polo de confecções do Agreste de Pernambuco e de produtos de moda da marca, iniciamos pelo processo criativo, que era praticado de forma solitária e concentrada, o processo criativo sobrecarregava a proprietária da marca que detinha a criação do produto e ainda acompanhava participativamente de sua venda na loja.

Isso criava um ciclo cheio de interrupções que atrasava o processo criativo e o desenvolvimento da coleção, a partir desse diagnóstico iniciava a necessidade de criar os ciclos de temporadas para as coleções complementares e planejadas, assim como a necessidade de realização dos processos em equipe, coletiva, colaborativa, sistêmica e participativa.

Iniciamos a prática de planejar a coleção em equipe de forma a dar mais autonomia ao processo de gestão da proprietária, seria o primeiro passo desse novo processo de fazer coleção na Dijolly. Entender que o coletivo daria ao processo uma profissionalização, maior assertividade e competência sólida necessária aos momentos do fazer produto, com reuniões sistemáticas que conduziram as práticas daqui pra frente.

Passamos pela etapa de organização dos processos de planejamento das atividades de coleção, partimos da definição da rotina do fazer o produto. Estabelecemos a importância de criar etapas e categorias para que assim pudéssemos dar ao processo criativo a autonomia necessária da etapa criativa e seu planejamento (TREPTOW, Doris, 2003. p. 98), independente do comércio, de suas respostas imediatas que antes e somente direcionavam o fazer criativo dos produtos e assim criar uma relação muito íntima do planejamento da coleção com o branding da marca, que posteriormente iria tomar o protagonismo criativo dos processos.

COLEÇÃO DE QUÊ? - O DESEJO, O PRODUTO, O SERVIÇO E A MEMÓRIA

Iniciar uma coleção de produtos de moda é sempre uma atividade renovadora, é um exercício de ações ideológicas, comerciais, plásticas e projetuais. Sempre é necessário ter em mente uma construção sistêmica, até porque partimos do pressuposto que o(a) consumidor(a) está ou vai precisar daquilo que vou ofertar, que vou apresentar como inovador, sedutor ou até mesmo necessário à ele(a) e a satisfação de seus desejos múltiplos, sejam físicos ou emocionais.

Esse pensamento está conectado com uma vontade um tanto egoísta e egocêntrica de que certamente o(a) profissional designer será o ser encantado que vai atender aos desejos mais particulares do necessitado consumidor (BORGES, 2009 p. 91), e ao mesmo tempo terá o poder sobrenatural de transmutar a felicidade em um objeto ou ação capaz de atender nossos desejos mais trans comuns.

Na filosofia, o desejo é nada além de um estado de tensão onde uma determinada pessoa acredita que um determinado caminho ou fim é ou será uma fonte de satisfação. Segundo o artigo ÉTICA E TRANSPARÊNCIA – Entenda o desejo do novo

consumidor de moda de Mariana Lombardo, 2017 no site do Fashion Revolution:

O que motiva a fabricação de produtos de moda não é a real necessidade das pessoas em possuir tais bens de consumo. Muitas vezes, o desejo na moda é criado menos pela estética e mais por aquilo que um objeto representa, pela sua aura. Ironicamente, este alicerce do sistema da moda é intangível. Sua principal mola propulsora é a busca por pertencimento. O desejo de pertencer gera o desejo de ter: esse é o fetiche que sempre movimentou as cifras dessa indústria e ainda é o que a mantém em movimento.

Entender que esse caminho de pertencimento ou elevação estará atrelado à satisfação ou posse de um determinado produto com um ou vários significados, particular ou até mesmo socialmente coletivo, é além de tudo compreender que esse mesmo produto ou serviço nos domina. Isso pode ser de certa forma complexo, entender que criamos o nosso próprio dominador.

Muito além dessa rápida análise filosófica do poder criativo daquilo que nos domina, será necessário ao criativo utilizar também técnicas das ações de marketing de consumo mercadológico no planejamento e construção do produto de moda, daquilo que nos atrai e que de certa forma é conduzido a gerar reações de identificação, pertencimento e consumo.

Para (KOTLER, 2008, p. 87) “qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer a um desejo ou necessidade.” será a mais clara definição de produto. Analisamos que o produto vai além da sua percepção física, pode ser representado por pessoas, serviços, locais, organizações ou ideias, e poderá assim configurar ao objeto de desejo a satisfação de nossas necessidades físicas ou emocionais, despertar nossa atenção e interesse. No planejamento de nossa coleção, considerando a construção do produto, podemos imaginar que competência e responsabilidade daremos ao mesmo. Entender claramente que antes do físico, o que podemos estabelecer é o significado daquilo que realmente o consumidor espera ou deseja, daquilo que comunicamos ou transfiguramos em nossos produtos de moda. Aqui podemos representar o que determinamos no propósito de nossa marca ou assinatura, nossas verdades e intenções.

A outra percepção criativa importante, será a categorização de um produto real, onde sua construção física e seus atributos de qualidade e conformidade com seus aspectos de design, ergonomia, modelagem, estilo e linguagem será necessário para comunicar sua importância básica em representar o propósito da marca e seu valor icônico conectado com a escolha de um perfil de consumidor nas particularidades de suas características físicas.

Uma coleção está cada vez mais com suas particularidades ampliadas e suas responsabilidades de reunião de produtos que são conectados e coordenados em função e forma, na promoção de um relacionamento estendido, que vai além do momento da venda. A cada vez que construímos possibilidades de benefícios na relação do consumidor com a coleção, estamos pensando no produto ampliado.

Realizar a construção de uma coleção a partir da compreensão dessas categorias de produtos, é bem mais eficaz na criação de um mix de produto seguro para marcas que buscam além de uma construção simplificada e pragmática de aglomeração coordenada de produtos de moda, trazendo ao designer uma maior responsabilidade ao fazer organizado com um propósito.

Para (MUNARI, 1998, p. 78) as relações do profissional designer com o objeto desenhado é claramente denominado de processo de design, é o conjunto de operações necessárias dispostas em ordem lógica, que nos leva de forma confiável e segura à solução de um problema. A lógica traz sentido ao estabelecimento de um fazer eficiente, capaz de resultados positivos constantes, que abandonam a surpresa de um resultado genial, porém esporádico ou único.

Seguindo esse pensamento formativo e metodológico do design, pensar numa coleção é antes de tudo estabelecer um padrão de conduta, criando um efeito coordenado de ações que alimentam umas às outras de forma sistêmica e contributiva. Não há o grau de protagonismo nas ações de desenvolvimento de coleção.

É eficaz idealizar, planejar, pesquisar, analisar, criar, testar, e produzir sabendo que todas as inspirações e referências serão utilizadas, analisadas, e/ou descartadas, sendo considerada sua participação de forma circular no processo criativo de planejamento de coleções.

Planejar coleção é considerar para o sistema de ações, todas as possibilidades de ocorrência, é mapear como chegar ao objetivo dentro do prazo estabelecido com o financiamento que foi determinado. Segundo (VINICIUS, 2015, p. 90) planejar uma coleção de moda é a ação e efeito de projetar e programar uma coleção, em que se analisa o tipo de mercado a conquistar, a qualidade do produto em vias de lançamento ou já lançado, a concorrência que tem que enfrentar, e na qual se definem os objetivos a alcançar com a coleção.

Além do planejamento, a pesquisa é uma etapa muito importante. Há a necessidade de inovação e também do desenvolvimento de uma metodologia multidisciplinar que possa fortalecer processos e trazer o frescor da novidade, da relação com o tempo, com o desejo e a percepção da dinâmica comportamental das pessoas -

público de consumo - nesse momento, damos à pesquisa status de mola propulsora da realização de uma coleção multi, perfeita e inspiradora.

A pesquisa, segundo (TREPTOW, 2003. p. 101) é uma fase motivadora e pode até dar uma outra direção ao desenvolvimento da coleção, mudança essa que pode trazer um frescor e mote diferente do inicialmente planejado. Podemos pensar a pesquisa como uma etapa do despertar da curiosidade sistêmica e não somente uma consulta aos birôs de moda, revistas, sites ou bancos de dados e análise de coolhunters eficientes.

Nesse momento da pesquisa, compreendemos que a mudança de rota possível não deve ser um fardo do medo, mas uma abertura para novos e surpreendentes motivos de sucesso da coleção. A cada dia percebemos que deixar abertura para mudanças de rotas no processo de desenvolvimento de coleções de produtos de moda, têm sido uma opção segura e inovadora.

Porém, essa mudança de rota, raramente acontece, até porque quando o planejamento é exaustivamente construído e coletivamente formado, esse plano no momento da pesquisa é extremamente rico em possibilidades dentro do universo previamente desenhado pelo planejamento, considerando objetivamente a análise e leitura correta das “tendências” estéticas, comportamentais e comerciais que nortearão a coleção.

Diante dessa construção objetiva de etapas, planejamento, pesquisa e agora criação de produtos, devemos considerar na etapa criativa as possibilidades conduzidas pelo planejamento e pela pesquisa, o que de fato objetiva o trabalho.

O significativo na moda tem sido um dos ingredientes mais desejados para os criativos de coleção. Saímos de uma fase de consumo, onde o produto era claramente o protagonista de todos os nossos mais secretos desejos. A possibilidade de posse era claramente física, o toque, a forma, o cheiro, textura, design e assinatura, todos os elementos que os criativos pudessem realizar o efêmero perfeito no objeto. Estamos na fase da imagem, onde o significado tem sido mais importante que a forma. A comunicação tem sido elemento diferencial em todo o processo de categorização de valor.

QUE ENTREGO: A EMOÇÃO, A IDEIA, O PROJETO

Construir um projeto de coleção é sempre um grande e ansioso processo criativo, gestor e cheio de expectativas. Para muitos criativos, os processos e metodolo-

gias podem limitar a explosão de energia criativa, engessar resultados e normatizar aquilo que parece tão pessoal quanto a criação de coleções de produtos de moda. Para (MUNARI, 1998, p. 56) “há pessoas que, ao terem que observar regras para fazer um projeto, sentem-se bloqueadas na sua criatividade. Criatividade não significa improvisação sem método, e está longe de se resumir em uma liberdade desassistida”.

Uma grande fonte de inspiração criativa e referência para que sempre possamos conduzir um projeto de coleção à um norte seguro e eficaz, é a metodologia, esta não deve ser posta de forma “engessada” ou até mesmo uma condutora ditatorial, até porque o objeto esperado e construído, é resultado de muitas interferências sensoriais e emocionais, a escolha do método e aplicabilidade deve ser leve para que possa atingir sua intenção de forma mais prazerosa, eficaz e empática no consumidor(a), que é levado(a) ao consumo muitas vezes pela pura emoção ocasional.

Além da importância da escolha do método a ser utilizado, saber que o processo de consumo e adesão à solução proposta pelo profissional designer vai além da técnica, é crucial. Há uma corrente de pensamento contemporâneo que discorre sobre o resultado além da funcionalidade e metodologia dos processos de design, a importância da emoção no processo, assim entendemos que, analisando o artigo de (BATISTA, 2020, site www.designerd) – “A importância das emoções humanas no design” - chegaremos no entendimento de que as emoções devem ser consideradas e nos deixam perceber que a construção do processo vai além da razão, que as soluções de design são responsáveis por criar conexões sensoriais e afetivas.

Emoções essas que podem contribuir para a aproximação ou recuo do consumo e entendimento das propostas em produtos e serviços. No mesmo artigo, o autor discorre sobre quais itens ou características podem determinar aquilo que nos faz odiar ou amar as coisas. (BATISTA, 2020, site www.designerd), afirma em seu artigo:

O designer de marcas vai responsabilizar o amor que o cliente tem a uma organização como fruto do desenvolvimento do seu projeto, o designer de serviços vai falar que é por conta de como seu trabalho projetou uma experiência inesquecível para o cliente e o profissional de Marketing vai falar sobre suas campanhas.

A partir dessa premissa diversa, podemos concluir que o fator determinante da atração ou repúdio do consumo do produto ou serviço da coleção, se dá pelo conjunto de ações, pela melhor resolução e projeto de cada uma das etapas do processo, seja ela o trabalho de marca - branding - o projeto e melhor planejamento

dos serviços ou até mesmo a conexão com as ações estruturais de comunicação da coleção, o marketing. Vemos que a melhor conexão se dá pelo melhor caminho das ações sistêmicas da marca que extrapolam para o produto e a coleção deste.

Não é somente um instrumento, é a melhor orquestração de todos os instrumentos utilizados. O melhor planejamento e desenvolvimento de uma coleção de produtos ou serviços de moda pode-se ter pela concepção e uso da melhor ideia e das conexões múltiplas que essa ideia pode ter com os vários processos e desdobramentos, é um movimento de dispersão e concentração de processos e resultados na construção de um agrupamento de produtos e serviços que atenderão a uma ou várias necessidades do consumidor.

A ideia gerada pelo processo e no ambiente correto, será muito mais promissora, muito mais estimulante. O planejamento de coleção será eficiente em ambientes e métodos particulares ou concepções de senso comum ao profissional designer. Este designer, deverá ser protagonista de suas escolhas e métodos, ao ponto de ter em alguns momentos o papel de gestor(a), atividade cada

vez mais presente nos processos de planejamento e desenvolvimento de coleções.

O desenvolvimento de atividades de planejamento, é uma prática do profissional designer, e essa prática remete ao princípio de uma atividade que era inicialmente e somente sistêmica, deixando o profissional de certo acomodado(a) a seguir um modelo pré-estabelecido pelo sistema. Atualmente consideramos diversas influências que podem determinar, conduzir, nortear as escolhas e construções de métodos e processos.

Segundo (ROZENFELD et.al. 2006, p. 67), o planejamento tem o papel de informar a todos os envolvidos no projeto aonde queremos ir e como chegar lá, entendemos ser uma das mais importantes e determinantes à condução e norte das ações posteriores ao start. Utilizar ferramentas de planejamento, é otimizar o processo de criação, a partir das decisões nesta etapa é discutir os planos e objetivos da coleção, é primordial utilizar os instrumentos corretos da metodologia de design mais assertiva, àquela que escolhemos, é levar em conta o fator tempo, condições adversas, meios e fator humano - equipe colaborativa.

Segundo Art. 2º do PROJETO DE LEI N° 1.391/11, que regulamenta o exercício do profissional de Design no país, Designers são profissionais desenvolvedores de projetos, intencionalmente destinados às atividades especializadas técnico-científico, ações criativas e artísticas, adaptadas a seriação e possíveis de adequar-se a

processos industriais e atribuindo a esse profissional, ações primordiais de planejamento e desenvolvimento de projetos de sistemas, produtos ou serviços.

Segundo (MUNARI, 1998, p. 64) em seu inspirador livro - "Das coisas nascem coisas", o(a) designer não deve buscar ansiosamente uma solução imediata que resolva o problema proposto pelo cliente, deve sim investigar, pesquisar, fundamentar, demonstrar competência, domínio e habilidades específicas tanto na base como no decorrer e finalização do processo projetual, pode também criar seu próprio método, uma lógica onde permita o surgimento, análise e reanálise de possibilidades que permitam dar à ideia um corpo de projeto mais sistêmico e robusto.

Quando (MUNARI, 1998 p. 35) diz que o método projetual pode acontecer inicialmente de duas formas, profissional ou romântica, passamos a compreender que nas duas categorias, a ideia é concebida de forma diferente, e com força de resolução e aplicabilidade também diferente.

No ambiente projetual romântico, podemos gerar soluções geniais e ocasionais, oportunas à luz do insight particular e sempre autoral de identidade egocêntrica, que em alguns casos no sistema de moda é oportuno e correto.

Já no ambiente projetual profissional, há uma compreensão muito mais técnica, sistêmica e eficaz nos quesitos precisão, segurança e tempo. A concepção da ideia está atrelada ao propósito inicialmente de satisfazer às necessidades sistêmicas de fatores coletivos ao público destinado, e de interesse, ao bom uso sustentável da matéria-prima, processos de atividades e processos industriais, assim como à performance comercial do produto ou serviço no mercado de atuação da coleção.

Uma das maiores responsabilidades na entrega de um projeto de design e/ou de coleções de produtos de moda, é atender total ou parcialmente uma necessidade pré-estabelecida ou planejada como objetivo. Podemos seguir pelo caminho mais adequado de acordo com nossa intenção de resultado. Pensar num projeto de coleção eficaz, é antes de tudo analisar cada etapa para que possamos atingir o objetivo com eficiência no menor prazo possível e custo adequado, satisfazendo uma necessidade física ou emocional, conectada com o tempo, a estética, a cultura, a poética e o desejo. Aí sim será moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão da importância da integração de diferentes áreas do conhecimento, assim como da conexão entre conceitos, teorias e práticas, impulsionou a

colaboração e a construção deste material de apoio didático compartilhado entre as salas de aula dos seus autores e docentes do curso Tecnólogo em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco, unidades Recife e Caruaru. O material, chamado pelos autores de Trilha de uma coleção, possibilita a intersecção entre conteúdos múltiplos que perpassam os conceitos e as metodologias para desenvolvimento de uma coleção de moda e possibilitam aos estudantes uma visão mais ampla e conectada com o mercado de consumo.

Assim como o encantamento das ações e realizações no sistema de moda e o entendimento de que as metodologias de construção de coleções devem ser adaptáveis e mutantes, mesmo que seguindo uma didática acadêmica totalmente justificada pelo sucesso de sua receita, entendemos que a relação ensino e aprendizagem pode ser sensivelmente percebida a partir da inclusão das práticas, das atuações dos profissionais no fazer diário do sistema das fábricas e dos seus pensamentos processuais do fazer.

É possível perceber a importância deste processo de interdisciplinaridade entre docentes focado no compartilhamento de saberes como um passo inspirador para outras práticas disruptivas e colaborativas que estimulem a integração entre a academia e o mercado de trabalho. Dessa forma, aproximando esses agentes e ampliando vivências profissionais nos ambientes de salas de aula.

São resultados como este apresentado neste artigo, que mostram como é importante as conectar conteúdos teóricos e conceitos à metodologia comprovada, o sistema de utilização de prova e contraprova dos dados que justificam cientificamente o fazer e não mais deixa sob responsabilidade do pragmatismo da realização à prática do empirismo na indústria de confecção, pra promover salas de aula mais disruptivas e inovadoras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COBRA, Marcos. **Marketing & Moda**. 3ª edição. São Paulo: Editora Senac, 2015.

BITTENCOURT, R., COUTINHO, C., REIS, G., RIVA, R., SUZIN, Q. **Estratégias de Marketing de Relacionamento em Tempos de Crise Econômica**. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xvmostrappga/paper/viewFile/4124/1278>>. Acesso em: 20/11/2022

LÜCK, H. **Pedagogia interdisciplinar: fundamentos teórico-metodológicos**. Petrópolis RJ: Vozes. 1994.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5ª edição. São Paulo: ed. Brusque, 2007.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PROJETO DE LEI Nº 1.391 de 2011. Redação Final. Dispõe sobre o exercício profissional de Designer e dá outras providências. **Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania** - Câmara dos Deputados. Disponível em: Acesso em: 08 jan. 2014.

ROZENFELD, Henrique; FORCELLINI, Fernando Antônio; AMARAL, Daniel Capaldo; TOLEDO, José Carlos de; SILVA, Sérgio Luis da; ALLIPRANDINI, Dário Henrique; SCALICE, Régis Kovacs. **Gestão de desenvolvimento de produtos**: uma referência para a melhoria do processo. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Portal Designerd. Disponível em: <<http://www.designerd.com.br/i-a-importancia-das-emocoes-humanas-no-design/>>. Acesso em 3 de julho de 2020.



EMBALAGENS PLÁSTICAS: A PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO/PE SOBRE OS EFEITOS AO MEIO AMBIENTE

Joelson Joaquim da Silva

joelsonjoaquim29@hotmail.com

Flávio Nunes de Araújo Maia

Resumo

O presente estudo teve como objetivo entender a percepção da população do município da Vitória de Santo Antão – PE, em relação ao uso e seus vários impactos à saúde humana e biodiversidade. Tal estudo deu-se a pesquisa realizada com 122 moradores da cidade da Vitória de Santo Antão. Em convite via WhatsApp, os predispostos informados e, em concordância, responderam à pesquisa formulada na plataforma Google forms. Os resultados apontam que assuntos relacionados sobre o ecossistema e embalagens plásticas, não são discutidas perante a sociedade. observou-se também, que alguns conhece das propriedades constituídas, porém ignoram os compostos específicos e sua reutilização, reciclagem e substituição reduzindo o impacto ambiental, desconhecendo o seu tempo de decomposição, bem como, não entende/observa, ou tem dificuldades nas informações dos rótulos e se prejudica ou não à saúde. Conclui-se a necessidade, de uma abordagem de instituições educacional, empresarial, governamental e coletivo, estimulando, ações relevantes, educação e cultura, visando o direito da qualidade de vida no ecossistema.

Palavras- chave: Acondicionamentos; Impacto; Ecossistema.

INTRODUÇÃO

O plástico está existente na sociedade, comércios e indústrias, movimentando a economia até que alcançou a importância socioeconômica. As embalagens plásticas têm sua influência no mercado e na vida cotidiana, elas assumem um papel sig-

nificativo na logística e comércio, como no transporte, estocagem, e armazenamento, na finalidade de proteger, conservar e acomodar os alimentos. Segundo De Oliveira Kohler (2016), “Os materiais plásticos são avistados em praticamente todo o ambiente que nos rodeia, estão presentes nos móveis, computadores, carros, eletrodomésticos, calçados, na construção civil etc. São produzidos por subsistemas organizacionais movendo a economia e gerando empregos”.

A contribuição do plástico na qualidade de vida humana, e rotineiramente, há de ver a indiligência com o meio ambiente, deixando efeitos negativos na natureza e na vida da biosfera, como; o tempo de decomposição do plástico, descarte inadequado que vão parar no oceano, a extinção de animais, exemplo: espécie marinha, contaminação do solo e rios, entupimentos de valas e bueiras gerando enchentes e desabrigando pessoas.

O presente estudo foi realizado no município da Vitória de Santo Antão/PE (Região Nordeste do país, zona da mata pernambucana), no intuito de colher informações referente a questões ambientais e, como a população vitorienne percebe o efeito das embalagens plásticas no meio ambiente?

Para tanto corroborar com o estudo se faz necessário atingir o seguinte objetivo geral: analisar a percepção da população vitorienne sobre o efeito das embalagens plásticas no meio ambiente. Logo, deve-se ter os seguintes objetivos específicos: Estudar os impactos causados pelas embalagens plásticas na sociedade: Identificar os diferentes tipos de embalagens plásticas relacionadas ao estudo: Discutir os resultados encontrados perante a percepção da população da Vitória de Santo Antão/PE. A pesquisa tem a intenção de alguma maneira, contribuir com o planeta: deixando um legado para gerações futuras, a essência do que nós fomos herdadas por antepassados.

A responsabilidade social e educação ambiental tem positivo a importância da conscientização, da sociedade e stakeholders, no descarte correto do plástico, na inserção de paradigmas educacionais inovador e/ou até mesmo data que pause a sociedade, para tal, refletir sobre a vida saudável na biosfera, poderá haver um impacto significativo para o meio ambiente e este grande desafio está em cada um dos indivíduos envolvidos.

ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

• EMBALAGENS PLÁSTICAS

Partindo da premissa, as embalagens de modo geral, tem relevância no cotidiano

da humanidade, nos lares dos consumidores, acondicionando os alimentos, e no setor logístico, tem a importância da integridade e segurança dos produtos acabados, nos armazéns, estoques e distribuição para CDs ou até o consumidor final, facilitando o transporte e a cadeia de abastecimento, como também, a credibilidade na informação e caracterização dos itens e marketing das organizações.

Ênfase nas embalagens plásticas (plastic packaging) conforme Pigozzo (2021) “são compostas de polietileno manufaturado em grande escala durante a primeira Guerra Mundial, após esse período tornou-se um material relevante no mercado”.

As embalagens plásticas também são as mais utilizadas em atmosfera modificadas como uso dos filmes flexíveis, prolongando o tempo de conservação dos alimentos, evitando a proliferação de microrganismos (FERREIRA, p.31, 2021).

CONSTITUIÇÃO DAS EMBALAGENS PLÁSTICAS

Conforme a teoria do Mestrado em Engenharia de Produção, Bem (2002, p.16) os seres humanos têm uma capacidade de adaptação natural, e de acompanhar a evolução no espaço de tempo, é o caso das embalagens que teve suas premissas ao acaso, há mais de 10.000 anos, pela necessidade de estocar e beber alimentos, com cascas de cocos, cascos de animais, conchas marinhas, sem subterfúgios de confecção. Como resultados de especulação e experimentos químicos, o plástico surgiu no século XIX, sua história começou quando Alexander Parkes, na busca de material que substituísse a borracha, sua descoberta foi um material orgânico derivado da celulose, que ficou conhecido como: Parkesina, porém os investidores desencorajaram-se pelo elevado custo de produção.

CLASSIFICAÇÃO

Nesse item o estudo apresenta a classificação conforme a logística do mercado e os estudos e pesquisas desenvolvidas. Para iniciar segue a Principal embalagem plásti-

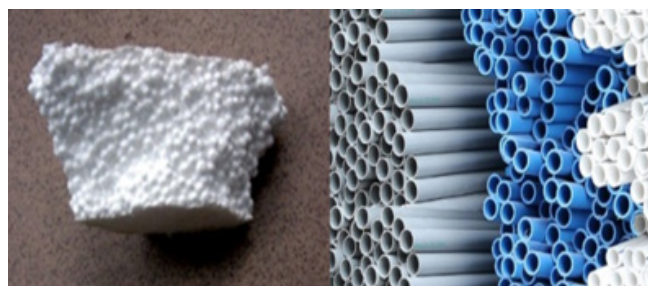


Figura 03: Poliestireno (Isopor) e Policloreto de vinila (PVC).

ca para alimentos com fecho. Poliestireno polímero utilizado nas fabricações de xícaras e pratos, quando aquecido em substâncias que produzem gases da origem ao isopor, o polímero sintético, policloreto de vinila (PVC), também utilizado em tubos para encanamentos, conforme figura 03.

ESTUDO DA IMAGEM / PERCEÇÃO

No cotidiano da sociedade a percepção das embalagens tem a base de manuseio das mercadorias em domicílio, supermercados e comércio em geral. As pessoas dispõem das informações e características, exemplo: data de vencimentos, marcas, modelos, nome e endereço do fabricante, descritas nas embalagens dos produtos. Porém as habitualidades das pessoas no seu cotidiano, utilizam as embalagens e não tem a consciência, educação e/ou paradigmas governamentais atribuídos na sociedade, descartando-as de maneira desordenada. A Política Nacional do Meio Ambiente, obriga o infrator recuperar anomalias causadas ao meio ambiente, assim, deteriorações por órgão privados precisam ser contidos, preservando a saúde, cidadão e o meio ambiente (IBAMA, 2020).

Há uma percepção dos consumidores que pressupõem que as empresas minimizem os impactos negativos (ao meio ambiente) dos seus processos manufaturados, por meio da utilização da logística reversa. Um ciclo de lixo domiciliar sendo reutilizado por meio da coleta seletiva como matéria prima para a indústria. Seguindo o fluxo da produção Industrial à distribuição para atacados e varejos, em que o consumidor descarta em pontos de entregas voluntárias (PEVs), nos quais, prefeituras e empresas terceirizadas coleta e transporta de forma regular para aterro e incineração, e na seletiva em que cooperativas galpões municipais ou particulares faz uma triagem, e comercializa para a indústria que recicla, transformando em matéria prima retornando para a produção e iniciando-se um novo ciclo. Conforme apresentado a figura 04.

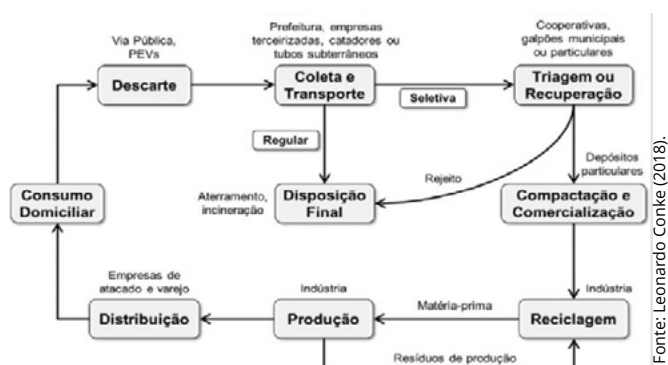


Figura 04: Ciclo de uma coleta de lixo domiciliar urbano.

A IMPORTÂNCIA DA EMBALAGEM

A economia do comércio é impulsionada pela demanda e quanto maior essa demanda, conseqüentemente maior a produção e a necessidades das embalagens.

A embalagem define a qualidade do produto, no entanto tem sua importância na contenção e no manuseio, as Indústrias necessitam de armazenar, distribuir e transportar seus produtos com segurança e integridade física, para tanto é necessário de embalagens específicas, bem proporcionada para cada item e de marketing atraente. Nesse sentido conforme Stefano e Casarotto Filho (2012), “as embalagens é imprescindível, para a indústria de produtos de consumo, pela credibilidade à mercadoria comercializada e que acondiciona, considerando itens e embalagens unificados”.

O Conselho Nacional do Meio Ambiente – Conama órgão consultivo e deliberativo do Sistema Nacional do Meio Ambiente - Sisnama; instituído pela Lei 6.938/81, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, regulamentada pelo Decreto 99.274/90. Por meio da Resolução n. 275, de 25/04/2001, estabeleceu o código de cores para os diferentes tipos de resíduos para a coleta seletiva. Conforme segue representado no Quadro 01 abaixo:

Papelão	Plástico
Vidro	Metal
Madeira	Perigosos
Resíduos ambulatoriais, serviços de saúde	Radioativos
Orgânicos	Geral, não reciclável

Fonte: Senai-SP (2020).

QUADRO 01: Código de cores para diferentes tipos de resíduos.

Tais coleta seletiva, adota-se cuidados especiais com potes e frascos limpos sem resíduos químicos ou orgânicos, evitando transmissão de doenças.

Dando enfoque ao plástico caracterizado no quadro acima na célula de cor vermelho, tem sua decomposição estimada mais de 400 anos. Tem a coleta seletiva reciclável e não reciclável. Dito isto, o quadro 02, traz o enfoque sobre os estudos de substância reciclável e não reciclável.

RECICLÁVEL	NÃO RECICLÁVEL
PET, POTES DE ALIMENTOS, GARRAFAS DE ÁGUA MINERAL, TAMPAS, HIGIENE, BALDES, SACOS DE PLÁSTICOS, RECIPIENTES DE LIMPEZA, BRINQUEDOS E PVCs.	CABO DE PANELA, TOMADAS, ADESIVOS, ESPUMAS, TECLADOS DE COMPUTADOR E ACRÍLICOS.

Fonte: Senai-SP (2020).

QUADRO 02: substância reciclável e não reciclável.

PONTOS POSITIVOS

Na reutilização de embalagens tem ponto positivo de maneira criativa e inovadora, atribuindo continuidade ao ciclo da produção, da mesma forma que a reciclagem, tem seu ponto positivo transformando produtos usados em matérias primas. Para Cortez (2011) “Embalagem reutilizável: é o tipo de envoltórios que poderá ser reaproveitado pelo consumidor para o acondicionamento de outros produtos, este tipo de envoltórios tem como principal ponto positivo o não descarte inadequado no meio ambiente”. Ainda conforme Cortez (2011), “As embalagens naturalmente contribuem beneficemente na sociedade com as suas funções básicas garantido a satisfação de todo requisito essenciais, estruturais e visuais”.

PONTOS NEGATIVOS

As embalagens plásticas estão envolvidas negativamente no meio ambiente, chegando a rios e mares causando uma destruição ambiental e afetando atual e futuras gerações. Um ponto negativo em utilizar sacolas biodegradáveis segundo Santos et al., (2012) apud Da Silva Corrêa, (2019) “refletindo as devastações no ecossistema relaciona-se poluição d’água, do ar, produção de resíduos sólidos e distribuição irregular fora a emissão de metano e dióxido de carbono”.

A EMBALAGEM E O MEIO AMBIENTE

As embalagens criadas para garantir e manter a integridade dos produtos por elas envolvidos, e outros fins na cadeia de abastecimentos, também assegura os operadores no manuseio destas. A criação de metrópoles, agriculturas e indústrias promoveram preocupantes danos ao meio ambiente. “Logo, a percepção ambiental sobre o uso de Sacolas Plásticas, ainda é um conflito que desperta mobilizações de conscientização referente aos transtornos ambientais” (SILVA; SANTOS; SILVA, 2013 apud ALVES; DE ARAÚJO 2018).

METODOLOGIA

Para obter melhores resultados o presente estudo optou-se por uma abordagem qualitativa e quantitativa. Sendo a primeira seguiu segundo González, (2020) em que a pesquisa qualitativa se refere em coletar dados e registrar informações que sirvam de base para a formulação de concepções e resoluções. Ainda se fez uso da pesquisa exploratória que se enquadra-se pela coleta de informações de um problema pressuposto ao meio ambiente. A pesquisa utilizou fontes secundárias como trabalhos acadêmicos, artigos, livros, web site e afins, permitindo um melhor conhecimento sobre o tema. No segundo momento houve a análise quantitativa, visto que, nas descrições das tabelas foi necessária se fazer uma análise dos dados sociodemográficos e questionado sobre os construtos referente ao tema no qual auxiliou na pesquisa de campo. O instrumento utilizado para a coleta de dados do tipo bola de neve, onde obteve uma evolução observada na plataforma do Google Forms, construído e disponibilizados por um endereço eletrônico, o questionário foi cedido em redes sociais nos grupos de WhatsApp, Facebook e Instagram em que se obteve os dados coletados. Para os procedimentos da coleta de dados houve a validação das questões de pesquisa foi feito o pré-teste transcorreu de, 22 a 28 de setembro de 2022. O ciclo da coleta de dados deu-se no dia, 28 de setembro do corrente ano.

O estudo do presente artigo transcorreu no município da Vitória de Santo Antão/PE -Região Nordeste do país, zona da mata pernambucana - de área territorial 335.942km² com uma população estimada em 140.389 habitantes conforme dados do IBGE (2021).

A população do estudo elaborado, não compreende todos os vitorienses; o presente estudo elaborado obteve-se uma massa geral de retorno de resposta de 122 indivíduos, vitorienses com idade de 18 a 75 anos. A amostra permitiu obter informações pertinentes ao estudo do presente artigo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

RESULTADOS QUALITATIVOS

Os dados coletados, os quais, se refere para esse estudo qualitativo, dos itens que integram o questionário, foram classificados e selecionados, apresentados nos quadros seguintes. Em que no tópico no quadro 03.

QUESTÃO 01: QUAL É A MATÉRIA-PRIMA PARA A FABRICAÇÃO DOS PLÁSTICOS?		
PETRÓLEO	NÃO SEI	
RESINAS DERIVADAS DO PETRÓLEO	POLIPROPILENO	
POLIETILENO	TERMOPLÁSTICO	
PERTENCENTE AO GRUPO DOS POLÍMEROS (MOLÉCULAS GRANDES COM CARACTERÍSTICAS ESPECIAIS E VARIADAS)	POLÍMEROS	
QUESTÃO 02: OS PRINCIPAIS IMPACTOS AMBIENTAIS CAUSADOS PELAS EMBALAGENS PLÁSTICAS?		
POLUIÇÃO	NÃO SEI	DEVERIA TER MAIS COLETAS
MORTE DE AVES E ANIMAIS MARINHOS	POLUIÇÃO VISUAL, AMBIENTAL, ENTUPIMENTOS DAS GALERIAS.	ANIMAIS MARINHOS PODEM CONFUNDIR COM ALIMENTOS
O PLÁSTICO DEGRADA-SE EM PARTÍCULAS PEQUENAS QUE PEIXES E AVES COMEM E MORREM LENTAMENTE DE DOR, SEM CAPACIDADE DE DIGESTÃO,	EM GRANDE QUANTIDADE NO MAR O PLÁSTICO IMPEDE O OXIGÊNIO COMPROMETENDO O CICLO DA FLORA MARINHA	CENTENAS DE ANOS PARA SE DECOMPOR, SENDO NECESSÁRIO POLÍTICA HÁBIL
QUESTÃO 03: PARA ONDE É ENCAMINHADO O PLÁSTICO UTILIZADO NO NOSSO DIA A DIA?		
LIXO COMUM	PARA RECICLAGEM	
PARA RECICLAGEM	ATERRO SANITÁRIO	
SE NÃO FOR RECICLADO OU DIRECIONADO PARA O ATERRO SANITÁRIO, O OCEANO É QUE RECEBE ESSE MATERIAL	É DIVIDIDO EM PARTES, UMA PEQUENA PARTE VAI PARA A RECICLAGEM, OS RESTANTES DAS PARTES SE	
DIVIDEM EM ATERROS SANITÁRIOS, LIXÕES A CÉU ABERTO OU SÃO DESCARTADOS DE MANEIRAS INADEQUADAS		
QUESTÃO 04: COMO O PLÁSTICO CHEGA AO MAR?		
DESCARTE DEFORMA INCORRETA A PARTIR DO MONTO QUE AS PESSOAS JOGAM AS GARRAFAS.	PELAS PESSOAS QUE MORAM PERTO, E DESCARTAM DE FORMA ERRADA	
LEVADO PELA CHUVA INUNDAÇÕES ETC.	DESCASO DA COMUNIDADE LOCAL	
PELOS ESGOTOS, CANAL ABERTO	PESSOAS QUE NÃO DESCARTAM DA FORMA CERTA	
ATRAVÉS DOS RIOS E CANAIS	ATRAVÉS DA POPULAÇÃO	

QUADRO 03: respostas dos inquiridos

Fonte: Autor (2022).

Obteve-se dos pesquisados sobre a matéria prima na fabricação dos plásticos, algumas divergências de resposta em que se deduz, falta de informação, do entendimento adquirido na premissa educacional, e poucos não sabem se o plástico agride ou não o ambiente.

No entanto, os respondentes entendem que os plásticos se dirigem as reciclagens, lixões, aterros, rios, e ao mar descartados de forma incorretas nas areias de praias, ruas e galerias de esgotos. Dados levantados dos pesquisados de 0 a 75 anos de moradias na cidade Vitória de Santo Antão.

RESULTADOS QUANTITATIVOS

Analisando a percepção dos vitorienses que responderam ao questionário, em seguida apresentada na sequência, abrevia informações sociodemográficas. Os achados da pesquisa com amostra final constituída por 122 vitorienses, onde se desenvolveu entre os adultos com idade mínima de 18, máxima de 75 e média de 35 anos, nos quais a maioria (45,1%) tem uma renda mensal familiar entre R\$ 1.045,00 à R\$ 2.090,00 outros (27,9%) com renda até R\$ 1.045,00 seguido por (16,4%) com renda R\$ 2.090,00 à R\$ 3.135,00 outros poucos entre (4,1% a 6,6%) com renda mensal entre R\$ 3.135,00 à R\$ 10.450,00. Entre grau de escolaridade com (49,2%) Ensino Médio Completo, (23%) Graduação Incompleta e (7,4%) Pós-graduação Completa. Na sequência, segue os achados referente ao foco do estudo, que se refere ao tema proposto. Visto que, em meios gerais, pode-se destacar que o objetivo se relaciona ao que a pesquisa pretende. “As perguntas, por sua vez, estão estreitamente ligadas com os objetivos e tem a vantagem de apresentá-los de maneira direta, minimizando as distorções” (CHRISTENSEN, 2006 apud NEGRÃO 2018). Dos respondentes nota-se que a maioria com (53,3%) as mulheres e (46,7%) homens, sendo a maioria dos pesquisadores entre (61,5%) dos solteiros ou solteiras. Com (35,2%) dos casados ou casadas, e (3,3%) dos divorciados.

Ao questionar quantas pessoas moram na residência dos respondentes, obteve-se as seguintes percentagens: (34,4%) Eu e mais duas pessoas, (31,1%) Eu e mais três pessoas, 19,7% Eu e mais uma pessoa, (9,8%) Eu e mais quatro pessoas. Em que (4,1%) Mora sozinho e (0,8%) com mais cinco pessoas. Conforme o estudo a percepção dos pesquisados vitorienses tem em sua consciência que reciclar, reutilizar, reduzir e recusar é de grande relevância para diminuir o impacto causado no meio ambiente pelo plástico. Esse estudo segue a tabela 01 com os principais achados referente as variáveis pesquisadas junto aos inquiridos, logo os itens ajudaram a compor o entendimento sobre o tema. A visualização da tabela abaixo descreve que:

VARIÁVEIS	R= 122	%
ATITUDE DE MAIOR IMPORTÂNCIA PARA DIMINUIÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL.	<ul style="list-style-type: none"> • REDUZIR • RECICLAR • REUTILIZAR • RECUSAR 	<p>9,3 69,9 14,3 6,5</p>
TIPOS DE IMPACTO QUE O PLÁSTICO TRAZ À SOCIEDADE.	<ul style="list-style-type: none"> • OCUPAÇÃO DE GRANDES ESPAÇOS • PROLIFERAÇÃO DE DIFERENTES TIPOS DE ANIMAIS • POLUIÇÃO DO SOLO • POLUIÇÃO DOS LENÇÓIS FREÁTICOS (CAMADA SUPERIOR DAS ÁGUAS ABASTECIDO PELAS ÁGUAS DAS CHUVAS) • BIOACUMULAÇÃO NA CADEIA ALIMENTAR 	<p>7,3 2,4 52 34,1</p>
TODOS OS PLÁSTICOS SÃO IGUAIS	<ul style="list-style-type: none"> • SIM • NÃO • NÃO SEI 	<p>11,4 78,9 9,8</p>
DECOMPOSIÇÃO DO PLÁSTICO.	<ul style="list-style-type: none"> • 2 ANOS • 2000 ANOS • 20 ANOS • 400 ANOS 	<p>2,4 8,9 15,4 73,2</p>
QUAIS MATERIAIS SÃO COMPOSTOS POR PLÁSTICOS OBS.: ESTE ITEM FOI ABERTO PARA OS RESPONDENTES ESCOLHER MAIS DE UMA OPÇÃO, LOGO O CAMPO DA TEORIA ESTUDA A PERCEPÇÃO DOS INQUIRIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • FOLHAS DE CADERNOS - 3 R • SACOLAS DE SUPERMERCADO - 106 R • POTES DE SORVETE - 100 R • EMBALAGEM DE BALA - 97 R • EMBALAGENS DE VIDRO - 7 R • SOLA DE CALÇADO - 33 R • GARRAFA PET - 110 R • PVC - 67 R • MADEIRA - 3R • ALUMÍNIO - 2 R 	<p>2,4 86,2 81,3 78,9 5,7 26,8 89,4 54,5 2,4 1,6</p>
EMBALAGENS PLÁSTICAS CONTAMINAM O MEIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • SIM • NÃO • NÃO SEI 	<p>94,3 3,3 2,4</p>
RÓTULOS NAS EMBALAGENS SÃO FONTE DE INFORMAÇÕES SEGURA	<ul style="list-style-type: none"> • SIM • NÃO • NÃO SEI 	<p>57,7 29,3 13</p>
EMBALAGENS PLÁSTICAS PODEM CAUSAR DANOS À SAÚDE	<ul style="list-style-type: none"> • SIM • NÃO • NÃO SEI 	<p>91,1 4,1 4,9</p>

Fonte: Autor (2022).

TABELA 01: Variáveis da pesquisa sobre o estudo da embalagem plástica

De acordo com a tabela acima segue os números que representam os resultados da pesquisa que revela o entendimento e a percepção dos inquiridos. Dessa forma, as variáveis de atitude trouxeram itens revela que reciclar transformando produtos usados em matérias primas obteve (69,9%) das respostas. Reutilizar de maneira criativa e inovadora, atribuindo continuidade ao ciclo da produção com (45,5%). Reduzir o consumo, adquirindo produtos duradouros, com menos embalagens e, econômica e com prioridade as retornáveis com (29,3%). Recusar consumir produtos que constituam impactos ambientais relevante contribuindo para um planeta mais limpo (6,5%). Dos pesquisados vitoriense, em suas percepções com relação ao plástico, observa-se que o maior problema para sociedade é a poluição do solo que obteve (52%) das respostas. Seguido com poluição dos lençóis freáticos (34,1%). Ocupação de grandes espaços (7,3%). Mensurado que, (4,1%) de bioacumulação na cadeia alimentar. E que (2,4%) com proliferação de diferentes tipos de animais.

A percepção dos pesquisados é que (9,8%) desconhece que todos os plásticos não são iguais, e a grande maioria (78,9%), tem o conhecimento e que (11,4%) considera que são iguais. O conhecimento dos pesquisados, sobre a decomposição do plástico na natureza, é representada com as respostas de (73,2%) mais de 400 anos e (15,4%) 20 anos com percepção da minoria (8,9%) 2000 anos e (2,4%) 2 anos. A percepção equivocada de (12,1%) das respostas dos pesquisados é que não se tem a compreensão de qual matéria é composta por plásticos. Do entendimento dos inquiridos, é descrito por (3,3%) entende que as embalagens plásticas não contaminam o meio ambiente, e (2,4%) não sabe, entretanto (94,3%) dos respondentes afirma que as embalagens plásticas contaminam o ecossistema.

Tais entendimentos dos pesquisados vitoriense, é descrita por (29,3%) entende que os rótulos nas embalagens não é uma fonte segura de informações, e (13%) não sabe, entretanto (57,7%) dos respondentes afirma que os rótulos das embalagens são fontes seguras. No que se refere à danos causados pelas embalagens plásticas à saúde, é descrito o entendimento por (4,1%) dos pesquisados entende que as embalagens plásticas não podem causar danos à saúde, e (4,9%) não sabe, entretanto (91,1%) dos respondentes afirma que as embalagens plásticas podem causar danos à saúde.

Conforme os achados da pesquisa a reciclagem é de maior importância na diminuição do impacto ambiental e que a poluição do solo é um dos grandes problemas para a sociedade, no entanto é preocupante a ausência de conhecimento pela minoria. Porém prevalece a maior parte das respostas no que diz respeito: A decomposição do plástico, o entendimento sobre de quais materiais é composto por plástico, o conhecimento se as embalagens plásticas contaminam o ambiente e que os plásticos

podem causar danos à saúde. Contudo, uma minoria significativamente desconhece ou não observa que os rótulos das embalagens detêm de informações relevantes.

CONCLUSÃO

A partir dos resultados aqui apresentados, revelou-se que é preciso uma consciência educação e um paradigma cultural na sociedade e nos meios sociais, observou-se uma inexistência de conhecimento do meio ambiente, nas respostas dos pesquisados, apesar da maioria ter entendimento da importância do ecossistema.

Reforça-se a necessidade de um sistema cultural para o meio ambiente na sociedade, iniciando-se nas instituições educacionais públicas e privadas, transpassando e chegando a toda comunidade, relacionados aos impactos do uso das embalagens plásticas no meio ambiente. Evidencia-se que o tema deve ser mais bem diligenciado, pela população e governantes, especialmente pela incompreensão das devastações causadas por grande parte da população. É, simplesmente, que por meio da educação, ideias inovadoras e culturais são constituídas e consegue conscientizar a população sobre o uso das embalagens plásticas.

A prática do exercício da cultura por exemplo, aprender a reutilizar de maneira inovadora, atribuindo continuidade ao ciclo da produção, e com a reciclagem, transformando produtos usados em matérias primas, converter as embalagens e utensílios plásticos, visa cuidar da biosfera. É importante que organizações e unidades econômicas-sociais, adicione de maneira simplificada e de fácil leitura, informações esclarecedoras da correta, reutilização e descarte sustentável das embalagens plásticas.

Quanto as limitações: do estudo e o fato da coleta de dados ter sido limitada à caráter online, operando em redes sociais e não ter transpassado fronteiras abrangendo uma grande parcela da população independentemente, considerou-se recomendável, pois atendeu as expectativas das sugestões mínimas necessárias para análise das percepções dos vitorienenses.

A contribuição do presente estudo é que, todos os envolvidos; tenha conscientização para cuidar da vida do planeta e que através deste, os Poderes Públicos, Empresas e Sociedade busque implementar homogêneo padrões sistemático para minimizar ou impedir devastações ao meio ambiente por descarte irregular das embalagens plásticas ou os plásticos (polímeros sintéticos). Enfatiza-se que o Poder Público e a Sociedade contribuam para que o artigo 225 da Constituição Federal de 1988, prevaleça entre a sociedade e que todos tenham o conhecimento.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ALVES, Danilo Aparecido; DE ARAÚJO, Geraldino Carneiro. **Percepção Ambiental de discentes sobre o uso de sacolas plásticas**. Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle, v. 7, n. 1, p. 55-68, 2018. Disponível em: <https://svr-net15.unilasalle.edu.br/index.php/desenvolve/article/view/3548> acesso em: 25/10/2022.

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária, **Embalagens**. Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/embalagens> acesso em: 29/10/2022.

BEM, André Nunes de et al. **Implantação do conceito de troca rápida de ferramentas no setor de impressão flexográfica em empresas produtoras de embalagens plásticas flexíveis**. 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/82849> acesso em: 29/09/2022.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres. **Embalagens: o que fazer com elas?** Revista Geográfica de América Central, v. 2, p. 1-15, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4517/451744820731.pdf> acesso em: 29/10/2022.

DA SILVA CORRÊA, Juliana Oliveira et al. **Estudo sobre benefícios e desvantagens do uso do plástico e do papel em embalagens para sustentabilidade**. Brazilian Journal of Production Engineering-BJPE, v. 5, n. 2, p. 77-87, 2019. Disponível em: https://www.periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/V05N02_8 acesso em: 29/10/2022.

DA SILVA, Reinaldo Gomes; GONÇALES FILHO, Manoel. **Colaboração para integração de processos-chave de negócio e o projeto de embalagens**. Caderno Técnico de Administração Contemporânea, v. 2, n. 1, 2020. Disponível em: <https://webserver2.fumep.edu.br/ojs/ojs-2.4.8-5/index.php/CTAC/article/view/33-42> acesso em: 29/09/2022.

DE OLIVEIRA KOHLER, Graziela. As Incertezas Científicas e a Teoria da Probabilidade na Decisão Judicial: o Caso do Bisfenol a? BPA nas Embalagens Plásticas. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 96-111, 2016. Disponível em: <http://indexlaw.org/index.php/revistards/article/view/1005> acessado em: 26/08/ 2022.

DICIO, **Dicionário Online de Português**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/> acesso em: 29/08/2022.

FABRIS, Samanta; FREIRE, Maria Teresa de A.; REYES, Felix G. Reyes. Embalagens plásticas: tipos de materiais, contaminação de alimentos e aspectos de legislação. **Revista Brasileira de Toxicologia**, v. 19, n. 2, p. 59-70, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Felix-Reyes-3/publication/287350514_Plastic_

packaging_Types_of_materials_food_contamination_and_legislation_aspects/links/56bc95d508ae9ca20a4be4ec/Plastic-packaging-Types-of-materials-food-contamination-and-legislation-aspects.pdf acesso em: 13/09/2022.

FERREIRA, Anna Beatriz Matos Thomaz. **Transição para a economia circular: análise da percepção dos gestores quanto à circularidade de embalagens plásticas sustentáveis no setor agroalimentar**. 2021. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/29899> acesso em: 29/09/2022.

FREITAG, Raquel Meister K. **Metodologia de Coleta e Manipulação de Dados em Sociolinguística**. São Paulo – SP: Editora Blucher, 2014. E-book. ISBN 9788580390858. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580390858/> acesso em: 27 out. 2022.

GEORGE C. Marshall, **Os pequenos atos que se executam são...** Disponível em: <https://www.pensador.com/frase/MTE1OQ/> acesso em: 05/11/2022.

GONZÁLEZ, Fredy Enrique. Reflexões sobre alguns conceitos da pesquisa qualitativa. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 8, n. 17, p. 155-183, 2020. Disponível em: <https://editora.sepq.org.br/rpq/article/view/322> acesso em: 29/10/2022.

IBAMA, Legislação: Política Nacional do Meio Ambiente. Disponível em: <http://www.ibama.gov.br/> acesso em: 22/10/22.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Cidades e Estados, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/pt/inicio.html> acesso em: 28/10/2022.

MARTELLI, Anderson et al. Análise de metodologias para execução de pesquisas tecnológicas. **Brazilian Applied Science Review**, v. 4, n. 2, p. 468-477, 2020. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BASR/article/view/7974> acesso em: 29/10/2022.

NEGRÃO, Fábio Juliano. **Introdução resultados e discussão**, set. 2018. Disponível em: <http://www.adaltech.com.br/anais/medtrop2018/resumos/PDF-eposter-trab-aceito-3181-2.pdf> acesso em: 28/10/2022.

OLSEN, Wendy. **Coleta de dados**. Porto Alegre: Penso Grupo A, 2015. E-book. ISBN 9788584290543. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584290543/> acesso em: 27 out. 2022.

PIGOZZO, L. **Transporte e distribuição: operação e gerenciamento**. 2ª Edição, São Paulo: Érica, 2021.

SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, Curso competências transversais - Educação Ambiental, 2022. Disponível em: <https://www.sp.senai.br/> acesso em: 15/09/2022.

SILVA, Edivania Maria da; ALVES, Ryan Gaino; VIEIRA, Yasmin Lino. **Logística reversa:** embalagens plásticas. 2021. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/6124> acesso em: 29/09/2022.



LOGÍSTICA REVERSA: UM OLHAR SOBRE A CONTRIBUIÇÃO PARA A RECICLAGEM DO ÓLEO LUBRIFICANTE AUTOMOTIVO

Pryscilla Santana dos Santos

pryscillasantanadossantos@gmail.com

Thamires Fernanda da Silva Almeida Farias

thamiresfernanda008@gmail.com

Flávio Nunes de Araújo Maia

flaviomaia@pe.senac.br

Resumo

Este artigo tem como principal objetivo apresentar a participação da logística reversa na reciclagem do óleo lubrificante automotivo, e como essa prática é importante para preservação do meio ambiente. O estudo traz os conceitos de logística, logística reversa, reciclagem do óleo lubrificante automotivo para um entendimento pleno do assunto exposto. A metodologia utilizada foi a pesquisa descritiva qualitativa como base de pesquisa bibliográfica. Os resultados foram desenvolvendo uma abordagem segura sobre o descarte consciente do referido óleo. A logística sendo uma área baseada no uso de tecnologias nas quais são bem aproveitadas para seu usual objetivo, viu um meio de participar ativamente na reciclagem e consequentemente na preservação do meio ambiente, a pretensão deste trabalho é a exposição de informações para um maior conhecimento do tema apresentado e fazer de conhecimento comum o processo do rerrefino e como ele participa ativamente na reciclagem, na busca da preservação do meio ambiente e também na economia do país espera-se que com uma melhor compreensão com relação ao óleo lubrificante básico ele torna-se mais popular e melhor aceito pelo consumidor. A investigação realizada teve como resultado um detalhamento da rotina do retorno do óleo lubrificante agora para o rerrefino para assim voltar para o mercado e novamente usar mais uma vez os canais logísticos sendo que dessa vez utilizando a logística tradicional..

Palavras-chave: logística reversa; rerrefino; meio ambiente; benefícios; pós-consumo.

INTRODUÇÃO

O óleo lubrificante automotivo é uma parte importante do desenvolvimento econômico, vai além de ser um produto comercializado a partir dela movimenta-se toda uma sociedade, automóveis particulares, coletivos, maquinário e toda uma engrenagem na cadeia logística (APROMAC, 2010). A reciclagem e o rerrefino do óleo lubrificante automotivo é um aliado econômico, bem como se destaca na sua contribuição para a preservação do meio ambiente. Com essa prática diminui consideravelmente o descarte irregular deste produto preservando, solo, nascentes e conseqüentemente a saúde de todo ser vivo presente na terra. (SILVEIRA et al., 2006).

A logística sendo um setor que abrange várias atividades encontrou um meio para contribuir com a causa referente à reciclagem. Como o nome já sugere, a logística reversa trata-se de reaver algo que já foi entregue pelos seus canais de distribuição, ou seja, trazer de volta a produção o que uma vez entregaram para o consumo. (LEITE, 2009).

A logística reversa juntamente com toda a operação ligada ao óleo rerrefinado, isto é, o óleo lubrificante reciclado tem se mostrado um aliado do ecossistema e da saúde pública, mostrando as empresas que pode haver, lucro no processo e a conseqüência do envolvimento das empresas com as causas relacionadas ao meio ambiente é o aumento da credibilidade da empresa perante o consumidor desde que ela seja parceira do meio ambiente fazendo sua parte na preservação ambiental. (PONCE, 2000; SINDIRREFINO, 2000; REVELOG, 2006).

Este estudo corrobora com a logística reserva no que se refere à contribuição à reciclagem do óleo lubrificante automotivo? Para tal, tem-se o seguinte objetivo geral: Analisar a contribuição para reciclagem do óleo lubrificante automotivo. Dessa forma, no intuito de alcançar o êxito do estudo tem que atingir os seguintes objetivos específicos: Compreender o conceito logística reversa; Identificar o processo da reciclagem do óleo lubrificante automotivo; Analisar as formas corretas e seguras de coletas do óleo automotivo.

Este estudo visa contribuir para o meio acadêmico, bem como as empresas do setor automotivo. Na seqüência segue o estudo bibliográfico, onde fez uso da teoria para construção do conhecimento do tema proposto.

ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

LOGÍSTICA REVERSA

Logística Reversa embora os princípios sejam o mesmo que a logística tradicional, ou seja, de entregar o produto da melhor forma e no tempo estabelecido existe uma diferença pontual entre a logística tradicional e a logística reversa. No mesmo momento que o objetivo da logística tradicional é garantir que o processo que começa com a fabricação até a entrega ao consumidor final, a logística reversa tem como objetivo resgatar o descarte do consumidor final e direcionar para os fabricantes especializados com a reutilização de cada produto específico. (LEITE, 2009).

Atualmente as legislações de proteção ambiental rigorosas e a conscientização ecológica por parte dos consumidores, a reciclagem passou a ser uma prática comum, com a preocupação cada vez mais frequente por parte das empresas fabricantes não só com o descarte consciente mais também com o acompanhamento de todo ciclo de vida útil dos seus produtos. Mesmo com todas essas medidas o descarte inconsciente ainda é um costume cometido por uma parte da população, expondo o meio ambiente a população e assim a contaminação do solo, rios e a atmosfera. (BERNARDO e CAMAROTTO, 2012).

De acordo com Zachary (1996), o processo de Logística Reversa, este ciclo será estendido ao retorno do produto ao ponto de origem. Portanto, já na fase de desenvolvimento do produto, deve-se levar em consideração a forma como se dará o descarte e a sua reciclagem após o fim de sua vida útil.

Atualmente as empresas fabricam seus produtos já com o planejamento da vida total dele, as montadoras e empresas ligadas a tecnologia. Portanto existem os chamados postos de coleta para garantir o retorno dos produtos assim: retornando-o para o fabricante para ser reaproveitado ou devidamente descartado. No caso do óleo lubrificante, geralmente é coletado nas oficinas ou empresas terceirizadas, são transportados em transporte específico para essa ação. Ao observar o sistema da logística reversa fica fácil identificar a mesma dinâmica da logística tradicional.

A Logística Reversa, segundo Leite (2003) opera em dois setores: a logística reversa de pós-consumo e a de pós-venda, ainda segundo o mesmo autor Leite (2006), a logística reversa procura acrescentar valor ao retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo.

A logística ainda engloba dois conceitos que passam quase despercebidos, esses seriam: a logística reversa de pós-venda; ela é direcionada a manter o proces-

so do fluxo físico e das informações logísticas que corresponde a bens que já foram vendidos e que retornaram à cadeia de distribuição. É uma estratégia para adicionar um produto que já foi devolvido novamente no mercado podendo acrescentar valor ao produto, alguns dos motivos para a devolução é a falha no produto, avarias no transporte, entre outros motivos legais, há também as devoluções por garantia, que são comprovados defeitos de fabricação ou avaria no produto ou na embalagem. Para que não ocorra prejuízos com esses produtos ele retorna para seu fabricante onde passa por processos de consertos e assim está em condições de regresso para o mercado.

E a logística reversa de pós consumo: o seu principal objetivo destaca-se no conceito da logística reversa, entretanto pode-se adicionar, operações mais específicas, além do conhecido produto descartado que é devolvido pelos canais de distribuição reverso inclui-se também aqueles produtos que ainda têm condições de uso são classificados como bens duráveis ou semiduráveis acrescentando valor de mercado a esses bens. Alguns desses produtos duráveis são encaminhados para desmanches onde desmontam e ingressam para a reciclagem industrial.

Logística e Reciclagem

A logística teve seu conceito definido inicialmente pela utilização das técnicas de abastecimentos das tropas do exército na guerra, onde usavam das ações básicas que fundamentam a logística (aquisição, armazenamento, transporte, distribuição, ajustes, estabilidade, entrega e agilidade) para equipar-se. (BALLOU, 2006).

De acordo com o dicionário Aurélio o termo logístico vem do francês *logistique* e tem como definição a parte da arte da guerra que trata do planejamento e da realização do projeto de desenvolvimento, obtenção, armazenamento, transporte, distribuição, reparação, manutenção e evacuação de material para fins operacionais ou administrativos. (FERREIRA, 1986).

Segundo a definição do council of logistic management:

Logística é aquela parte do processo da cadeia de abastecimento que planeja, implementa e controla o fluxo e estocagem de materiais eficiente e eficaz de produtos, serviços e informações relacionadas desde o ponto de origem e o ponto de consumo, a fim de atender as necessidades dos clientes (MOURA et al, 2004, p.8).

Atualmente todas as características permanecem com fundamentos mais específicos como comprar, receber, armazenar, separar, expedir, transportar, entregar produtos e serviços corretos, no tempo certo, no lugar estabelecidos com o menor custo concebível.

Segundo Dias (1993), logística trata-se de uma atividade que visa coordenar o fluxo de materiais, produtos e serviços com mão de obra especializada e equipamentos de qualidade, dando ênfase a minimização de custos e a satisfação do consumidor.

Destaca-se que em suas práticas é importante a organização, planejamento, execução e controle do fluxo. A eficiência buscada em todas as operações que envolvem a logística é sua qualidade sobressalente, ela depende da resolução da empresa, visto que seu progresso se inicia a partir do momento da compra da matéria prima até a entrega do produto final ao consumidor.

A variação da logística conhecida como reversa é um grande aliado da atividade referente à reciclagem. (GOTO, 2012). Chama-se de reciclagem as técnicas usadas para reutilizar produtos uma vez descartados e trazê-los para produção de onde saíram, ou seja, pegar do consumidor produtos que tiveram sua vida útil finalizada, recolhê-los e utilizar partes que podem ser reaproveitadas. A consequência de várias ações que resgatam materiais que se tornaram lixo são recuperados, separados e processados assim sua vida útil recomeça como matéria prima em uma linha de produção. Diante disso essas matérias primas denominam-se como material reciclado.

A reciclagem tornou-se uma estratégia pelo aumento do rigor que as questões ambientais passaram a ser tratadas, principalmente com a visibilidade que a causa ganhou logo depois do primeiro choque do petróleo. Chamadas de indústrias secundárias pelo processo de produção da matéria prima dependem do resgate de produtos descartados. Normalmente a matéria prima reciclada não é a mesma do produto que foi produzido por ela.

Para Lisboa (2015) a reciclagem pode ser entendida como um processo de reaproveitamento pelo qual passam os produtos, objetos que já foram usados ou que chegaram ao fim da sua vida útil, com o intuito que novos produtos possam ser confeccionados a partir deles.

A logística reversa e a reciclagem são utilizadas pelas empresas para reaver produtos que uma vez foram descartados, o óleo lubrificante automotivo é um deles, ele é levado para processo de rerrefino. (REVLOG, 2006).

Refino e lubrificante automotivo

Segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Rerrefino de Óleos Minerais, SIN-DIRREFINO (2011) trata-se do processo industrial de remoção de contaminantes, produtos de degradação e aditivo do óleo lubrificante usado ou contaminado (OLUC), conferindo aos mesmos, características de óleos básicos, de acordo com a especificação do órgão regulador da indústria do petróleo ANP.

Mesmo que as questões ambientais sejam um dos principais motivos para o processo de refinamento do óleo lubrificante, pois já é de conhecimento público os malefícios que seu descarte irregular causa, ressalta-se que esse não é o único objetivo, pode-se destacar seu benefício econômico e técnico. Essas razões fazem o óleo rerrefinado ganhar espaço no mercado seus preços são competitivos alcançando os mesmos critérios de qualidade dos óleos naturais, essas suas características ainda aumenta o interesse dos consumidores com consciências ambientais. (DAHER ET AL, 2006).

Segundo a Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais (2016) diz que a década de 90 o imposto único (IU) entrou em vigor para o petróleo e seus derivados, onde o rerrefino ganhava isenção, o óleo usado era comprado por um preço no qual dificultava seu uso como combustível incentivava seu armazenamento por partes produtos e promove limites o bastante para ser vendido em um menor preço comparado com os óleos novos. Porém com o fim do imposto único as vantagens fiscais sobre o óleo rerrefinado e na coleta do óleo usado diminuiriam aproximadamente 30% nos quartos posteriores mantendo-se nessa conformidade.

Em concordância com a Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais (2016) a economia globalizada onde a Petrobras foi incluída, foi outro ponto difícil para indústria, as negociações internas do óleo básico passaram a ser realizadas com preços internacionais, entre os anos de 1988 a 1992 houve uma queda significativa no consumo. Nessa perspectiva acarretou a perda do privilégio que os rerrefinadores tinham na compra do óleo baixo ponto de fluidez (BPF), os produtores deram diferentes rumo ao produto, o principal deles a queima.

No mesmo ano, logo após o fim do acordo foi estabelecido pela ANP que os fabricantes e importadores do óleo lubrificante fossem responsáveis financeiramente pela coleta, assim foi instaurado o princípio do produtor pagador.

O sistema ligado ao óleo lubrificante tem uma determinada cadeia de organiza-

ção, para cumprir a demanda e operações ligadas a ele, existem cinco integrantes direto no processo em que cada um tem sua atribuição.

Com base na descrição de Muniz; Braga (2015) os membros e suas atribuições no processo do óleo lubrificante são:

- **Fabricantes e importadores** - empresa que abastece o mercado com óleo acabado, ou seja, pronto para uso;
- **Revendedores** - ficam responsável pela venda do produto acabado;
- **Geradores** - são assim chamados por gerar os resíduos, ou seja, consumidores do produto acabado;
- **Coletores** - são entidades que possuem autorização do órgão ambiental apto e da ANP para recolher os resíduos;
- **Rerrefinadores** - empresa que possui licença do órgão ambiental responsável e autorização pela ANP para realizar a atividade do rerrefino.

O óleo lubrificante produzido a partir do básico rerrefinado precisa ser avaliado, testado e atender ao mesmo propósito de execução daqueles produzidos do óleo puro, esse processo é essencial para obter a certificação do American Petroleum Institute (API). Alguns fabricantes de veículos concedem certificados de garantia que autorizam o uso do óleo passado pelo processo de rerrefino importante citar que o óleo tem que estar aprovado pelo API.

Segundo APROMAC (2005) lubrificante automotivo são produtos utilizados para diminuir o atrito e reduzir o desgaste das partes móveis dos motores dos automóveis ou equipamentos que necessitam de constante lubrificação.

Monteiro (2010), afirma que os lubrificantes são produtos elaborados que tem como principal finalidade diminuir o atrito e o desgaste entre as partes móveis do objeto. Dependendo de como for aplicado, estes produtos podem exercer função de refrigeração, limpeza, vedação, transmissão de força mecânica e entre outras funções. No caso dos automóveis o óleo tem função de evitar o contato direto dos pistões com os cilindros do motor, além de vedar, refrigerar e fazer a limpeza do motor. Neto (2005), diz que existem outros pontos de lubrificação automotiva como pedais de freio e embreagem, rolamentos de rodas, eixos, juntas esféricas, articulações da suspensão, barra de direção, entre outros.

Ainda que haja pluralidade com relação aos óleos lubrificantes deve-se consi-

derar que há uma conformidade entre eles, pois são formados inicialmente de um óleo básico onde acrescenta-se os aditivos, Neto (2005) faz uso da citação de Azienda Generale Italiana Petroli, onde diz que os óleos lubrificantes são adicionados para alterar suas características, entre elas: alteradores de viscosidade, desemulsificantes, antidesgaste, detergentes, dispersantes, anticorrosivos, antioxidantes, entre outros.

Então fica-se claro que devido a seu malefício para o meio ambiente e de extrema importância que a coleta do óleo que uma vez está sendo descartado seja feita por empresas comprometidas como seu papel não só para economia como também na preservação do meio ambiente, essas empresas de coleta deve ser devidamente certificada pelo ANP, além do fato que elas necessitam realizar testes nos resíduos que delimita se o óleo apto para o processo de refinamento, ou seja, ela certifica se óleo apresenta algum tipo de contaminação que deixe inviável para o rerrefino, o SINDIRE-PA/SP (2008) é o responsável por essa exigência para as empresas.

Os óleos que são aprovados nos testes são encaminhados para o rerrefino e passam pelos processos que são:

Admissão e Filtragem: Logo após sua chegada o óleo segue na sequência de descarga, deixá-lo uniforme, o controle de qualidade a análise para verificar se ele agrega o padrão imposto pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). Se tudo estiver como previsto são liberados para armazenamento em tanques adequados para esses fins, os óleos só são aceitos para o armazenamento depois de passar pela filtragem, logo em seguida vem o termo craqueamento e desidratação aqui é o processo para retirada de água e compostos orgânicos carbônicos, sendo usado até 120°C para retirada da água e até 280°C para compostos orgânicos. Posteriormente vem a fase da evaporação total nesse processo o uso de temperatura superior a 375°C juntamente com o alto vácuo e força centrífuga é fundamental para repartir frações mais sólidas integradas no óleo a evaporação reparte essas frações e depois são solidificadas outra vez por condensadores.

Após a evaporação total vem o tratamento físico-químico esse processo começa depois que óleo atinge a temperatura ambiente e ainda são encontrados alguns compostos medidos que precisam ser separados utilizando executor floculante em porções específicas no qual possibilita o agrupamento dos tais compostos oxidados viabilizando a sua separação. Assim começa a clarificação nessa atividade faz-se o óleo ganham o acréscimo de produtos clarificantes, nesta ocasião a temperatura chega nos 350°C causando o absorvimento dos fragmentos que certificam a cor do produto. Além disso a temperatura usada ajuda a puxar pelo vapor as frações sutis que por casualidade ainda possa ser encontrada no óleo e, por fim, chega na etapa de filtração, a

sistematização de passar pelos filtros-prensa a mangas é feita nessa fase, essa parte do processo é responsável pela eliminação dos particulados. Logo após os óleos são expelidos para tanques de óleo básico e rerrefinado a temperatura ambiente.

A principal função de todo esse processo é reconstituir o que até então são resíduos descartados para torná-lo um óleo lubrificante básico novamente, com a mesma estrutura ou até mais eficaz que óleos virgens.

A CONTRIBUIÇÃO DA RECICLAGEM PARA MEIO AMBIENTE

Embora este artigo venha dando ênfase a coleta e a reciclagem do óleo lubrificante, sabe-se que os benefícios gerados pelo ato da reciclagem vão além desse único produto. (LISBOA, 2015) Com o constante aumento populacional acarretando aumento de produtos consumidos e por consequência o volume de lixo produzido eleva-se. Existe produtos que são reutilizados, são os chamados produtos reciclados e mesmo que ele não seja utilizado para o mesmo fim pode servir como matéria prima para outro produto, porém mesmo estes produtos uma hora sua vida útil acaba e então serão descartados. A questão sobre essa informação é que nem sempre esses materiais são descartados de forma correta trazendo assim vários problemas de contaminação no meio ambiente, logo causando danos à saúde da população.

Levando em consideração o tempo que cada resíduo sólido pode levar para sua decomposição seria muitos anos de acúmulo de lixo, por isso é essencial a conscientização da população acerca da reciclagem e descarte correto.

Segundo o ministério do Meio Ambiente (2017) diz que:

A reciclagem se trata de um conjunto de técnicas de reaproveitamento de materiais descartados, reintroduzidos no ciclo produtivo. É uma das opções de tratamento de resíduos sólidos que traz mais vantagens, tanto do ponto de vista ambiental quanto do social: ela reduz o consumo de recursos naturais, economiza energia e água, diminui o volume de lixo e dá emprego a milhares de pessoas. Trata-se de um processo industrial que começa em casa com a correta separação dos materiais e encaminhando para os catadores ou empresas recicladoras que permitem que eles retornem para o processo produtivo. É uma questão de hábito e percepção: precisamos modificar nosso olhar sobre o que chamamos de lixo.

Uma das mais significantes vantagens é a oferta pela reciclagem é a preservação de fontes naturais que são usadas para matéria-prima, principalmente pelo fato que muitas dessas fontes naturais não são renováveis.

Voltando-se com um olhar diligente com relação ao óleo lubrificante pode-se perceber o dano que o seu descarte irregular pode trazer para o meio ambiente e consequentemente para a saúde pública. Sendo que a água, o solo e o ar são os meios pelo qual as pessoas são contaminadas.

Segundo estudos realizados para medir o impacto negativo que o descarte irregular causa, para contaminar um milhão de litros de água só é necessário um litro de óleo, os compostos presentes no óleo lubrificante como hidrocarboneto que nada mais é que carbono e hidrogênio que normalmente é adquirido no petróleo. Essas informações deixam claro que óleo lubrificante é extremamente tóxico, contudo, seus componentes em contato com água causam desequilíbrio do oxigênio por essa razão os peixes e outras espécies aquáticas morrem. O consumo dos peixes que porventura sobrevivem é inviável pois estão contaminados.

No solo, embora visivelmente não fique tão óbvio, ele ainda é tão afetado quanto a água. Por se tratar de um produto tóxico todo terreno que entrar em contato com óleo se torna infértil é totalmente inviável tanto para agricultura quanto para as construções. (FRAGMAQ, 2017).

Já no ar os gases liberados na decomposição do óleo interferem diretamente no fenômeno do efeito estufa, sabe-se que o efeito estufa é um fenômeno pelo equilíbrio médio da temperatura global. A liberação dos gases que não são produzidos pela natureza favorece no agrupamento do aquecimento global.

O dióxido de carbono, o gás metano, o óxido nitroso, gases fluoretados e até mesmo o vapor da água são gases presente no processo do efeito estufa desde o início da industrialização e descarte irregulares em aterros sanitários e lixões a emissão desses gases aumenta sua escala com a interferência do ser humano.

A reciclagem ou o descarte consciente do óleo lubrificante também é uma preocupação de saúde pública, já que o efeito dos seus componentes tóxicos são muitos no organismo humano, os sintomas podem ser desde vômito, dores abdominais, diarreia, perda de apetite e peso até sintomas um pouco mais sérios como danos no sistema nervoso, respiratório, digestivo, sanguíneo e os ossos, aparecimento de células cancerígenas. As mulheres grávidas ainda ficam suscetíveis a malformação do feto. Esses são alguns dos problemas de saúde que produtos tóxicos podem proporcionar ao ser humano, infelizmente os animais também estão expostos aos mesmos problemas e isso pode fazer de alguns que são próprios para o consumo inviável. (RIBEIRO, CHAVES E MUNIZ, 2018).

Por todos os motivos apresentados, seja ele econômico e principalmente ecológi-

co, pode-se dizer que a reciclagem é uma atividade indispensável para preservação de todo modo de vida existente e que todos eles dependem do equilíbrio e preservação da natureza.

METODOLOGIA

Este estudo segue o método descritivo qualitativo tendo como ângulo a pesquisa bibliográfica foram os meios utilizados para o desenvolvimento deste artigo uma profunda análise e estudo direcionado para melhor compreensão e exposição do tema abordado.

Segundo Richardson (1999, p. 91) “Para muitos pesquisadores qualitativos as convicções subjetivas das pessoas têm primazia explicativas sobre o conhecimento teórico do investigador”. Baseado no conhecimento científico, o trabalho foi desenvolvido a partir de análise das informações obtidas através de pesquisas bibliográficas que ocorreu por meio de pesquisas em revistas eletrônicas, artigos científicos, trabalho de conclusão de curso e livros recuperados nas bases de dados scielo e google acadêmico matérias disponíveis na internet e informações coletadas em sala de aula.

Essa foi a etiologia para a escolha do tema, recorreu-se a leitura de revistas eletrônicas, artigos científicos, trabalho de conclusão de curso e livros totalizando 30 arquivos do período de 2002 - 2022, descartados 10, analisados 20 e utilizados 13 fontes.

RESULTADO E DISCUSSÃO

Este capítulo traz os resultados encontrados conforme estudo realizado, e obtiveram como apoio informações apuradas em artigos e obras publicadas com fundamentos científicos e dados coletados em órgãos oficiais incubidos a defender as causas referidas ao tema, contribuindo de forma diligente para o desenvolvimento do estudo. Os resultados possibilitam retratar: a importância da logística reversa para o cenário de reciclagem, como a reciclagem ocorre de forma significativa na preservação do meio ambiente, bem como a eficiência do óleo rerrefinado e o impacto positivo que as atividades descritas proporcionam no meio ambiente e na economia.

As discussões apresentadas têm a finalidade de esclarecer a necessidade ambiental e econômica envolvidas nesse processo expondo o processo e os canais que

as atividades mostradas requerem para que ocorram de forma eficaz.

A logística reversa é a base desta pesquisa. Utilizou-se como expansão para o estudo a presença ativa da logística reversa na reciclagem do óleo lubrificante, explorando os pontos para esclarecimento da questão abordada na temática o conceito de logística reversa, a descrição do processo de reciclagem do óleo lubrificante e o maior entendimento como esse produto é recolhido de maneira adequada.

Ao analisar todos os arquivos utilizados chegou-se a concordância com os autores mencionados, a perspicácia encontrada nos textos e mesmo que em arquivos diferentes de autores diferentes as informações se completam e se reafirmam. O fato de todas as informações técnicas terem embasamento de estudos realizados diretamente na fonte de produção e serem transmitidas por revistas e livros especializados no conteúdo específico nos reforça todo o estudo abordado.

Em virtude dos fatos mencionados percebe-se que a logística reversa é um grande contribuidor na preservação do meio ambiente. A junção da logística tradicional e a reversa traz consigo vantagens, pois todo princípio para implantação da logística reversa vem do conceito da logística tradicional.

O esquema que começa na organização e vai até o indispensável das tecnologias disponíveis para agilizar todo o processo de coleta é uma das maravilhas apresentadas pela logística tradicional. A eficácia da logística reversa reflete em uma boa coleta e entregas eficientes. (BALLOU, 2006).

A reciclagem por sua vez nos prova ser necessária e como ela é indispensável para manter um equilíbrio no nosso ecossistema. A prática de reciclar como todas as atividades que fazem parte de uma engrenagem socioeconomicamente tem sua importância na economia também desde que ela gera empregos diretos e indiretos. A sua atuação para com o meio ambiente é imensurável, seus benefícios e impactos positivos refletem na qualidade de vida da população. LISBOA (2015) .

A resposta da eficiência das operações citadas acima resulta no óleo lubrificante básico de excelentes qualidades e preços acessíveis. Os próprios fabricantes de automóveis e motores se renderam aos óleos lubrificantes rerrefinados uma vez que passam pelos testes que atesta sua eficiência condiz com os óleos básicos virgens. (APROMAC, 2005).

O refinamento além de ser um processo que seu benefício ecológico é fundamental pois além de minimizar o volume de óleo descartados mesmo que corretamente ele também reaproveita o óleo reciclado moderando a necessidade de extrair recursos naturais. (SINDIRREFINO, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que todos os processos apresentados neste artigo têm sua importância com relação ao meio ambiente, os benefícios proporcionados por eles é um bem comum, já que ao evitar a poluição preservamos o solo, água e ar diminuindo o risco de doenças por intoxicação, abrandar o ritmo do efeito estufa já que as atividades industriais e os gases liberto no processo acelera esse fenômeno e por fim preservar nossos recursos naturais. A participação dos mesmos processos tem sido de uma colaboração significativa na economia do país dando sua contribuição na geração de empregos.

Portanto depreende-se que logística reversa é um grande contribuidor na preservação do meio ambiente. A junção da logística tradicional e a reversa traz consigo vantagens, pois todo princípio para implantação da logística reversa vem do conceito da logística tradicional.

A logística reversa e o refinamento são processos que têm um benefício ecológico fundamental pois além de minimizar o volume de óleo lubrificante automotivo descartados, mesmo que corretamente ele também reaproveita o óleo reciclado moderando a necessidade de extrair recursos naturais. Já a reciclagem por sua vez nos prova ser necessária e como ela é indispensável para manter um equilíbrio no nosso ecossistema. A prática de reciclar como todas as atividades que fazem parte de uma engrenagem socioeconomicamente tem sua importância na economia também desde que ela gera empregos diretos e indiretos. A sua atuação para com o meio ambiente é imensurável, seus benefícios e impactos positivos refletem na qualidade de vida da população.

No decorrer do estudo realizado para o presente trabalho identifica-se que todos os pontos que serviram como filtro para explanação do assunto trazem consigo um grau de assiduidade. Tornando-se mais uma fonte de informação disponível este artigo contribui como fonte para estudos acadêmicos disponibilizando seus dados tanto para alunos com desígnio acadêmico quanto para o mercado como origem da percepção para a melhoria no setor.

Não deixando de acentuar os obstáculos para acessos precisos dos dados necessários para a veracidade das informações essenciais no desenvolvimento do trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMPER, Indiana Caliman; SOUZA, Felipe Oliveira; CHAVES, Gisele de Lorena Diniz. Caracterização e Desafios da Logística Reversa de Óleos Lubrificantes. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 131-155, 2016.

COSTA, João Paulo; DIAS, Joana Matos; GODINHO, Pedro. **Logística**. Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010.

DE ARAÚJO, Raquel Chave; MACÊDO, Maria Erilúcia Cruz. Logística Reversa: Conceitos, Relevância e Comportamento Sustentável/Reverse Logistics: Concepts, Relevance and Sustainable Behavior. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 15, n. 55, p. 216-225, 2021.

DA SILVA, Samuel Barbosa; DOS SANTOS, Alexsandra Machado da Silva. Logística Reversa: reutilização do óleo lubrificante. **Cadernos UNISUAM** de Pesquisa e Extensão, v. 5, n. 4, p. 142-149, 2016.

FARIA, Helton Cesar Granado; POLIDO, Ariela Fernanda. **Logística Reversa**. 2019.

KRAUCZUK, Helena Maria. Reciclagem. **FESP** Publica, v. 3, n. 1, p. 18, 2019.

LUSTOSA, Priscila Souza et al. **Práticas ambientais adotadas por microempreendedores da rede de oficinas automotivas no município de Corrente-PI**. 2018.

RODRIGUES, Déborah Francisco et al. Logística reversa–conceitos e componentes do sistema. **Anais do XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, p. 23-25, 2002.

SCHUELTER, Lucas Mello et al. **Logística reversa de óleos lubrificantes automotivos usados ou contaminados**. 2014.

SILVA, Tiago Almeida; OLIVEIRA, Katia Mara de. Descarte de óleos lubrificantes e suas embalagens: Estudo de caso dos postos de gasolina e oficinas da cidade de Ituiutaba, Estado de Minas Gerais. **Observatorium: Revista Eletrônica de Geografia**, v. 3, n. 7, p. 101-114, 2011.

Relato Experiência

O **RELATO DE EXPERIÊNCIA** É O CONTAR DE UM ACONTECIDO. UMA NARRATIVA DE FATOS QUE PERMITIRAM AO EDUCADOR ATINGIR ÊXITO EM SUA ATUAÇÃO PROFISSIONAL OU NA CRÍTICA DE SUA ATUAÇÃO PROFISSIONAL.



ENSINO DE IDIOMAS PARA SURDOS: RELATOS DE UMA ABORDAGEM COMUNICATIVA POSSÍVEL E ACESSÍVEL

Luara Carneiro do Nascimento Alves e Silva

luaracsilva@uis.pe.senac.br

Este relato tem como objetivo compartilhar as experiências vivenciadas na Unidade de Idiomas Senac Recife, no segundo semestre de 2022, ao receber como parte da demanda de alunos ingressantes, a matrícula de uma aluna surda, Larissa Mercês, interessada em iniciar seus estudos de língua inglesa no nível básico, em uma turma de segunda a sexta, com duas horas diárias. Corroborando com esse novo momento voltado à inclusão nas escolas e cursos regulares, Damacena et al. (2021, p. 12) afirma que: “Toda estrutura escolar, que antes tinha o professor como figura central do ensino e era pautada no pleno conhecimento do mesmo, hoje tem o aluno como centro do processo de aprendizagem, o que significa que todo ensino é voltado para as especificidades que apresentam.”

Ao deparar-se com tal realidade desafiadora, gerência e coordenação certificaram-se de tomar os cuidados iniciais ao garantir a contratação de um intérprete que, além dos conhecimentos essenciais do português e da Libras, sigla de Língua Brasileira de Sinais, também demonstrasse fluência no uso do inglês, de modo a transmitir os conteúdos lecionados nesse idioma à aluna através da sinalização; perfil bastante específico e ainda escasso na realidade dos dias de hoje. Tal disparidade na adequação da oferta do profissional tradutor intérprete de língua de sinais (TILS) ante a crescente demanda de público ainda é um reflexo de seu surgimento informal e paulatino, mas que já evidencia sua conquista de espaço tão necessária.

[...] este profissional tem sido historicamente constituído na informalidade, nas relações sociais, pela demanda dos próprios surdos que inúmeras vezes precisam de intérpretes para mediar sua comunicação com ouvintes. [...] Então, o intérprete molda-se às demandas da prática e vai constituindo-se como TILS nas e pelas experiências que vai vivenciando. (LACERDA, 2010, p. 137).

O profissional escolhido para a ocasião foi Efraim Canuto. Foi também primordialmente necessário inserir Larissa em uma turma cujo instrutor já demonstrasse

familiaridade no contato com o público surdo, bem como conhecimento no uso e prática da Libras. Compreendeu-se que tais vivências certamente facilitariam a integração entre ela e o intérprete durante o processo de transmissão e conversão dos saberes e idiomas.

Inicialmente, a dúvida e a incerteza eram sentimentos que por vezes permeavam o campo das ideias ao planejar as aulas para esse novo perfil de grupo. Como incluir Larissa nas dinâmicas e atividades? Como ter a certeza de que ela está aprendendo? De que modo avaliar uma aluna que não utiliza a compreensão auditiva e a fala? Esse é mais um resultado do nítido aumento da presença de alunos surdos em ambientes educacionais comuns que, diferentemente de décadas anteriores, eram geralmente locados em instituições voltadas a esse público, traçando uma nova realidade educacional (ALMEIDA 2015). Todavia, tais inquietações foram sendo naturalmente respondidas e lapidadas, revelando a beleza surpreendente do processo de ensino e aprendizagem em suas diferentes possibilidades e formas.

O primeiro passo em iniciar a rotina da elaboração e aplicação dos planos de aula foi estabelecido entre instrutor e intérprete, na definição da abordagem comunicativa a ser utilizada no ato da ministração dos conteúdos, checagem da compreensão por parte da aluna e aplicação em atividades práticas. Bem consolidada em nossas estratégias já estavam à disposição e intencionalidade em empregar as diretrizes norteadoras do Modelo Pedagógico Senac presentes no Documento Técnico das Concepções e Princípios, conceitos que orientam a prática docente e apontam quais serão as marcas formativas que identificarão e beneficiarão um aluno egresso do Senac em suas interações sociais.

As Marcas Formativas são características a serem evidenciadas nos alunos ao longo do processo formativo, derivam dos Princípios Educacionais e valores institucionais que regem o Modelo Pedagógico Senac e, por essa via, representam o compromisso da instituição com a formação integral do profissional cidadão. Como Marcas Formativas, espera-se que o profissional, formado pelo Senac, evidencie domínio técnico-científico em seu campo profissional, que tenha visão crítica sobre a realidade e as ações que realiza e apresente atitudes empreendedora, sustentável e colaborativa, atuando com foco em resultados. (SENAC, 2022, p. 17).

Já definidos os pilares de alinhamento das Marcas Formativas e seu vislumbre do produto final a ser alcançado, como próximo elemento destaca-se a abordagem comunicativa aplicada, envolvendo o ensino do inglês instrumentalizado pela Libras e pelo português. Tal conceito também reflete as referências trazidas pelo mesmo

conjunto de documentos, desta vez no tocante aos seus princípios educacionais de concepção pedagógica inovadora quanto à metodologia:

A concepção de metodologia rompe com a tradicional divisão entre teoria e prática e vem privilegiar o desenvolvimento de competências por meio de práticas pedagógicas ativas, inovadoras, integradoras e colaborativas, centradas no protagonismo do aluno. O núcleo da proposta metodológica organiza-se a partir do conceito de ação-reflexão-ação, no qual se aprende fazendo e analisando o próprio fazer. (SENAC, 2022, p. 14).

Como fundamentação teórico-metodológica para a transmissão dos conceitos gramaticais da língua inglesa, considerou-se inicialmente sua relevância na esfera das habilidades da fala, escrita, leitura e compreensão auditiva e a associação aos gêneros textuais orais e escritos; elementos responsáveis por sua propagação e simultaneamente presentes nas práticas interativas sociais (NIHONMATSU et al., 2020). Por integrar constantemente com ouvintes e outros surdos, Larissa já demonstrava aptidão em identificar a forma de comunicação praticada pelos grupos em múltiplos ambientes, absorvendo a seu modo as informações desejadas e automaticamente ajustando-as às suas necessidades. Observou-se então que ela seria capaz de replicar a mesma prática para o processo da aquisição de uma nova língua.

[...] a língua não é vista somente como estrutura ou processo cognitivo, muito menos como mero instrumento de comunicação (concepção de língua como instrumento). Ela é efetivada num meio social e histórico, no qual o sujeito faz seu uso em práticas contextualizadas com uma finalidade já definida. Esse processo é dialógico porque necessita do outro para construir significado. (MACHADO, 2015, p. 129).

Ao ponderar-se sobre a relevância e possível flexibilização daquilo que se escreve, se fala, escuta ou lê em um novo idioma, somados à influência dos elementos socioculturais que motivam um aluno a aprendê-lo e utilizá-lo, concluímos que, durante a ministração das aulas, a alternância entre o inglês escrito e a Libras seria aplicada para introdução dos conteúdos, explicação das nuances gramaticais e associação de vocabulário por parte do intérprete diretamente para a aluna ou do próprio instrutor para a aluna, quando necessário (geração de input). Larissa também poderia utilizar a Libras para fazer perguntas, ou checar informações. Contudo, para efetivar a sua produção e prática do inglês (promoção do output), acontece a adequação; Larissa precisaria recorrer à escrita, digitação ou datilologia (alfabeto manual) dos termos, palavras ou frases em inglês como uma evidência do que aprendeu; semelhantemente ao que

fará no futuro em sua interação real com outras pessoas no idioma, uma vez que, além de não ouvir, ela também não realiza leitura labial e não oraliza frases.

Ainda caminhando nesse sentido, para as aulas, definiu-se a necessidade da predominância da abordagem de ensino comunicativa. Tal decisão contribuiu para a aplicação de estratégias que se moldem às demandas reais do aluno, abraçando suas experiências, conhecimentos prévios e nuances culturais, ajustando-se ao seu cotidiano.

O aprendizado de línguas difere de outros tipos de aprendizados em virtude da sua natureza social e comunicativa. Por esse motivo, a Abordagem Comunicativa (ou Método Comunicativo) enfatiza a interação como meio de ensino e objetivo final. [...] A abordagem comunicativa se baseia na realidade linguística do aluno e visa um equilíbrio comunicativo entre língua em estudo e o aprendiz [...] busca-se compreender as quatro habilidades juntas. No entanto, há possibilidade de trabalhá-las separadamente, dependendo do objetivo do grupo e do professor. (GOULARTE, 2022, p. 01).

Definidos os métodos a serem trabalhados, restava-nos ainda uma apreensão quanto ao transcorrer da convivência e comunicação entre a aluna e seus demais colegas ouvintes durante o semestre. Todavia, à medida que as dinâmicas eram propostas, Larissa e seu intérprete eram igualmente inseridos entre os demais, formando trios ou até grupos. Na execução de cada atividade, a comunicação entre ela e seus pares era intermediada por Efraim, espelhando o processo de alternância entre inglês escrito, Libras e datilologia já praticado na tríade instrutor-intérprete-aluno e aluno-intérprete-instrutor. Dúvidas, inseguranças e até bloqueios iniciais quanto à assertividade desse tipo de comunicação foram sendo dissipados com a continuidade da prática expositiva ao longo do semestre, promovendo no grupo como um todo, mais iniciativa na participação dos diálogos e atitude colaborativa na resolução das tarefas. Ainda sobre o ensino para alunos e surdos em um mesmo ambiente, observa-se:

Trata-se de um processo de interação entre os alunos no contexto escolar com a finalidade de promover a inclusão de ambas culturas; ou seja, a dos surdos e ouvintes para um desenvolvimento mútuo da aprendizagem a fim de que não haja a necessidade de somente os alunos surdos se adaptarem à realidade dos ouvintes, mas também esses aprendam a importância do papel social que a comunidade surda representa não só no ambiente escolar bem como em outras instâncias sociais. (DAMACENA, 2022, p. 243).

Acompanhando a continuidade do processo, torna-se também necessário refletir sobre o procedimento avaliativo. Semelhantemente, trazemos como referência mais um Documento Técnico integrante do MPS (Modelo Pedagógico Senac) embasando os parâmetros de uma verificação contínua do progresso educacional da aluna no desenvolvimento de competências, respeitadas as suas particularidades.

Foram aplicadas, processual e ajustadamente, as modalidades diagnóstica, formativa e somativa; visando consecutivamente, a verificação de entendimento do aluno durante o processo; adequações ou melhorias a serem implantadas e constatação dos resultados finais obtidos (SENAC, DEPARTAMENTO NACIONAL, 2022). É uma avaliação contínua que, no departamento de idiomas não mais baseia-se na aplicação e checagem de provas formais como referência dos desempenhos da capacidade de performance mais factual e concreta de seus discentes, mas em sua rotina e interação cotidianas. No caso de Larissa, por não utilizar as habilidades de compreensão auditiva e a fala, torna-se necessário focar todo empenho em acompanhar sua evolução na prática da leitura (correta interpretação textual) e escrita (uso adequado das palavras, estruturas e frases escrevendo ou digitando).

Mas, por que a avaliação deve ter essa diversificação? Porque os estudantes são diferentes, aprendem de maneiras diferentes e expressam-se também de maneiras diversas. Alguns têm mais facilidade em aprender ouvindo explicações, outros precisam ler textos, resumos ou esquemas. Há estudantes que demonstram o que sabem por meio de conversas ou debates, mas têm dificuldade de se expressar por meio da escrita. Enquanto alguns têm facilidade em compreender raciocínios lógico-matemáticos, outros têm destreza na produção de textos. (NIHONMATSU, 2020, p. 17).

Paulatinamente constatou-se que a disposição e engajamento investidos por todos os envolvidos, passando por gerência, coordenação, instrutor, intérprete, alunos ouvintes e da própria aluna Larissa, representaram um conjunto de ações empreendidas que resultaram na efetivação do ensino-aprendizagem, atingido resultados positivos, uma vez que, conforme nos aponta Fenner et. al., (2021, p.12): “O resultado que se espera é que o aprendiz de língua inglesa não veja mais o relacionamento dos vários elementos que compõem a gramática de forma isolada e descontextualizada, mas que reflita [...] privilegiando o uso comunicativo.

Diante de toda trajetória vivenciada e apresentada neste relato, percebe-se a necessidade da continuidade de desenvolvimento de pesquisas, práticas e reflexões ativas acerca do ensino de idiomas para o público surdo. Entende-se que os resultados alcançados podem servir como modelo ao incremento de novas técnicas e estratégias

ao longo do processo, da mesma forma em que também carecem de ajustes e melhorias, oferecendo aos alunos, sejam eles ouvintes ou surdos, recursos pedagógicos capazes de beneficiá-los, incentivando cada indivíduo a descobrir e explorar o potencial que possui em aprender e utilizar um idioma. Aos instrutores, é possível contribuir apresentando-lhes assim “maneiras de lidar com esses alunos em sala de aula e de os fazerem refletir sobre a importância e o papel dos materiais didáticos e das estratégias de ensino específicos para esse contexto tão particular, mas, também, tão admirável” (SPASIANI, 2018).

Constatou-se enfim, que aqueles que pareciam ser impasses restritivos não representaram impeditivos diante do interesse e esforço em aprender. Tornou-se notória a evolução na forma de Larissa assimilar e reproduzir os conteúdos trabalhados lendo e interpretando, escrevendo ou digitando, além do uso adequado da datilologia, também em inglês. Já próximos do fim de semestre, período em que vislumbra-se o êxito dos esforços aplicados e conseqüentemente o êxito da aluna em atender às exigências do nível estudado, a visível integração do grupo nesse ambiente, inspirou seus colegas de turma a registrarem essa trajetória de um modo diferenciado, homenageando Larissa em um vídeo que produziram apresentando a música “Stand By Me” em Libras. Momentos como esse atestam a relevância de cada prática pedagógica desenvolvida por instrutores de idiomas no ensino de alunos surdos, experiências que, ao serem compartilhadas, em muito podem somar e contribuir, seja agregando ideias e valores ou inspirando novos processos e projetos.

As figuras abaixo mostram a aluna Larissa participando de atividades desenvolvidas durante o semestre.



Figura 1. Larissa interagindo com intérprete e colegas durante atividade em grupo.



Figura 2. Larissa interagindo com a colega e o intérprete durante atividade em dupla.



Figura 3. Larissa apresentando uma simulação de diálogo com os colegas, intermediada por seu intérprete



Figura 4. Larissa apresentando trabalho de pesquisa com seus colegas de equipe, intermediada por seu intérprete.



Figura 5. Larissa interagindo diretamente com os colegas, na execução de trabalho em equipe.



Figura 6. Gravação do Cine Senac.



Figura 7. Gravação do Cine Senac.



Figura 8. Larissa, colegas de turma, intérprete e instrutora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Wolney. **Educação de surdos**: formação, estratégias e prática docente. Ilhéus. Bahia, Editus, 2015.

DAMACENA, Viviane et. al. **Educação de Surdos**: saberes e práticas. São Paulo: V & V Editora, 2021.

FENNER, Any et. al. **Algumas reflexões sobre o ensino de gramática em língua inglesa**. Disponível em: http://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Anais/CELSUL_VI/Coordenadas/ALGUMAS%20REFLEX%3%95ES%20SOBRE%20O%20ENSINO%20DE%20GRAM%3%81TICA%20EM%20L%3%8DNGUA%20INGLESA.pdf. Acesso em 17/11/2022.

GOULARTE, Amanda. **7 dicas para adotar abordagem comunicativa**. Disponível em: <https://blog.flexge.com/abordagem-comunicativa-ensino-ingles/>. Acesso em 19/11/2022.

LACERDA, Cristina. **Tradutores e intérpretes de língua brasileira de sinais**: formação e atuação nos espaços educacionais inclusivos. Cadernos de Educação, Pelotas, v. 36 p.133-153, maio/agosto, 2010.

MACHADO, Marco Aurélio. **Sociointeracionismo**: pressupostos teóricos para o embasamento de práticas escolares em leitura e escrita. Entrepalavras, Fortaleza, v. 5 p.128-146, jul/dez, 2015.

NIHONMATSU, Karina et. al. **Diálogo**: língua inglesa. São Paulo: Moderna, 2020.

SENAC, Departamento Nacional. **Concepções e princípios**. Rio de Janeiro, 2022.

_____. **Avaliação da aprendizagem**. Rio de Janeiro, 2022.

SPASIANI, Monique. **Ensino de inglês para alunos surdos**: materiais didáticos e estratégias de ensino. Disponível em: https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/10047/Dissertacao_Monique_DEPOSITO.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em 17/11/2022.



DESFILE MAKER: UMA EXPERIÊNCIA MUITO ALÉM DO PROJETO

Samantha Grasielle Camara Pimentel

samanthapimentel@fac.pe.senac.br

Arnott Ramos Caiado

arnottcaiado@fac.pe.senac.br

O presente artigo, tem como objetivo relatar a transdisciplinaridade das atividades desenvolvidas no Rec'n'play (festival do carnaval do conhecimento do Recife), retratando as experiências dos discentes no desenvolvimento do Desfile Maker, apresentado pelos cursos tecnólogos de graduação em Design de Moda e Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Senac Pernambuco.

Dentro das diretrizes educacionais para o ensino superior, integrar ensino, pesquisa e extensão é uma premissa basilar, considerada há anos como de extrema importância para a formação, para o desenvolvimento de pesquisas, possibilitando o desenvolvimento da sociedade, além da sua insociabilidade (ensino-pesquisa-extensão), aspectos bem ressaltados por Corrêa (2019).

Pimentel (2021) destaca que uma iniciação tecnológica e/ou inovadora, retrata experiências e contribui para um melhor aproveitamento das atividades nos cursos superiores, bem como estimula a prática entre alunos e cursos, relatando o desenvolvimento de projetos autorais, cujo destacamos o projeto do desfile maker, ocorrido em novembro de 2022.

Para sequência deste estudo, foi necessário fazer um levantamento bibliográfico sobre a transdisciplinaridade, trabalhando as temáticas de Moda, Maker, Wearable (tecnologias vestíveis), artefatos digitais para embasamento teórico, bem como o procedimento metodológico se deu através de pesquisa exploratória, relatando as práticas entre os cursos de graduação para construção de estratégias de ensino-aprendizagem-experimentações nos cursos de Design de moda e Análise e desenvolvimento de sistemas (ADS), resultando em um desfile maker, explorando cultura e tecnologias como arduino, leds e site interativo.

DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento deste estudo, realizamos um levantamento teórico sobre a transdisciplinaridade com foco na construção de um projeto inovador de um desfile wearable com a combinação dos cursos de Design de Moda e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, além da descrição das atividades e experiências relatadas ao longo do projeto e concretização do desfile maker.

A partir desta ideia, foram realizados diversos encontros com os alunos, workshops de imersão, durante todo o mês de outubro e início do mês de novembro de 2022, onde o curso de Design de Moda pôde desenvolver a coleção (idealização, criação, modelagem e costura) e os alunos do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, pôde construir a interação entre moda, cultura e tecnologia, fazendo um elo que é expressivo do movimento mangubeat.

Com uma paleta de cor iluminada, presente nos bordados e eletrônicos singulares de cada criação, a tecnologia aparece impressa em seus produtos, através do olhar atento de seus criadores para a arte, cultura e manualidade que transformam o tecido natural em verdadeiros circuitos elétricos que ajudam a encantar e a contar essa história.

Inspirada nas formas futuristas de Pierre Cardin, estilista Franco-Italiano e nos elementos visuais como bordados, qr codes e aplicação de leds, representados através do movimento mangubeat, a coleção conta histórias que resistem ao tempo e espaço.

Resultando em um desfile com produtos concebidos e exploração de técnicas e experimentos manuais, tecnológicos e digitais, com a coleção intitulada Pierre Cardin e o Movimento Mangubeat, cujo demonstrou uma experiência visual diferenciada e interativa para o público e alunos, ultrapassando os limites da sala de aula. A figura 1 mostra etapas das imersões do projeto, realizado entre os meses de setembro a novembro de 2022.



Figura 1 - Workshops de imersão e oficina Maker de Moda e ADS na construção do desfile.

Pensando nas parabólicas enfiadas na lama do Mangubeat e nas roupas que são inventadas para o amanhã, para o que [ainda] não existe, do futurismo de Pierre Cardin, que desenvolvemos o Desfile que une tecnologia maker com software, hardware, leds e sensores. As roupas, misturam moda, música, arduino e, sobretudo, culturas.

O desafio passou pelas etapas de concepção, pesquisa das opções de tecidos, tecnologias e recursos, seleção de equipe de alunos e mentores voluntários, organização das sub-equipes, etapas e cronograma, elaboração de site para postagem das informações dos modelos, desenvolvimento de modelo MVP (mínimo produto viável) para a iluminação de forma interativa nas roupas, sinais de conexão, produção, até a produção e a realização do desfile. A figura 2 mostra uma linha do tempo do projeto, realizado nos meses de setembro a novembro de 2022.



Figura 2 - linha do tempo do projeto com algumas das etapas

MÉTODO

O projeto foi construído a partir de 3 etapas fundamentais: Levantamento bibliográfico acerca dos temas abordados da coleção (Pierre Cardin e Mangubeat) Estudos sobre wearable e baterias; e experimentos de formas, modelos baterias e capacidade de duração de leds de acordo com suas cores, possibilitando construções de produtos e por fim experimentos low tech e high tech, com muita prototipagem, constituindo-se toda a base da construção dos “vestíveis” e possibilitando este relato.

ETAPA	DESENVOLVIMENTO
1º ETAPA: PESQUISAS INICIAIS.	LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICOS SOBRE TEMÁTICAS DA COLEÇÃO: PIERRE CARDIN E O MOVIMENTO MANGUEBEAT (TEMÁTICA DO REC'N'PLAY 2022);
2ª ETAPA: ESTUDOS E EXPERIMENTOS	ESTUDOS E EXPERIMENTAÇÕES SOBRE BATERIAS (CAPACIDADES E TEMPO DE DURAÇÃO DE ACORDO COM VOLTAGENS)
3ª ETAPA: PROTOTIPAÇÃO	DESENHO DOS PRODUTOS DE MODA (VESTUÁRIO), MONTAGEM DE CIRCUITOS, SITE E INTERAÇÕES IOT (INTERNET DAS COISAS) DE ROUPAS APRESENTADOS NO REC'N'PLAY 2022.

Figura 2 - linha do tempo do projeto com algumas das etapas

Em seguida foram desenvolvidos estudos com base em tutoriais e vídeos, realização de experimentos e protótipos IoT (Internet of Things) em plataformas abertas de hardware como o Arduino, LilyPad Arduino e NodeMCU. Foram utilizados cerca de dez kits compatíveis com Arduino iniciantes e avançados da Robocore, disponíveis nos laboratórios da Faculdade Senac. Paralelamente, foi iniciado projeto de um aplicativo web, na forma de site, para contemplar as informações do projeto, modelos, aspectos culturais, interações, na forma responsiva. Foi desenvolvido um protótipo inicial com a ferramenta Figma, partindo-se para implementação em Javascript, Html, CSS, hospedados na plataforma pythonanywhere.com, usando linguagem Python e MySQL. Depois se fez a junção dos vestíveis com os dispositivos IoT, integrando os saberes da costura e da eletrônica em peças vestíveis para a produção das peças para o desfile.



Figura 3 - montagem de conexões dos vestíveis. Qr Code de um dos modelos

RESULTADOS

Este estudo demonstrou como a transdisciplinaridade entre cursos de graduação moveu diversos saberes, disciplinas e interações para a construção de um desfile maker realizado em 18 de novembro de 2022, das 18:00 às 19h, na programação do Rec'N'Play, com exibição de onze peças de roupas, todas com algum tipo de dispositivo eletrônico como leds, placas LilyPad, sensores infravermelho, placas NodeMcu, baterias e mais de cinquenta metros de linhas condutivas e fios flexíveis. Para Pimentel (2021), as práticas de disciplinas com processos criativos e técnicos, reafirmam a importância de estudos de design e ADS como uma ligação para construção de conhecimentos no âmbito dos projetos tecnológicos apresentados.

Nas figuras 4, e 5, podemos observar o resultado do projeto com imagem do desfile e da aplicação web com a integração dos cursos de moda e ADS na construção de produtos e aplicações wearable, na apresentação do projeto Desfile Maker ocorrido no Ed. Chanteclair (Casa Cor) no centro do Recife Antigo - PE.



Figura 4 - Imagem do desfile - alunos e professores - dia 18/11/2022, ed. Chanteclair Recife Antigo

Um dos resultados importantes do projeto foi a construção de uma aplicação web, na forma de um site, contemplando detalhes de cada modelo vestível, possibilitando interações de likes, votação e informações sobre Pierre Cardin e movimento manguebeat. Em parte do site, as informações estão em três línguas, tradução realizada pelos alunos de idiomas, conforme pode ser observado uma visão geral na figura 5, inclusive com o link executável para o site.

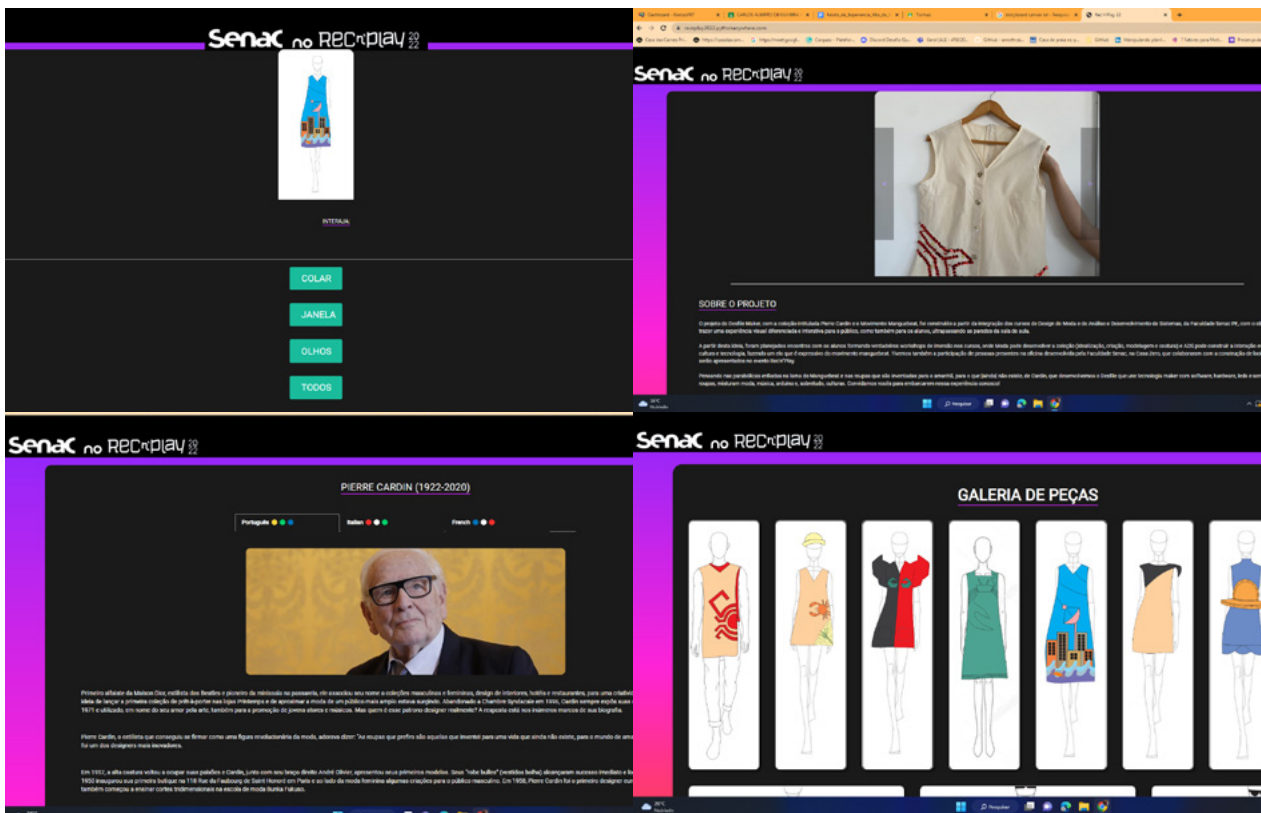


Figura 5 - telas do aplicativo web criado pelos alunos participantes do projeto
 Link: <http://recnplay2022.pythonanywhere.com/>

Na figura 5, pode-se observar acima e a esquerda uma tela exemplo para um dos modelos, que possibilita interações através dos botões, relacionados à iluminação do modelo vestível, de formas distintas conforme a escolha. A interação utiliza comunicação web para recepção das intenções das pessoas, transmitindo para as placas presentes nos modelos vestíveis, que ficam monitorando sinais do site, através de conexão wifi, dando prosseguimento instantaneamente aos comandos de acender ou apagar leds nos modelos. Também é possível observar a tela principal (acima e direita), um pouco da inspiração de Pierre Cardin e também a galeria com

os modelos desenvolvidos.

Vídeo produzido com imagens ao longo da elaboração do projeto, coletadas de setembro a novembro de 2022.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transdisciplinaridade pode ser observada no estudo como uma prática de pesquisa-ensino-extensão, oportunizando constantemente experimentações, técnicas e procedimentos que integram e transcendem a sala de aula, observadas através dos cursos de Moda e ADS na construção de um projeto maker com o desfile tecnológico. Este processo é cíclico, oportunizando aos discentes e docentes a melhoria contínua de pesquisas, experimentações e extensão na construção de projetos inovadores como o apresentado aqui a partir do desfile maker desenvolvido pela Faculdade Senac Pernambuco para o evento Rec'n'Play.

Desta forma, a partir das reflexões, literatura e resultados alcançados, concluímos que o projeto do desfile maker, apresentado no evento Rec'n'Play é um importante meio de aplicação da inter e transdisciplinaridade para a construção de projetos tecnológicos vestíveis inter relacionando cursos como design de moda e análise e desenvolvimento de sistemas, visando compreender os preceitos teóricos as experimentações e prototipação de modelos vestíveis contemporâneos que vão além do projeto e da sala de aula.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAIADO, Arnott. Gravalot. Disponível em <https://github.com/arnottrcaiado/gravaiot> acessado em 10 de outubro de 2022.

i9i Dicas. Protótipo Datalogger usando Arduino e Nodemcu. Disponível em <https://i9dicas.blogspot.com/2017/08/prototipo-datalogger-usando-arduino-e.html> . Acesso em: 03 de outubro de 2022.

CORRÊA, T. H. B. Diálogo e alteridade: a extensão na transversalidade do ensino superior. **Revista Triângulo, Uberaba** - MG, v. 12, n. 1, p. 119–126, 2019. DOI: 10.18554/rt.v0i0.3560. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/revistatriangulo/article/view/3560>. Acesso em: 28 nov. 2022.

KENSHIMA, Gedeane. **Arduino Fashion Geek: guia maker para circuitos vestíveis**. São Paulo: Novatec, 2020.

PIMENTEL, SAMANTHA GRASIELLE CAMARA; ANJOS, S. M. B. ; POÇAS, M. T. C. ; MACIEL, E. J. C. . **Moda autoral: a interdisciplinaridade na construção de um projeto integrador por meio do design de moda**. In: 16º Colóquio de Moda, 2021, Fortaleza. 16º Colóquio de Moda, 2021.

SILVA, Polyana Inácio Rezende. **Mediações tecnológicas em experimentos com vestíveis**: Gambiarra, Fabricação Digital e Codificação Criativa em Espaços do Fazer DIY. Tese IRS UFMG, Belo Horizonte, 2021.



EJA MÉDIO INTEGRADO À EPT: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

Betania Roberta de Gois Paiva Lemos

betaniapaiva@pe.senac.br

Cecília Barreto Monteiro dos Santos

ceciliasantos@pe.senac.br

A portaria 962/2021 do Ministério da Educação instituiu o Programa da Educação de Jovens e Adultos Integrada à Educação Profissional - EJA Integrada. O Programa visa fomentar a Educação de Jovens e Adultos (EJA) de forma integrada à formação profissional, de modo a garantir o cumprimento das metas do Plano Nacional de Educação – PNE, especialmente a meta 10.

Como princípios do Programa EJA Integrada - EPT, destacam-se:

- Integração entre a formação básica e a formação profissional, na perspectiva de uma aprendizagem ao longo da vida, de formação integral do educando, de forma a propiciar a melhoria de suas condições de vida e de trabalho;
- Educação e formação profissional como direitos de jovens, adultos e idosos;
- Oferta de EJA, fundamentada em práticas educativas que atendam às especificidades dos educandos, de modo a considerar e valorizar saberes, culturas, línguas, projetos de vida e processos produtivos, e promover uma educação contextualizada;
- Trabalho compreendido como princípio educativo;
- Pesquisa compreendida como princípio pedagógico;
- Articulação da EJA com os arranjos produtivos locais como forma de integração entre a educação básica e o mundo do trabalho.
- (BRASIL,2021, [s.p.]
- Em relação aos objetivos específicos do Programa EJA Integrada - EPT, destacam-se:
- Ampliar oportunidades de acesso, permanência e conclusão dos três segmentos da EJA;
- Fomentar a oferta de EJA Integrada à Educação Profissional, articulada com a oferta educacional de EJA nos ensinos fundamental e médio, nos estados e nos municípios e no Distrito Federal, em consonância com os arranjos produtivos locais;
- Apoiar o desenvolvimento de propostas pedagógicas específicas para o público de EJA, as quais deverão integrar educação, ciência, trabalho, tecnologia e cultura;
- Promover a elevação da escolaridade de jovens, adultos e idosos, articulada à educação profissional.

(BRASIL,2021, [s.p.]

Em relação aos objetivos específicos do Programa EJA Integrada - EPT, destacam-se:

- Ampliar oportunidades de acesso, permanência e conclusão dos três segmentos da EJA;
- Fomentar a oferta de EJA Integrada à Educação Profissional, articulada com a oferta educacional de EJA nos ensinos fundamental e médio, nos estados e nos municípios e no Distrito Federal, em consonância com os arranjos produtivos locais;
- Apoiar o desenvolvimento de propostas pedagógicas específicas para o público de EJA, as quais deverão integrar educação, ciência, trabalho, tecnologia e cultura;
- Promover a elevação da escolaridade de jovens, adultos e idosos, articulada à educação profissional.

(BRASIL,2021, [s.p.])

O Programa EJA constitui importante instrumento social, visto que trabalha com sujeitos marginais ao sistema e cumpre importante função reparadora, pois visa resgatar o direito à escolarização e ampliar a oferta de acesso e permanência aos que foram mais desfavorecidos no processo de escolarização.

Cabe ressaltar, todavia, que a EJA não se reduz à escolarização. Sua história, na realidade brasileira, e também na realidade latino-americana, abarca a luta pelo direito de acesso, permanência e conclusão da escolarização com qualidade, em consonância com inúmeras outras lutas: pelos direitos à saúde, ao trabalho, à moradia digna (seja no campo ou nas cidades), à igualdade de gênero, ao respeito às diversidades, dentre tantas outras, que a configuram como educação ao longo de toda a vida e pela construção de uma sociedade que, de fato, seja espaço de vivência e convivência de todas e todos. (MACHADO, 2016, pág. 432).

No Brasil, mesmo com o significativo crescimento da oferta de vagas no ensino fundamental nos últimos anos, e mudanças na legislação educacional, ainda existem milhares de jovens, adultos e idosos que não foram alfabetizados com a idade adequada. Desta forma, o Programa EJA representa valiosa oportunidade para os estudantes recuperarem o tempo perdido e de, conseqüentemente, serem incluídos na sociedade letrada (GARCIA; SILVEIRA, 2022, pag 01).

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial em Pernambuco (SENAC-PE) e o Serviço Social do Comércio de Pernambuco (SESC/PE) estão há mais 75 anos ocupando posição de destaque no cenário da educação profissional brasileira e no desenvolvimento de programas em Educação, Saúde, Lazer, Cultura e Assistência à população em geral. Ao longo desses anos o Senac e o Sesc, em âmbito nacional e regional, pra-

ticam diversas ações integradas que fortalecem a missão de educar para o trabalho em atividades do Comércio de Bens, Serviços e Turismo e de proporcionar a melhoria da qualidade de vida dos seus trabalhadores e familiares, respectivamente.

Neste cenário histórico de atuação conjunta dessas instituições e na perspectiva de ampliar a execução de ações de transformação social e de qualificação profissional em Pernambuco, surgiu a proposta de desenvolvimento do Ensino de Jovens e Adultos (EJA) do Ensino Médio, ofertado pelo Sesc no município de Caruaru, em consonância com a Qualificação Profissional, desenvolvida pelo Senac, objeto deste relato de experiência.

A proposta, inédita no Sesc/PE, está sendo realizada no formato concomitante, na qual a formação profissional ocorre paralelamente à formação geral (áreas do conhecimento), na mesma unidade escolar, na modalidade presencial, por meio de matrículas distintas para cada curso. Visa promover uma educação transformadora que proporcione aos alunos do EJA a formação do Ensino Médio e o desenvolvimento de uma Qualificação Profissional fundamentada pelo Modelo Pedagógico SENAC, com características que os diferenciam e forneça aos estudantes a preparação para uma ocupação, e que por meio das marcas formativas desenvolvidas serão reconhecidos no mercado de trabalho a saber: domínio técnico-científico, visão crítica, atitudes sustentável, colaboração e comunicação, criatividade e atitude empreendedora, autonomia digital.

O público-alvo atendido nos cursos é formado por 42 (quarenta e dois) alunos do Ensino de Jovens e Adultos (EJA) que se encontram nos Módulos I e II do Ensino Médio da Escola do Sesc de Caruaru-PE. O planejamento das ofertas piloto teve como ponto de partida a pesquisa realizada com as turmas em andamento no ano de 2022, considerando a importância de uma escuta ativa do público envolvido, suas aspirações e expectativas:



Figura 1 - Os participantes exercem alguma atividade remunerada?



Figura 2 - Qual o tipo de trabalho exercido pelos participantes

No que diz respeito ao interesse na integração do EJA com a Qualificação Profissional, 100% dos alunos responderam “sim”:



Figura 3 - Os participantes consideram interessante inserir um curso profissionalizante no currículo do EJA/SESC um curso profissionalizante?

Para definir os possíveis cursos a serem desenvolvidos nas ofertas piloto, foi realizada uma análise do portfólio do Senac/PE, do perfil dos alunos e da infraestrutura do local da oferta, no Sesc Caruaru. Considerando essas questões, foi disponibilizada uma lista de cursos que poderiam ser realizados dentro da infraestrutura da escola do Sesc, para que os alunos selecionassem as opções de sua preferência:

Lista de Qualificações Profissionais:

- Assistente Administrativo;
- Técnicas de Vendas e Negociação;
- Agente de Projetos Sociais;

- Gestão de Pequenos Negócios;
- Marketing para Rede Sociais;
- Operador de Caixa;
- Recepcionista;
- Assistente de Logística / Almoxarife;

Além das Qualificações Profissionais, foram sugeridos também alguns cursos de aperfeiçoamento que poderiam ser agregados à formação:

- Marketing Pessoal para Vendedores - você é seu melhor produto;
- Técnicas de Oratória;
- Gestão Financeira: Pessoal e Profissional;
- Aplicativos Básicos de Informática.

Diante do exposto, os seguintes cursos tiveram uma maior porcentagem de interessados:

- 1° Assistente Administrativo (16,3%)
- 2° Assistente de Logística/almoxarife (13%)
- 3° Recepcionista (12%)

Dos cursos listados abaixo, marque até 3 Qualificações Profissionais que você mais se identifica, na ordem de prioridade, e gostaria que fossem realizados no EJA/SESC:

92 respostas

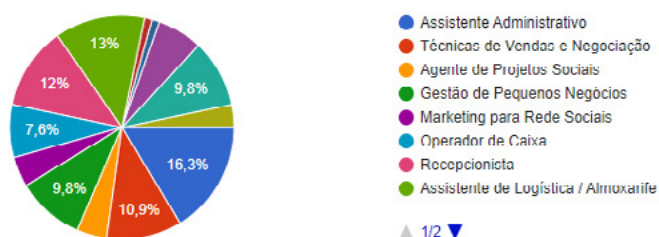


Figura 4 - 03 Qualificações Profissionais que os participantes mais se identificaram, dentro de uma ordem de prioridade.

Com base nos dados acima e fundamentando-se nas orientações do Ministério da Educação (MEC), estruturou-se o curso EJA Médio integrado à Qualificação Profissional em Assistente Administrativo, com 160 horas. O objetivo foi fazer uma opção de uma Qualificação Profissional mais aderente ao interesse dos alunos, diante das opções que pudessem ser realizadas na infraestrutura da escola do Sesc.

O curso de Assistente Administrativo iniciou em setembro de 2022, com matrículas realizadas através de edital fechado do Programa Senac de Gratuidade - PSG e está sendo desenvolvido ao longo de dois módulos do Ensino Médio para as turmas dos módulos I e II, sendo ambas as turmas finalizadas no módulo III. A fim de engajar os alunos na nova proposta, no dia 13 de setembro de 2022 foi realizada uma aula inaugural do Projeto no Sesc Caruaru, que contou com a palestra do professor Hamilton Pereira, abordando o tema: O perfil profissional no contexto do mundo do trabalho.



Figura 5: Palestra de abertura das turmas EJA integradas à EPT, Sesc Caruaru.

A proposta inicial para o planejamento pedagógico conjunto dos docentes foi organizada de forma semanal para a integração dos conhecimentos que competem ao propedêutico e ao curso de Qualificação Profissional em Assistente Administrativo. O que foi observado nessa etapa inicial do projeto, é que os docentes não conseguiram concretizar o planejamento conjunto. A falta de rotina de planejamento coletivo ainda se faz presente, predominando uma lógica de área e/ou disciplina, ainda muito comum no ensino propedêutico. Os trabalhos interdisciplinares, quando ocorreram, ficaram a cargo da iniciativa individual do docente da educação profissional.

Com o objetivo de acompanhar, avaliar e reorientar o projeto, foi realizada pela equipe de coordenação (Analista da Diretoria de Educação, Gerência e Coordenação)

nação Pedagógica da Unidade Caruaru) no início do mês de dezembro de 2022 visita técnica para avaliação da experiência.



Figura 6: Visita técnica da equipe Sesc e Senac para avaliação do Projeto realizada em 01/12/22.

Na escuta dos alunos, alguns depoimentos marcaram a experiência inicial de implantação como positiva, estando ou não cursando o curso de sua escolha individual, destacando:

“Até agora a experiência está ótima, gosto de aprender sempre mais. Tenho o sonho de fazer o Técnico em Enfermagem, mas o que eu vou aprender neste curso vai me ajudar”. (Maria José, aluna do EJA integrado à Educação Profissional, Caruaru).

“Esse curso não foi algo que eu escolhi, mas que me deram a oportunidade de fazer” (Maria Eduarda, aluna do EJA integrado à Educação Profissional, Caruaru).

Além da escuta dos alunos, a visita técnica de avaliação realizou a escuta dos professores que apontou para um importante indicador de qualidade do curso que foi a frequência de participação nas aulas:

“A gente vê o esforço dos alunos para participarem do curso, no dia das aulas conjuntas com a educação profissional observa-se a frequência dos alunos e a pontualidade, o que mostra que estão interessados” (prof. Aduino Sebastião).

Como propostas principais para realinhamento do projeto, ficou firmado:

- Realização de planejamento coletivo semanal dos docentes das áreas geral e específica (remoto ou presencial);
- construção de plano de ensino que expresse um itinerário formativo integrado e de protagonismo discente, estruturado em eixos e projeto

integrador;

- olhar e acompanhamento atento das coordenações pedagógicas, no sentido de articular na prática as duas formações;
- visita técnica de acompanhamento da gestão trimestralmente.

Na prática sabe-se o quanto é desafiador para os docentes que trabalham com turmas da EJA, considerando diversos aspectos relacionados a esse público: heterogeneidade, evasão, baixa auto-estima dos alunos, dentre outros. E de outro lado, desafios de construir um planejamento integrado entre docentes, associando e articulando conhecimentos dos dois níveis, sempre com uma escuta ativa dos alunos. Um dos papéis fundamentais da educação EJA é de estimular jovens e adultos, proporcionando-lhes acesso à sala de aula. Necessitando para isto que os docentes direcionam concepções em sua organização pedagógica, com visões de ensino que valorizem o aluno e sua capacidade de aprender, com o uso de metodologias pedagógicas atuais (aprendizagem baseadas na resolução de problemas, com abordagem interdisciplinar e contextualizada).

Diante de um relato de experiência como este, fica claro que ofertar a modalidade EJA integrada à Educação Profissional, exige não só um novo pensar acerca das políticas e das propostas de inclusão desses educandos na escola, com um trabalho pedagógico que possa ir além do alfabetizatório, e que permita aos estudantes desenvolver-se socialmente.

O desejo maior dos alunos é de se prepararem para o trabalho, de ter autonomia e de se dar bem profissionalmente. Não quer apenas aprender a ler e a escrever, ou concluir o Ensino Médio, quer e necessita é de atualização com o contexto social, com tudo que vive e faz parte. A própria busca pelo Ensino Profissional e Técnico aumentou significativamente, o jovem quer trabalhar, mas falta qualificação e oportunidades, seja para concluir a educação básica quanto para dominar novas tecnologias.

A abordagem metodológica de programas integrados da EJA com a Educação Profissional precisa abordar conteúdos equivalentes, e numa proposta integrada como esta, que vá principalmente ao encontro do interesse do público atendido. A atuação do Senac e do Sesc PE em projetos como este, fortalece ainda mais a parceria entre essas duas importantes instituições, garantindo com isso o cumprimento de suas missões e na perspectiva de ampliar a execução de ações de transformação social e de qualificação profissional em Pernambuco.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, **Portaria MEC nº 962**, de 1º de dezembro de 2021. Disponível em: <https://in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-962-de-1-de-dezembro-e-2021-364154550>. Acessado em 30-11-22.

FREITAS, T. L e BARBOSA, V. F. B. **Desafios à Integração entre a Educação de Jovens e Adultos e a Educação Profissional e Tecnológica**. Anais do VIII Encontro de Pesquisa Educacional em Pernambuco, 2022. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/83581> Acessado em 09-12-2022.

GARCIA, R. O. e JORGE C. M. e SILVEIRA P. **EJA Integrado à Educação Profissional: Avanços no PNE - Retrocessos na BNCC1**. Periódicos UFF, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/51327/31537> Acessado em 30-11-22.

Retratos da Escola. **Escola de Formação da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (Esforce)** – Periódicos v.10, n.19, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://retratosdaescola.emnuvens.com.br/rde/article/view/687>. Acessado em 09-12-2022.



BOAS PRÁTICAS DA BIBLIOTECA SENAC PERNAMBUCO NA PANDEMIA

Alessandra Jácome de Santana

alessandra.santana@pe.senac.br

Maria Auxiliadora de Albuquerque

doraalbuquerque@pe.senac.br

INTRODUÇÃO

Este relato de experiência intenta expor a criação, o desenvolvimento e os resultados de uma ação cultural em meio digital, realizada em um cenário pandêmico pelas bibliotecas do Senac PE, como forma de diversificar os serviços e atividades das unidades de informação: o Projeto Escrita Criativa: crônicas de sala de aula. Os frutos deste projeto foram materializados em forma de crônicas na edição anterior do livro *Mói de Sabedoria*, em 2021, o qual foi apresentado no Encontro Pedagógico de 2022. Para este momento, relatamos como foi a realização do projeto, da criação à execução, bem como outros produtos nascidos de sua execução.

O projeto Escrita Criativa: crônicas de sala de aula é uma atividade de ação cultural em meio digital, elaborado e executado pela Biblioteca Senac-PE. A primeira edição foi composta por 5 oficinas de natureza teórica e prática. Sua execução não pretendeu cobrir todos os campos da escrita criativa, mas ser uma introdução no campo de criatividade voltada para a escrita de obras literárias, especificamente dos estilos crônicas e sátiras, estimulando os participantes a ler mais, procurar mais conhecimento sobre o assunto e produzir suas próprias crônicas e/ou sátiras. As oficinas programadas pretenderam desenvolver o interesse pela criação literária, abordando a leitura de livros e analisando a criação e evolução dos enredos, os quais foram voltados para crônicas de relatos de experiências em sala de aula, isto é, narrativas de docentes e coordenadores pedagógicos de Educação Profissional e Tecnológica do Senac PE.

A ideia do projeto, a princípio, foi de trabalhar a escrita criativa com o público interno, mais especificamente professores e coordenadores pedagógicos, para posteriormente ampliar para demais tipos de público. Ademais, o objetivo foi também de publicar as produções dos nossos profissionais de educação no livro *Mói de Sa-*

bedoria 2021 (produção da Diretoria de Educação Profissional - DEP) e desenvolvê-los no sentido de criar textos literários, retirando-os do engessamento de publicar apenas textos técnicos voltados para suas áreas de atuação.

A biblioteca, com a execução do projeto, buscou uma forma de desenvolver uma ação cultural e educativa em ambiente virtual, devido à situação pandêmica em que se vive no mundo, a qual nos trouxe a necessidade de integrar a Biblioteca com os usuários, educadores do Senac PE. Acredita-se que a partir do desenvolvimento e execução do projeto como ação cultural e educativa, o público participante pôde alcançar um nível maior de leitura, consciência textual e literária, e portanto, de criatividade na escrita. Ao pensar em construir uma obra literária, os participantes das oficinas tiveram meios e motivação para ler mais a fim de buscar conhecimento sobre criação de histórias literárias. Além disso, puderam compartilhar suas histórias e vivências em sala de aula, suas experiências de criação e os livros que os inspiraram para produção de suas crônicas e/ou sátiras.

A primeira edição do Escrita Criativa: crônicas de sala de aula ocorreu no segundo semestre de 2021, entre os meses de outubro e dezembro e contou com a participação da equipe da biblioteca, dos setores de recursos didáticos e comunicação, professores colaboradores e oficinairos escritores e cronistas convidados.

Diante deste contexto, cumpriu-se então as funções educacionais, sociais e culturais da biblioteca Senac-PE, enquanto unidade de informação e de fomento da cultura, da criação e do desenvolvimento de cidadãos críticos.

METODOLOGIA

O projeto previu a participação de docentes e coordenadores pedagógicos para produção de crônicas de sala de aula por meio de cinco oficinas de Escrita Criativa com foco no gênero crônica e/ou sátira. A proposta metodológica do Projeto Escrita Criativa para os docentes e coordenadores pedagógicos teve como foco as experiências exitosas de grupos de leitura, e disciplinas voltadas para Escrita Criativa em cursos das áreas de Letras e Linguística, com a intenção de aplicar nas áreas de Biblioteconomia e Educação, proporcionando a aproximação dos participantes com as atividades das bibliotecas Senac PE.

Quanto a proposta de desenvolvimento de seus próprios textos para os docentes, o foco foi as metodologias de tecnologia educacional, voltadas para a produção de crônicas de sala de aula que atendam à comunicação literária entre docentes, coordenadores pedagógicos, biblioteca e Senac PE.

Cada oficina teve a duração de 2h, dividido em cinco momentos, observando o ciclo de ação/reflexão/ação apresentado pelo Modelo Pedagógico Senac. Para execução das oficinas, foram convidadas as escritoras/facilitadoras Sandra Lima, Nadezhda Bezerra, Ana Maria César, a colaboradora Jeinne Prado, Bibliotecária da UEP/Petrolina, e o professor Sanderson Alves, que desenvolveram material e mediaram as oficinas de forma virtual. Como mediadores contamos com os colaboradores Luciana Torreão da GERCOM e Luiz Henrique Monteiro do Setor de Recursos Didáticos.

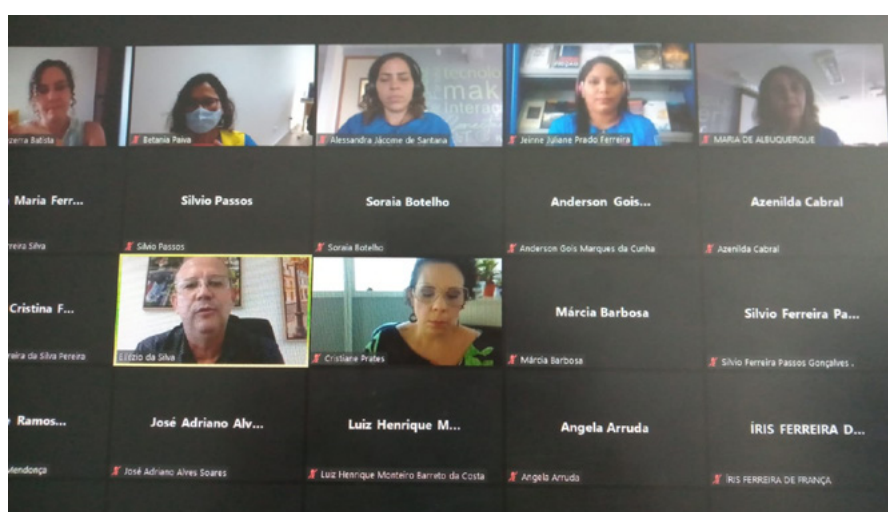


Figura 1 - Abertura com o Diretor de Educação Profissional – Eliezio Silva, seguida da 1ª oficina do projeto: Introdução à escrita criativa e estilos literários: crônicas e sátiras – Com Nadezhda Bezerra e Jeinne Prado.

As oficinas foram organizadas de acordo com o cronograma a seguir:

CRONOGRAMA DAS OFICINAS		
	15/10/2021	LANÇAMENTO DO PROJETO NA WEBINAR CURSO DE METODOLOGIAS ATIVAS E HÍBRIDAS
11º	22/10/2021	INTRODUÇÃO À ESCRITA CRIATIVA E ESTILOS LITERÁRIOS: CRÔNICAS E SÁTIRAS – JEINNE PRADO E NADEZHDA BEZERRA
22º	05/11/2021	NARRADOR E DIÁLOGO – SANDRA LIMA, MEDIAÇÃO: LUCIANA TORREÃO
33º	19/11/2021	TRABALHAR COM AS SENSações E EMOÇÕES: TEXTO E IMAGEM – LUCIANA TORREÃO E PROF. SANDERSON ALVES
44º	03/12/2021	CONVERSA COM O/A ESCRITOR/A: COMO FOI O PROCESSO DE ESCRITA DE SUA CRÔNICA E/OU SÁTIRA? – ANA MARIA CÉSAR E NADEZHDA BEZERRA, MEDIAÇÃO: LUCIANA TORREÃO
55º	17/12/2021	COMPARTILHAR A CRIAÇÃO – CONVIDADA ESPECIAL: NADEZHDA BEZERRA, MEDIAÇÃO: LUIZ HENRIQUE MONTEIRO

Com a perspectiva de construção, uma oficina foi pré-requisito para outra, de forma que os conhecimentos e aprendizagens foram sendo desenvolvidos ao longo do projeto, o qual subsidiou docentes e coordenadores pedagógicos com informações que os conduziram a produzir seu próprio texto literário no estilo de crônicas e/ou sátiras, com a finalidade pré-estabelecida de escrever criativamente relatos do cotidiano da sala de aula, bem como de compartilhar sua criação.

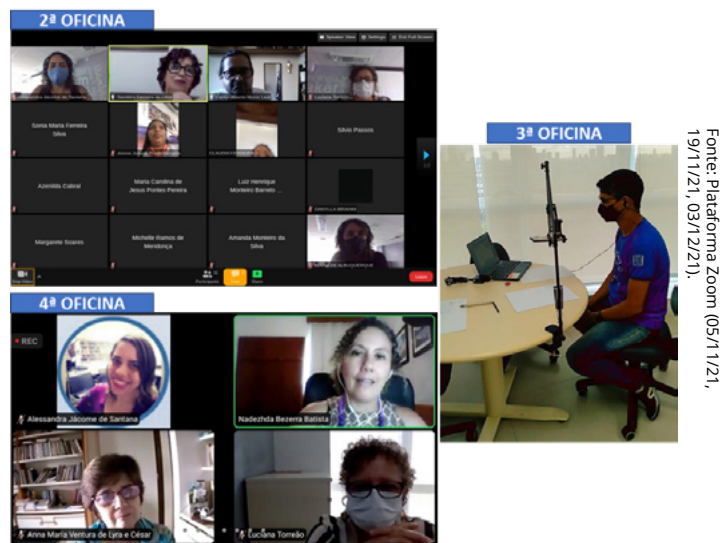


Figura 2 - 2ª oficina do projeto: Narrador e diálogo; 3ª oficina do projeto: Trabalhar com as sensações e emoções: texto e imagem; 4ª oficina do projeto: Roda de conversa: Conversa com o/a Escritor/a: como foi o processo de escrita de sua crônica e/ou sátira.



Figura 3 - Encerramento: Compartilhar a criação

O PROJETO EM NÚMEROS

O Projeto Escrita criativa: crônicas de sala de aula foi realizado exatamente como foi previsto no planejamento. Do tema à disponibilização dos certificados, tudo foi executado como planejado e no quadro a seguir, pode-se verificar o projeto em números.

PROJETO ESCRITA CRIATIVA	
TEMA	ESCRITA CRIATIVA: CRÔNICAS DE SALA DE AULA
CARGA HORÁRIA	10H
NÚMERO DE OFICINAS	05
LOCAL DE REALIZAÇÃO	PLATAFORMA ZOOM
INSCRIÇÕES	PLATAFORMA SYMPLA
NÚMERO DE INSCRIÇÕES (GERAL)	49 – (PARTICIPANTES, ORGANIZADORES, PALESTRANTES, MEDIADORES, DIRETOR E GERENTES.
PERÍODO	22/10, 05/11, 19/11, 03/12 E 17/12/2021
PÚBLICO ALVO	DOCENTES E COORDENADORES PEDAGÓGICOS DE TODAS AS UNIDADES EDUCACIONAIS, FACULDADE E MEDIOTEC DO SENAC PERNAMBUCO
NÚMERO DE PARTICIPANTES	30
CERTIFICAÇÃO	30

RESULTADOS DO PROJETO

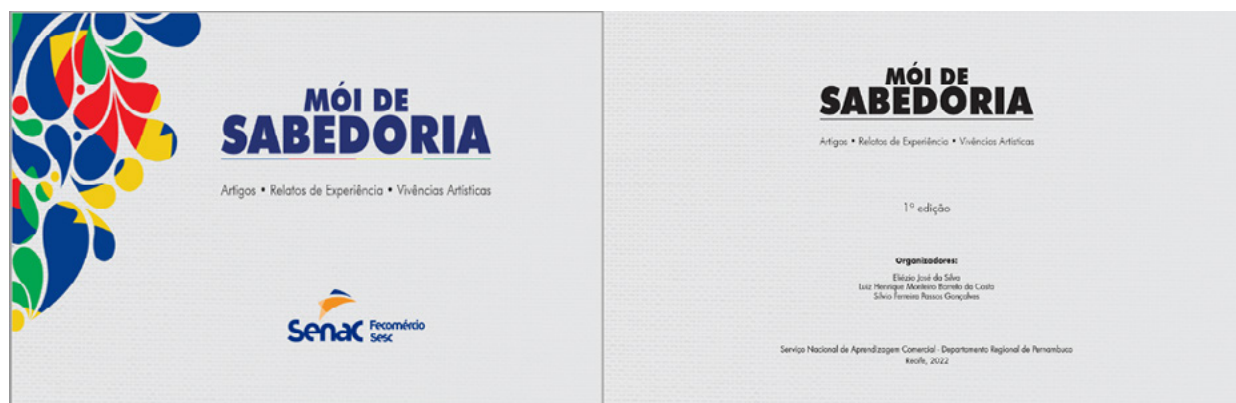
Do planejamento e execução de ação cultural em bibliotecas surgiram resultados qualitativos, subjetivos que podem influenciar na mudança de perspectiva educacional, social e cultural do indivíduo participante. Ademais, pode-se obter a partir da ação cultural, resultado material, um produto. Ou seja, podem ser criados objetos artísticos, materiais didáticos, entre outros.

Da ação cultural em meio digital das bibliotecas Senac PE surgiu o projeto Escrita criativa: crônicas de sala de aula. Deste, surgiram produtos em forma de livros

digitais que apresentaram as criações literárias compartilhadas nas oficinas do projeto. São eles:

LIVRO MÓI DE SABEDORIA

O Projeto Escrita Criativa: crônicas de sala de aula permitiu a oportunidade de seus participantes (docentes e coordenadores pedagógicos) publicarem suas crônicas no livro *Mói de Sabedoria*, publicado pelo Senac PE e apresentado no evento Encontro Pedagógico Senac PE 2022.



Fonte: Livro Mói de Sabedoria (2022)

Figura 4 – Livro Mói de Sabedoria

As crônicas foram publicadas na modalidade “Vivência artística”, conforme divisão do livro. Assim, os participantes foram convocados a publicar suas criações literárias não apenas como escritores, mas também como artistas do Senac PE.

O “Mói de Sabedoria” é um livro digital que reúne as manifestações literárias de colaboradores e parceiros do Senac Pernambuco. É o validar acadêmico das práticas diárias de fazer educação em um país que carece de aprendizado. Assim, os artistas que aqui se despõem, não são apenas colaboradores ou parceiros, mas autores e coautores de vidas que perpassam nossos corredores como veias abertas de uma nação que clama pelo protagonismo de suas histórias. Cada escrito que aqui se despõe carrega em si o peso de uma instituição que aprende, reaprende e desaprende diariamente com a comunidade e se lança ao novo sem perder os valores que a fundamentam em nossa vida. Este ano a obra será dividida nas modalidades de Vivência Artística, Relato de Experiência e Artigo Científico (COSTA, 2022, p. 8).

LIVRO ESCRITA CRIATIVA: CRÔNICAS DE SALA DE AULA

O Projeto materializou-se através do livro com título “Escrita Criativa: Crônicas de Salas de Aula” que é um livro digital, com a coletânea das produções literárias, resultado do projeto que apresenta as crônicas produzidas pelos participantes, durante as oficinas, com a descrição de suas experiências vivenciadas em salas de aula. Um trabalho de parceria que contou com a colaboração de diversos setores da instituição, de escritores da região, professores, produtores culturais e amantes da escrita (em fase de elaboração)¹

Ao apresentar o livro que reúne 14 crônicas de sala de aula, Luciana Torreão - Jornalista e Analista de Comunicação do Senac PE - escreveu que

Escrever é dar um pouco de si ao mundo. Cinco encontros, muita troca de saberes e aprendizados. Assim foi a Oficina de Escrita Criativa – Crônicas de Sala de Aula. Foram momentos para fazer os colaboradores do Senac acreditarem que não se nasce escritor ou cronista, mas é possível se tornar um. A prova disso é que os encontros instigaram nossos colaboradores a colocarem a mão na massa, fazendo nascer 14 crônicas deliciosas de se ler, as quais podem ser contempladas neste e-book. A ideia foi despertar o gosto pela produção literária e incentivar a criação de textos a partir de relatos de experiências em sala de aula. Os autores desta publicação entenderam que é preciso escrever para libertar o texto aprisionado dentro de cada um. A escrita é gerada dentro de nós, precisa apenas de leitura, estudo, disciplina, dedicação e... prática! Cada um tem seu tempo e processo de criação. Escrever crônica parte de elementos simples, apurando os nossos cinco sentidos. Ser escritor é saber ver e ouvir o mundo do outro e tudo que está ao nosso redor. Boa leitura! (em fase de elaboração)



Fonte: Livro Escrita Criativa (em fase de elaboração, 2022. Ver nota de rodapé 2).

Figura 4 – Livro Mói de Sabedoria

ARTIGO CIENTÍFICO PARA PUBLICAÇÃO DA REVISTA SENAC.DOC

A convite da Gerência de Documentação do Departamento Nacional do SENAC, no ano de 2022, a biblioteca enviou para submissão o artigo científico, sob o título: SENAC PE - PROJETO ESCRITA CRIATIVA: CRÔNICAS DE SALA DE AULA, para o sétimo volume da Revista digital Senac.DOC: Revista de Informação e Conhecimento, criada com o objetivo de estimular a reflexão e a produção intelectual do grupo de Bibliotecários do Senac a nível nacional. O artigo relatou o planejamento, organização e execução do projeto, bem como os resultados alcançados, a escolha do público-alvo; da plataforma de inscrição e de transmissão das oficinas do projeto; a divulgação do evento; a atuação dos participantes (professores e coordenadores) e dosicineiros (convidados e colaboradores). O artigo foi aprovado pela comissão avaliadora da revista e passa pelos trâmites internos da Editoração para publicação até o final do ano de 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para uma melhor compreensão das ações realizadas no Projeto Escrita Criativa: crônicas de sala de aula, configurou-se os pontos principais de atenção, relatando seus desafios e oportunidades. Como desafio, foi inserida a busca por palestrantes e parceiros para participarem conosco na execução das oficinas, pois não é fácil encontrar escritores do estilo literário desenhado para o projeto, de forma a participar de mais de uma oficina e gratuitamente. Como desafio interno, menciona-se o uso da tecnologia como recurso metodológico, visto que as oficinas aconteceram virtualmente por meio das plataformas Sympla e Zoom, as quais requereram suporte técnico dos nossos colaboradores do setor de Recursos Didáticos, Silvio Passos e Luiz Henrique. Ademais, acrescenta-se que para execução das oficinas, foi necessário intercalar ações e dividir a atenção das atividades com outras do cotidiano dos colaboradores da Biblioteca, do Recursos Didáticos e da Gercom. Como pontos positivos, insere-se o conhecimento da Bibliotecária Jeinne Prado sobre Escrita Criativa; as experiências e participações da Analista de Comunicação Institucional, Luciana Torreão, em grupos de leitura e com contato pessoal com as escritoras participantes, as quais foram convidadas; e os conhecimentos do Professor Sanderson Alves sobre ilustrações para desenvolvimento da Oficina de sensações e emoções através dos textos e imagens.

Soluções encontradas para os desafios: utilizar mais do nosso público interno de colaboradores para execução das oficinas, contando com escritores de conhe-

cimento do pessoal interno, pois assim, contou-se com participantes convidados externos em potencial e que conduziram as oficinas com sucesso. Para os recursos tecnológicos, foram escolhidas plataformas de uso já conhecidas pelos colaboradores que deram suporte com base de conhecimento apropriado das metodologias. Quanto às divisões dos colaboradores entre as atividades dos setores e das oficinas, cada qual buscou administrar seu próprio tempo de trabalho dispensado para cada atividade.

O projeto, em momento de finalização, demonstrou grande aceitação por parte dos docentes e coordenadores pedagógicos, os quais participaram conjuntamente nas oficinas, mostrando-se atuantes e que adquiriram bastante conhecimento sobre escrita criativa e puderam compartilhar suas próprias criações, a materialização do projeto, as crônicas de sala de aula. Para a biblioteca Senac Pernambuco, o projeto trouxe outras oportunidades de produção de trabalhos baseados em sua execução, como a publicação das crônicas no e-book *Mói de Sabedoria 2021*, a produção do e-books do Projeto Escrita Criativa, a elaboração de artigo científico para a Revista Senac.Doc e o desenvolvimento deste relato de experiência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Maria Auxiliadora de. Nota da organizadora. In: ALBUQUERQUE, Maria Auxiliadora; FERREIRA, Jaine Prado; SANTANA, Alessandra Jácome de. (Orgs.). **Escrita Criativa**: crônicas de sala de aula. Recife: Senac Pernambuco, 2022.

BARBOSA, Amilcar Bettega. **Da leitura à escrita**: a construção de um texto, a formação de um escritor. 2012. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/4096>. Acesso em: 15 jan. 2021.

BELLOTO, Sonia. **Você já pensou em escrever um livro?** São Paulo: Ediouro, 2008.

COSTA, Luiz Henrique Monteiro Barreto da. Apresentação. In: COSTA, L. H. M. B. da.; GONÇALVES, S. F. P.; SILVA, E. J. da. (Org.). **Mói de sabedoria**. Recife: Senac Pernambuco, 2022. p. 5.

HOLANDA, Ana. **Como se encontrar na escrita**: o caminho para despertar a escrita afetuosa em você. [s.l.]: Bicicleta Amarela, 2018. 224 p.

KOCH, Stephen. **Oficina de escritores**: um manual para a arte da ficção. São Paulo: Martins Fontes, 2009. 297 p.

KOHAN, Silvia Adela. **Como escrever diálogos**: a arte de desenvolver o diálogo no romance e no conto. Belo Horizonte: Gutenberg, 2013. 90 p. (Guia do escritor, 1).

KOHAN, Silvia Adela. **Os segredos da criatividade**: técnicas para desenvolver a imaginação, evitar bloqueios e expressar ideias. Belo Horizonte: Gutenberg, 2013. 101 p. (Guia do escritor, 4).

KOHAN, Silvia Adela. **Como narrar uma história**: da imaginação à escrita todos os passos para transformar uma ideia num romance ou num conto. Belo Horizonte: Gutenberg, 2013. 84 p. (Guia do escritor, 3).

LAMOTT, Anne. **Palavra por palavra**: instruções sobre escrever e viver. Rio de Janeiro: Sextante, 2011. 222 p.

MARCELOS, João de. **Introdução à escrita criativa**. Lisboa: Colibri, 2009. 140 p.

NIZO, Renata Di. **Escrita Criativa**: o prazer da linguagem. São Paulo: Summus, 2008.

PROSE, Francine. **Para ler como um escritor**: um guia para quem gosta de livros e

para quem quer escrevê-los. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. 319 p.

REIS, VILTO. **Ideias de conflitos para escrever histórias com personagens inesquecíveis**. 2017. Disponível em: <https://viltoreis.com/ideias-de-conflitos/>. Acesso em: 13 maio 2018.

ROCHA, JÚLIO. **Técnicas para escrever ficção**. Rio de Janeiro: Vermelho Marinho, 2010. 117 p.

TORREÃO, Luciana Ferreira. Apresentação. In: ALBUQUERQUE, Maria Auxiliadora; FERREIRA, Jeinne Prado; SANTANA, Alessandra Jácome (Org.). **Escrita Criativa: crônicas de sala de aula**. Recife: Senac Pernambuco, 2022.



EXPERIÊNCIAS DE APRENDIZAGEM AMPLIFICADAS EM ESPAÇOS COMERCIAIS COLABORATIVOS - UM RELATO DE CASO

Luiz Clério Duarte Júnior

luizduarte@pe.senac.br

Jonas Alves Cavalcanti

jonasacavalcanti@fac.pe.senac.br

INTRODUÇÃO

Receber desafios e atender às demandas de solucionar problemas simples ou complexos, sempre foi o princípio da existência das atividades de design. Entender e buscar soluções efetivas ou experimentais é naturalmente o papel do desenvolvimento de projetos de design e seus operários designers.

Nesse sentido, a abordagem utilizada como método de validação para a construção do projeto foi o design thinking, ou o pensamento de design. O Design Thinking é entendido como uma abordagem, um direcionamento, uma maneira de pensar em soluções tomando como base o mergulho na problemática do (s) usuário (s). O objetivo através da aplicação do pensamento de design é promover soluções para problemáticas diversas com o foco centrado nos usuários. Para tanto, a articulação de conhecimentos diversos e profissionais com competências diferentes, cujo resultado se torna positivo a partir de um objetivo comum e, realmente, assumido por todos: entender e atender o cliente em potencial.

Nessa perspectiva, o presente trabalho visa explicar e dialogar sobre a importância de espaços comerciais colaborativos como ferramentas de auxílio à promoção de experiências significativas de aprendizagem, trazendo como exemplo de ação inovadora o caso da Loja Colab. criada pelo Senac e vivenciada nos dias 21, 22 e 23 de setembro de 2022, durante o XVIII Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, no Centro de Convenções Djalma Cintra, no Senac Caruaru.

A TEORIA DA APRENDIZAGEM SIGNIFICATIVA

A experiência de aprendizagem é uma metodologia de ensino que preconiza inserir o aluno no centro do seu processo de aprendizagem, concedendo a ele o protagonismo orientado no seu processo formativo através da vivência prática de situações de aprendizagem. Nesse sentido, a metodologia baseia-se no aprender fazendo, focando o processo nas particularidades do aluno, promovendo um aprendizado mais significativo (Masini & Moreira, 2008). Assim, o aluno assimila e desenvolve as competências com base nas relações que ele consegue estabelecer com o seu cotidiano, com a sociedade e com suas experiências (Almeida, 2011).

Nesse campo, o processo de aprendizagem por ser compreendido por meio da Teoria da Aprendizagem Significativa - TAS, que busca entender como se dá o processo de aprendizagem, baseando-se nas ações cognitivas que o indivíduo executa ao situar-se no espaço, organizando seu pensamento e diferenciando os aspectos ao seu redor (Ausubel, 1968). Assim, o processo de aprendizagem ancora-se nas experiências previamente vivenciadas e acumuladas pelos indivíduos, realizando uma relação de comparação e verificação entre o novo apresentado e o passado vivenciado (Ausubel, 1968; Almeida & Teran, 2019).

Embora muitas atividades possam funcionar como experiências de aprendizagem, alguns pontos devem ser considerados, sendo eles à funcionalidade, confiabilidade, usabilidade, atratividade, conveniência e significado. A funcionalidade refere-se à adequação do plano de aprendizagem aos objetivos de desenvolvimento dos indivíduos; à confiabilidade relaciona-se com o nível de confiança que é estabelecida com os indivíduos por meio da atividade proposta; à usabilidade conecta-se com a facilidade em acessar e consumir o conteúdo das aulas, e isso reflete no engajamento dos alunos; atratividade relaciona-se à quanto o programa de ensino é atrativo; a conveniência à versatilidade de acesso aos conteúdos gerados; e o significado reflete o nível de clareza que a experiência proporciona. Assim, o desenvolvimento de estratégias que preconizam experiências de aprendizagem requer programas com estruturas curriculares que dinamizam o aprendizado e valorizem a abordagem crítica e reflexiva, relacionado às experiências e às reflexões do sujeito e em sintonia com a própria sociedade.

Como campo de observação e aplicação prática, esse estudo utilizou o caso do ambiente comercial colaborativo Loja CoLab, desenvolvido durante o XVIII Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, evento idealizado e realizado pelo Senac Pernambuco. Durante o evento, os alunos dos diversos níveis de aprendizagem profissional do Senac, dos cursos de formação inicial e continuada, aper-

feiçãoamento, qualificação, técnico e das graduações e pós-graduação dos eixos de Moda e Gastronomia da Unidade de ensino profissional e da Faculdade Senac - Unidade Vinculada Caruaru, ingressos e egressos, puderam, através da experiência de aprendizagem, vivenciar na prática ações gerenciais e comerciais do varejo, na exposição comercial de seus produtos e serviços, entendendo e aplicando o processo de validação de seus projetos de modelo de negócio.

Em 2022, o evento - Congresso Internacional de Tecnologia na Educação acontece de forma presencial na Unidade de Caruaru. Recebemos do Diretor de Educação Eliézio José da Silva o desafio de apresentar um projeto amplificado em intenções e mix de participações.

Formatamos um projeto com a clara intenção de tornarmos o espaço além de uma experiência de atividade extensiva, tornar um laboratório ativo de aprendizagem comercial e validação de projetos, marcas e serviços de todos os nossos alunos dos eixos de moda e gastronomia, proporcionando aos discentes uma experiência de validação de seus modelos de negócios e uma análise em tempo real no contato com o consumidor, sua percepção de todas as etapas importantes do seu modelo de negócios.

Assim o projeto da Loja CoLab se amplia para ser além de uma atividade de extensão, é um laboratório modelo escalonado onde nossos alunos poderiam de fato desenvolver suas habilidades e competências de forma prática, realizando assim o momento de validação como etapa do processo de Design Think. O projeto partiu do princípio de criar um espaço comercial adequado ao consumo e que dialogasse com o evento como espaço de convivência e experiência para o público. Diante desse cenário, o projeto da loja CoLab foi sendo formatado a partir do princípio de criar um espaço sensorial, cognitivo e experimental, assim tomamos como norte e marco zero a ilha corner de um café gourmet que seria o elemento chave e concentrador do maior e comum interesse entre a maioria do público.

A partir daí construímos o mix de produtos e serviços que estariam como coadjuvantes e alternando o protagonismo nos espaços de interesse dentro da loja, aplicamos junto com uma equipe de produção - alunos estagiários do curso de Design de Moda, as ações de Visual Merchandising e gestão de loja, para que dessa forma também se estabelecesse de forma amplificada o espaço de aprendizagem para além da experiência de varejo / comercialização, para aprendizados de produção, visual merchandising e gestão de varejo, competências desenvolvidas no curso de Design de moda.

RESULTADOS DA LOJA COLAB.

A promoção de experiências de aprendizagem precisam ser significativas, capazes de alinhar os conhecimentos prévios dos indivíduos com os objetivos propostos na estrutura curricular. No caso da Loja Colab, a experiência de aprendizagem claramente objetivou o desenvolvimento de competências ligadas às práticas gerenciais e comerciais de varejo através das ações realizadas no espaço da loja.

Baseadas nas estruturas curriculares dos cursos de graduação tecnológica que a Faculdade oferece na Unidade Vinculada, o conjunto de práticas observáveis executadas dentro do espaço da loja colaborativa preconizavam desde o desenvolvimento de espaços colaborativos, à montagem atrativa e estratégica de pontos de vendas - técnicas de Visual Merchandising, à análise dos perfis de consumidores em eventos e em espaços colaborativos, a curadoria de produtos alinhada ao porte e estilo do evento, as estratégias mercadológicas e de comunicação, a criação e fortalecimento de network, além dos aspectos gerenciais de finanças, reposição e abastecimento dos estoques. Assim, os campos de conhecimento mencionados foram alinhados à ações práticas relacionadas à promoção da experiência de aprendizagem.

O conjunto de ações geradas e a aprendizagem significativa na prática auxiliaram no reforço da atratividade do programa de ensino, fazendo com que os alunos percebessem a importância das dinâmicas realizadas dentro e fora da sala de aula. Ao final, o nível de significância e clareza proporcionados pela experiência de aprendizagem proposta foi refletido nos próprios participantes, que através dos seus depoimentos e dos desempenhos atingidos, demonstraram a eficiência da experiência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, D.P.; FACHÍN-TÉLAN, A. (2011). **Aprendizagem significativa e o uso de espaços não formais**. Simpósio Internacional de Educação em Ciências na Amazônia, 2011. Manaus. Anais digitais [CD-ROM]. Manaus: PPGEECA/UEA.

ALMEIDA, D. P. TERÁN, A. F. (2019). **Experiência de ensino usando a teoria da aprendizagem significativa em espaços educativos**. Aprendizagem Significativa em Revista/Meaningful Learning Review – V9(1), pp. 48-64, 2019

AUSUBEL, D.P. (1968). **Educational Psychology: A Cognitive View**. New York, Holt, Rinehartand Winston.

CONSELHO NACIONAL DE PESQUISA DOS ESTADOS UNIDOS. Comitê de Desenvolvimento da Ciência da Aprendizagem. Comitê de Pesquisa da Aprendizagem e da Prática Educacional. Comissão da Educação e Ciências Sociais e do Comportamento; organização de J. D. Brasdorf; A. L. Brown; R.R. Cocking. Como as pessoas aprendem: cérebro, mente, experiência e escola. São Paulo-: Senac, 2007.

DEVADASAN, P. Collaborative intelligence measure for knowledge based service industry. 2011. 150 f. Dissertação (Mestrado em engenharia da computação) – **Purdue University**, West Lafayette, 2011. Disponível em: . Acesso em: 04 set. 2019. >. Acesso em: 02 dez. 2022.

HIMMELMAN, A. T. On coalitions and the transformation of power relations: collaborative betterment and collaborative empowerment. **American Journal of Community Psychology**, v. 29, n. 2, p. 277-284, 2001. Disponível em: . Acesso em 01 dez. 2022.

MASINI, E.F.S.; MOREIRA, M.A. (2008). **Aprendizagem significativa: condições para ocorrência e lacunas que levam a comprometimentos**. São Paulo: Vetor.



“SABORES DO MUNDO”: A PRÁTICA DE FESTIVAL GASTRONÔMICO NA FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS DE GASTRONOMIA

Daynara Aparecida Rodrigues Gonçalves

daynaraargoncalves@fac.pe.senac.br

Roneide Gonzaga de Oliveira

roneideoliveira@pe.senac.br

INTRODUÇÃO

Os eventos, de modo bastante amplo, aliam o prazer/motivação gastronômico em quase todas as suas realizações, dos mais simples eventos [...] como também em grandes feiras com culinária específica (Lanzarini, 2009). Visto isso, para se tornar um profissional de gastronomia é necessária uma formação que avance as paredes da cozinha e adentre ao mundo das mais diversas temáticas ligadas à gestão no ramo alimentício, foque a sua formação e se especialize na gestão de eventos, no qual não apenas insira a gastronomia, mas também seja capaz de planejar e executar um evento (Gonçalves et al 2021).

Os Projetos Integradores são unidades temáticas que promovem a participação interdisciplinar unificando as unidades temáticas do semestre em torno da organização de um trabalho acadêmico, tendo, em cada módulo do curso, um tema a ser trabalhado. Dessa forma, alunos e professores realizam um processo de investigação construtiva coletiva, realizando uma ação extensiva ao final do semestre. O Projeto Integrador: Planejamento de Eventos Gastronômicos, unidade curricular do 3º módulo do curso superior de Tecnologia em Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina, visa a percepção, por parte dos discentes, à área de planejamento e execução de eventos gastronômicos como um segmento possível de se especializar. Além disso, a disciplina convida à realização de um evento no qual os alunos devem exercer o seu protagonismo na execução do mesmo, realizando também a integração com as disciplinas vigentes no semestre.

O Festival Gastronômico “Sabores do Mundo” foi o produto final no semestre 2022.1 da integração e trabalho mútuo de docentes e discentes da Faculdade Senac Petrolina, com o objetivo de Proporcionar aos alunos a oportunidade de desenvol-

ver um trabalho teórico e prático que integre os diversos temas abordados pelas disciplinas cursadas no semestre letivo, visando a prática do planejamento de eventos gastronômicos.

METODOLOGIA

A disciplina de Projeto Integrador: Planejamento de Eventos Gastronômicos foi ministrada para a turma do 3º módulo do curso de Tecnologia em Gastronomia da Faculdade Senac Pernambuco - Unidade Vinculada Petrolina, no semestre de 2022.1.

Durante toda a construção e desenvolvimento da disciplina, reforçou-se a importância do protagonismo dos alunos frente à idealização, planejamento e execução da prática de extensão. Por isso, durante as aulas, os alunos levaram ideias e planejaram toda a ação, cabendo à docente da disciplina o acompanhamento, ajuda e orientação, como forma também de alcançar as competências propostas para a unidade curricular.

A proposta central foi baseada na realização de um evento no formato de Festival/Exposição Gastronômica, onde os alunos iriam participar tanto da sua organização quanto da própria exposição de preparações elaboradas por eles utilizando conhecimento adquirido nas disciplinas práticas do semestre. Para ter um número considerável de expositores e, principalmente, gerar integralidade entre as turmas, foi proposto que a turma do 5º módulo também fosse os expositores do evento, juntamente com a turma organizadora.

Foi escolhido, pela turma organizadora, o nome “Sabores do Mundo” como nome do evento, como forma de englobar as preparações gastronômicas que serão expostas na feira, trazendo uma releitura de cozinhas típicas de algumas regiões do mundo.

Para uma melhor articulação e organização de todos os passos a serem planejados e executados para o evento, dividiu-se a turma em pequenos grupos de trabalho com funções específicas:

- a) Decoração e Planejamento físico e funcional: pensar em como ambientar e decorar o espaço; realizar o desenho de toda a estrutura e decoração do espaço e articular materiais para tal; pensar e articular a estrutura de som, música e demais espaços necessários;
- b) Comunicação/Marketing: pensar na arte do evento; construir as redes so-

ciais do evento; articular toda a logística de marketing; elaborar logística e cronograma de divulgação.

c) Captação de recursos financeiros e humanos: elaborar formas de captar patrocínios/recursos, trazendo empresas parceiras para o evento; elaborar material sobre o evento para apresentar ao potencial patrocinador; articular buscas de captação de recursos entre a turma; articular inscrições de expositores e estar em comunicação direta com eles esclarecendo o que for necessário, pensar em formas de receber o público.

d) Programação/cerimonial: elaborar e articular formas de atrair e “segurar” o público no local, através de uma programação além da exposição; organizar o que for necessário para exposição (e comercialização, se permitido) das preparações elaboradas pela turma.

Foi permitido que alunos comercializassem suas preparações, no qual os próprios discentes, com a supervisão e orientação dos professores, fariam toda a ação de contato e venda aos participantes. Com isso, os alunos precisaram elaborar toda uma estratégia de organização para que essa comercialização fosse possível.

É sempre necessária uma boa comunicação e divulgação do evento, sobretudo se tratando de um evento nunca antes feito na instituição. A comunicação do evento foi articulada por uma equipe de trabalho formada pelos discentes, como supracitado, como supracitado, utilizando as redes sociais para divulgação do evento e das marcas parceiras, cartazes em locais estratégicos previamente pensados. As artes de cards e cartazes foram elaborados pela equipe de comunicação.

Para contribuir com o festival e trabalhar a prática de comunicação, os alunos foram em busca de patrocinadores propondo a parceria. Como feedback, as empresas tiveram suas marcas divulgadas na rede social do evento assim como na decoração, em materiais gráficos e de forma oral durante todo o evento. Muitas empresas ligadas ao ramo de gastronomia, decoração, utensílios de cozinha e restaurante desejaram contribuir com o evento.

RESULTADOS

O festival gastronômico “Sabores do Mundo”, produto final do Projeto Integrador: planejamento de eventos gastronômicos, foi realizado dia 10 de junho de 2022, recebeu aproximadamente 300 pessoas, iniciando às 18h, tendo uma programação

que durou mais ou menos 3 horas e 30 minutos no qual, além da exposição de preparações elaboradas pelos discentes de CST em Gastronomia (imagens 1), tiveram:

- Música ao vivo: foram convidados dois músicos que animaram o evento no formato “Voz & Violão” (imagem 2);
- Sorteio de brindes entre os participantes: os brindes foram doações de empresas de alunos e empresas parceiras, tendo também uma cesta com uma preparação de cada barraca exposta (imagens 3);
- Mini oficinas de confeitaria para crianças: para o evento ser atrativo também para as crianças, foi realizada uma pequena oficina no qual os alunos ensinaram crianças, de forma fácil e lúdica, algumas habilidades da confeitaria, como enfeitar brigadeiros (imagens 4);

O evento foi realizado no Senac UV Petrolina, mais precisamente no estacionamento para colaboradores, um espaço amplo e aberto, seguindo as recomendações para realização de eventos durante a pandemia. A realização do evento em um espaço interno no Senac proporcionou a integração com a comunidade externa e um foco maior nos ambientes da unidade, trazendo o público para dentro da instituição, dando uma maior visibilidade à estrutura e cursos do Senac, em especial de Gastronomia através, também, da interação entre discentes, docentes e participantes do evento.

A comercialização das preparações realizada pelos alunos (imagens 5) foi de encontro com os objetivos do Projeto Integrador e das Marcas Formativas do Senac que citam que “o PI deve estimular os alunos em desenvolver uma visão empreendedora de forma criativa, inovadora e autônoma” (Modelo Pedagógico Senac - MPS). Além disso, o MPS visa que o projeto integrador também invista em ações que promova o protagonismo do aluno diante de situações problematizadoras e desafiantes, e acredita-se que a comercialização dos próprios produtos dentro do evento em questão proporcionará, aos discentes, situações de aprendizado através da tomada de decisões e trabalho em grupo para atingir os objetivos almejados.

A decoração do ambiente foi pensada pela equipe específica, como supracitado, tendo o auxílio de toda a turma. O espaço foi composto por 4 setores, assim dividido:

- a) Setor das exposições: no qual foram colocadas mesas para cada expositor;

nesse espaço, os participantes puderam interagir com os expositores, conhecendo sobre os produtos ali expostos;

b) Setor de socialização: composto de mesas e cadeiras; serviu para os participantes se acomodarem e socializarem entre eles (imagem 6);

c) Setor da animação: onde os músicos e estrutura de som estiveram localizados;

d) Setor kids: um pequeno espaço que foi utilizado para a realização de oficina para crianças;

e) Ambiente instagramável: composta de painel com a logo do evento, banco, iluminação decorativa e estante expondo as marcas parceiras. O ambiente foi muito usado para fotos (imagem 7).

A turma de CST em Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina (imagem 8), responsável pelo planejamento, organização e execução do evento, alcançou as metas desejadas pelos docentes no que compete à práticas de gestão de eventos. O evento foi um sucesso graças à dedicação e empenho de todos os envolvidos.



Imagens 1: Algumas preparações produzidas e comercializadas pelos discentes



Imagem 2: Músicos convidados para animar o evento



Imagens 3: Ganhadores dos sorteios realizados no evento



Imagens 4: Discentes ministrando oficina de brigadeiro para crianças durante o evento



Imagem 6: Espaço de socialização



Imagem 7: Entrada do evento / espaço instagramável



Imagem 8: Turma do 3º módulo do CST em Gastronomia responsável pelo planejamento e execução do evento

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O evento alcançou os resultados esperados colaborando de maneira prática para o alcance de pelos menos quatro de sete das características dos egressos almejadas pelo PPC do curso de Gastronomia:

- Visão empreendedora: “incentivar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e efeitos”;
- Desenvolvimento de habilidades de gestão: “desenvolver competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a gestão de processos e a produção de bens e serviços”;
- Profissionais proativos e flexíveis: “adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente dos cursos e seus currículos”;
- Profissionais éticos e sustentáveis: “propiciar a compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias”.

Assim, é perceptível a importância de tais práticas na formação de profissionais, sobretudo de Gastronomia, que podem avançar por caminhos muitas vezes não trilhados e ter o planejamento e execução de eventos como uma especialidade na sua profissão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GONÇALVES, Daynara, Aparecida Rodrigues; SOUSA, Bernadete de Lourdes Martins de; AMORIM, Mariana da Rocha; OLIVEIRA, Monica Rodrigues de; OLIVEIRA, Roneide Gonzaga de; **Projeto Integrador e Gastronomia: A prática de planejamento de Eventos Gastronômicos**. In: XVII Congresso Internacional de Tecnologia na Educação. Recife: Senac PE, Volume 7, 2021

LANZARINI, R. **Gastronomia e eventos turísticos: O caso da culinária pernambucana usada como atrativo cultural na Festa da Farinha de Anastácio/MS e suas relações com o local**. In: VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

MENEGUEL, Cinthia Rolim Albuquerque; SILVA, AMS. **Tendências gastronômicas no mercado de eventos**. Revista RETC, v. 12, p. 56-60, 2013.



SUSTENTABILIDADE NA GASTRONOMIA: SABERES E PRÁTICAS DE EXPERIÊNCIA DOCENTE

Fábia Rossana da Silva Moura Gurgel

fabiarsmgurgel@fac.pe.senac.br

INTRODUÇÃO

A sociedade moderna começou a despertar para as necessidades de mudanças nos modelos de desenvolvimento já nos anos 60 e 70 do século XX face a uma crescente crise ambiental que estaria por vir. Documentos e conferências mundiais alertavam sobre o impacto da industrialização no meio ambiente, sobre o crescimento da população versus a insuficiência da produção de alimentos e sobre o esgotamento dos recursos naturais não renováveis. Porém, as ações ainda tardam e o problema se agravou (FAUSTINO & AMADOR, 2016; SIPIONI,2020).

Desenvolvimento sustentável envolve um processo dinâmico de transformação que une três pilares de crescimento: o econômico, o ambiental e o social. Já sustentabilidade é o objetivo desse desenvolvimento. Não são termos sinônimos, porém, convergem e ambos trazem à luz algumas discussões importantes como os problemas ambientais, a ênfase no coletivo, a necessidade de existir uma relação de dependência entre desenvolvimento econômico, desenvolvimento humano, solidariedade e equidade partilhada entre todas as esferas da sociedade, envolvendo a participação ativa de políticos, gestores, empresários e cidadãos da sociedade civil (AMADOR & OLIVEIRA,2013).

A aplicação de práticas sustentáveis na produção de alimentos contribui para o desenvolvimento sustentável, que é considerado um tema atual e relevante. A gastronomia tem um papel importante por influenciar nas escolhas alimentares que devem não somente visar prazer à mesa, mas à preservação dos recursos naturais envolvidos nesta produção de alimentos. (FUNG et al, 2016).

Paralelamente, o momento atual reflete um grande crescimento de problemas econômicos, de desemprego, de miséria e fome no Brasil e no mundo, o que ajuda a reforçar a necessidade de se repensar a forma de produção e distribuição de renda e de alimentos na sociedade (COSTA, 2020; SIPIONI,2020).

Trazendo o conceito desses termos “Desenvolvimento sustentável” e “Sustentabilidade” para a realidade de sala de aula numa perspectiva segundo a pedagogia de Paulo Freire, existe a necessidade de estimular o discente a desenvolver sua emancipação e sua capacidade transformadora da realidade. Freire defendia a educação como uma oportunidade única de conscientização para o entendimento de mundo e para o educando ressignificar suas vivências. (RIBEIRO et al, 2020).

Em Pedagogia da autonomia, Freire (2011) defende que o docente deve respeitar os saberes dos educandos, estabelecendo uma proximidade entre os saberes curriculares e a experiência dos educandos. Ao considerar também os preceitos educativos freirianos, pode-se valorizar que a vivência prática no processo educacional pode ajudar na emancipação do pensamento do indivíduo em relação à sua condição e na sua apropriação, tanto na experiência nos espaços de convívio, das relações socioculturais que possibilitam, quanto na reivindicação por direitos. (MARTINS & RIBEIRO, 2020).

Assim, alunos do 2º módulo do curso de Gastronomia da Faculdade Senac PE, localizada no bairro de Santo Amaro, na cidade do Recife-PE, foram convidados a ajudar na construção da metodologia a ser desenvolvida na disciplina de Projeto Integrador 2, que visa trabalhar um projeto de interdisciplinaridade com a temática central “Sustentabilidade em Gastronomia”.

METODOLOGIA

Em primeiro momento os alunos tiveram aulas dialogadas com exposição de vídeos e leituras de artigos científicos para explorar a temática de maneira ampla e associar à realidade do curso de Gastronomia. Nesse sentido, foram debatidos temas como o Movimento Slow Food, Agricultura Familiar, Alimentos orgânicos, Aproveitamento integral dos alimentos, Vegetarianismo, Veganismo, Alimentação Plant based e Gastronomia Social.

Em segundo momento promoveu-se debates problematizadores nos quais os educandos pensaram quais eixos poderiam abordar numa perspectiva de agentes transformadores sociais. Após alguns encontros optou-se por iniciar o processo fazendo uma entrevista de investigação com agricultores familiares que comercializam produtos em feiras orgânicas urbanas com o objetivo de descobrir qual a origem dos produtos, como eram produzidos, quais os insumos eram mais disponíveis e excedentes, qual a renda oriunda da venda dos produtos e um pouco da história e realidade de vida desse grupo produtor de alimentos, para criar uma

aproximação com a realidade de mundo. Os educandos foram distribuídos em grupos para essa coleta de dados.

Depois dessa etapa, os alunos partiram para o desenvolvimento dos pratos culinários utilizando os insumos orgânicos oriundos da agricultura familiar e dentro do conceito de sustentabilidade. Um dos objetivos era criar produtos simples e de baixo custo que os agricultores pudessem vender nas feiras com maior valor agregado, se possível, usando os insumos com maior excedente de produção e aproveitamento integral dos alimentos. Isso ajudaria no aumento da renda familiar e numa rede de produção mais justa e sustentável.

A fim de agregar mais conhecimento prático em sustentabilidade, o grupo de educandos realizou uma visita técnica à cachaçaria Sanhaçu, localizada em Chã Grande-PE sob supervisão docente. Nessa vivência puderam conhecer toda a produção orgânica e sustentável da cachaçaria, desde energia renovável, compostagem, toda a matéria prima utilizada e o respeito ao meio ambiente durante todo o manejo.

O Projeto integrador 2 uniu saberes e experiências para desenvolver preparações culinárias com o apoio da diversos outros docentes do curso de gastronomia. Envolveu a disciplina de Panificação para a criação de diversos pães saudáveis e usando vegetais como beterraba, cenoura, jerimum entre outros. A disciplina de Cozinha Fria com conhecimentos de cortes, preparo de pastas, molhos especialmente para criação de recheios como carne de panela de ovelha, carne de casca de banana, molho vinagrete, pasta de berinjela, maionese de castanhas, pickles de cebolas roxas, carne de jaca entre outros. As disciplinas de Mercado de alimentação e de Ética, Cidadania e Sustentabilidade para embasamento teórico. A disciplina de Controle e Custos para elaboração das Fichas Técnicas de Preparação. A disciplina de Serviços de Bar, Café e Restaurante com criação de drinks alcoólicos ou não com frutas e vegetais oriundos da agricultura familiar e orgânicos, inclusive a cachaça Sanhaçu. A disciplina de Ciência e Tecnologia dos Alimentos para estudo de validade e conservação das preparações culinárias criadas pelos alunos de gastronomia.

Em particular, um projeto optou por focar na Gastronomia Social. Utilizou vegetais de agricultores de feiras orgânicas, mas também contou com insumos do próprio aluno que recolheu doações e produziu um prato nutritivo e com baixo custo à base de arroz, feijão, legumes e frango. O estudante optou por distribuir sua produção culinária a 28 moradores de rua no entorno urbano do bairro Santo Amaro, onde se localiza a Faculdade Senac PE (a doação foi exclusivamente do estudante e não tem qualquer envolvimento da referida instituição de ensino no processo).

As preparações culinárias desenvolvidas pelos educandos foram apresentadas na culminância do Projeto Integrador 2 para valorização dos discentes, bem como para a apreciação pelos docentes e pela comunidade institucional.

O Processo avaliativo considerou não somente as preparações culinárias desenvolvidas, mas a capacidade dos discentes de entenderem a interdisciplinaridade do projeto, bem como a demonstração de suas potencialidades como sujeitos críticos e transformadores de realidades.



Figura 1: pão de beterraba com recheio de carne de casca de banana, salada de repolho e maionese de castanha. Fonte: próprio autor



Figura 2: pão de jerimum com recheio de carne de ovelha e molho vinagrete com tomate cereja – todos os ingredientes foram orgânicos e oriundos do sítio do agricultor familiar. Fonte: próprio autor



Figura 3: drink não alcoólico feito com cenoura, tangerina e gengibre - oriundos da agricultura familiar. Fonte: próprio autor.



Figura 4: wrap de cenoura com salada e caponata de berinjela – oriundos da agricultura familiar. Fonte: próprio autor



Figura 5: sanduíche de pão Bão com carne de jaca e picles de cebolas roxas.
Fonte: próprio autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados obtidos os estudantes puderam vivenciar uma aproximação entre os produtores de alimentos orgânicos e de agricultura familiar e a produção de preparação culinárias dentro da realidade gastronômica.

Mergulharam nas temáticas que envolvem o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade e fizeram uma análise da realidade, problematizando o processo educativo e sendo convidados a criarem soluções e sugestões que pudessem contribuir para a melhoria da sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAUSTINO, M., & AMADOR, F. **O conceito de “sustentabilidade”**: migração e mudanças de significados no âmbito educativo. *Indagatio Didactica*, 8(1), 2021-2033. 2016. <https://doi.org/10.34624/id.v8i1.12623>

MARTINS, VIVIAN. RIBEIRO, GABRIELA SOUSA. **Paulo freire e a educação-mundo: formação para a liberdade e a vivência na cidade**. *Olhar de Professor*, vol. 23, pp. 01-18, 2020. Universidade Estadual de Ponta Grossa. DOI: <https://doi.org/10.5212/OlharProfr.v.23.2020.16784.209209229472.0829>

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2011.

COSTA, SIMONE DA SILVA. Pandemia e desemprego no Brasil. **Revista de Administração Pública** [online]. 2020, v. 54, n. 4, pp. 969-978. Ago 2020. ISSN 1982-3134. <https://doi.org/10.1590/0034-761220200170>

FUNG, TERESA T.; LONG, MICHAEL W.; HUNG, PAMELA; CHEUNG, LILIAN W. Y. An Expanded Model for Mindful Eating for Health Promotion and Sustainability: Issues and Challenges for Dietetics Practice. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**. 116(7):1081–1086, 2016. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jand.2016.03.013>

SIPIONI, M. E., RIQUIERI, M. R. L., BARBOSA, J. P. M., BISCOTTO, D. B., SARTI, T. D., & ANDRADE, M. A. C. MASKS COVER THE FACE, HUNGER UNMASKS THE REST: COVID-19 AND THE FIGHTING AGAINST HUNGER IN BRAZIL, 2020. In **SciELO Preprints**. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.660>



A SEMANA DE GASTRONOMIA DA FACULDADE SENAC PETROLINA: O NDE E AS AÇÕES DE EXTENSÃO NA FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

Monica Rodrigues de Oliveira

monicaroliveira@fac.pe.senac.br

Bernadete de Lourdes Martins de Sousa

bernadetelmsousa@fac.pe.senac.br

AÇÕES DE EXTENSÃO E O NDE

As ações de extensão acadêmicas são de suma importância e são caracterizadas por serem desenvolvidas de forma interdisciplinar envolvendo não apenas a comunidade acadêmica, pois além de professores, alunos e do público interno da instituição de ensino, abrangem também o público externo, visando o fortalecimento e propondo envolvimento entre a instituição de ensino e a comunidade.

Art. 3º A Extensão na Educação Superior Brasileira é a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa. (BRASIL – MEC, RESOLUÇÃO Nº 7, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2018)

Dessa forma, as atividades extensionistas são uma troca entre academia e sociedade, proporcionando aos alunos vivências e reflexões em vários contextos sociais, econômicos e culturais, fundamentais a sua formação.

A extensão universitária, juntamente com o ensino e a pesquisa, possibilita a troca de saberes que podem resultar na produção de um conhecimento de novo tipo, resultante do confronto teoria e realidade, conhecimento científico e saber popular, que é concretizado na transformação cotidiana e permanente da sociedade. (SARAIVA, 2007, página 228)

A Faculdade Senac Pernambuco promove, através de suas ações extensionistas, o conhecimento sobre as problemáticas do mundo e da região onde está localizada, visando a reflexão e o desenvolvimentos de propostas e intervenções que resultem em melhorias, além da prestação de serviços especializados à comunidade, estabelecendo com esta uma relação de reciprocidade e aproximando os discentes de uma vivência real do mercado de trabalho e formando profissionais técnicos e com capacidade crítico-reflexiva.

O Núcleo Docente Estruturante do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia constitui-se de um grupo de docentes, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuante no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso. (PPC Gastronomia SENAC, 2022, página 118)

As atividades extensionistas, na Faculdade Senac Petrolina, especificamente do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia são, geralmente propostas, pelo Núcleo Docente Estruturante – NDE em conjunto com a coordenação e são pautadas na observância das necessidades de desenvolvimento de habilidades e competências dos alunos e nas demandas da comunidade e do mercado gastronômico.

A SEMANA DE GASTRONOMIA

A Semana de Gastronomia foi idealizada com intuito de integrar o corpo discente ao mercado da hospitalidade e de Alimentos e Bebidas do Vale do São Francisco, aproximando os profissionais da gastronomia e promovendo discussões e reflexões sobre os serviços gastronômicos, além de dar visibilidade ao Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia e a Faculdade Senac Petrolina.

O evento acontece desde 2020, no mês de outubro, quando se comemora o dia da alimentação, o dia internacional do chef de cozinha e o dia do enólogo. Em sua primeira e segunda edições ocorreu remotamente através do google meet, devido a pandemia COVID 19. Em 2022 foi realizada a terceira edição da Semana de Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina, mas dessa vez na modalidade presencial.

Em sua I edição (Figura 1), a Semana de Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina, com a participação de 70 pessoas, contou com Palestras e discussões em formato de mesa redonda, ministradas pelas professoras da Faculdade Senac Petrolina, sobre temáticas relevantes como: O mercado da alimentação e as tendências

tecnológicas com as professoras Bernadete Martins e Mariana Amorim, Os caminhos da Gastronomia no mercado de trabalho com as professoras Mônica Oliveira e Roneide Gonzaga e Descobrimdo a Enogastronomia com as professoras Daynara Gonçalves e Monica Oliveira, que renderam debates enriquecedores entre os participantes.



Figura 1. Informativo divulgação da I Semana de Gastronomia

Na II edição do evento, ainda em formato remoto (Figura 2), com a participação de aproximadamente 70 pessoas, foram realizadas Palestras e discussões em formato de mesa redonda com profissionais convidados sobre as seguintes temáticas: O Terroir da Gastronomia Sertaneja com o chef Leandro Nascimento (Figura 3) e Cultura Enogastrônômica na terra do sol e do rio com o chef, consultor, pesquisador e professor Robson Lustosa (Figura 4).

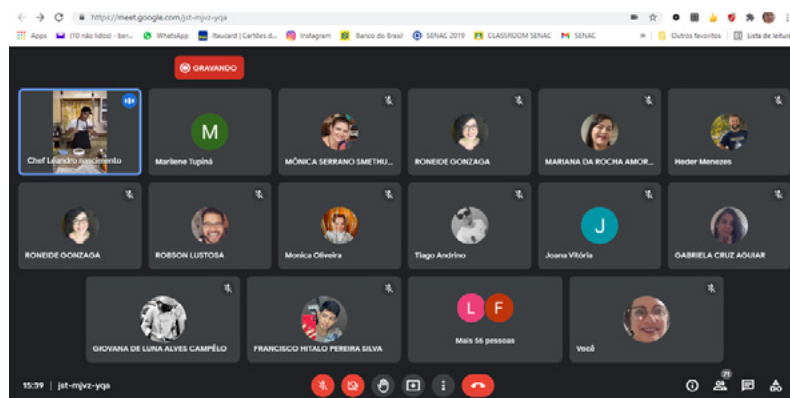


Figura 2. II Semana de Gastronomia online



Figura 3. Informativo divulgação Palestra



Figura 4. Informativo divulgação Palestra

A III edição (Figuras 5, 6 e 7) do evento, presencialmente, com a participação de aproximadamente 50 participantes, oportunizou discussões sobre os serviços gastronômicos, ampliando a percepção da atuação do profissional de gastronomia no mercado de trabalho, abordando as necessidades e as experiências de inovação do atendimento sob a visão dos profissionais convidados chefs, empresários, empreendedores e consultores na área gastronômica, dentre eles: Geórgia Romero (Proprietária do Cafeto), Melissa Matos (proprietária do Delícias da Mell), Monalisa Otoni (proprietária do Restaurante Calidi) que participaram da Mesa Redonda: Experiência de inovação do atendimento em suas realidades. Seguida pela Palestra Rede Digital: diferencial do seu negócio com o Marcio Fabiano (Redator na Ori Brazil) e do Bate-papo: Gastronomia e Inovação: a visão de chefs do Vale do São Francisco com Chef Guimarães (Guimarães Molhos e Geleias), Junior Bragança (Proprietário da Bragança Chocolate) e Chef Lehi Alves (Chef e Consultor da Gastro Design).



Figura 5. Informativo divulgação III Semana da gastronomia



Figura 6. Palestra na III Semana de Gastronomia



Figura 7. Mesa Redonda na II Semana da Gastronomia

A III Semana de Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina proporcionou também à população da região a possibilidade de conhecer a instituição, as características e o perfil do curso, as habilidades trabalhadas e desenvolvidas no profissional de Gastronomia no decorrer de sua formação acadêmica, assim como as possibilidades de atuação desse profissional no mercado de trabalho.

Ainda na III Semana de Gastronomia da Faculdade Senac Petrolina os participantes puderam ampliar os conhecimentos e degustar os produtos da Vinícola Tropical, através de parceria firmada com a empresa para participação no evento.

Ocorreu também o oferecimento de um Coffee Break, produzido pelos alunos dos cursos de Confeitaria e de Cozinheiro do Senac Escola, integrando os demais docentes e discentes da instituição na ação de extensão (Figura 8).



Figura 8. Coffee break da III Semana da Gastronomia

O IMPACTO DAS AÇÕES DE EXTENSÃO E A FORMAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

As atividades extensionistas como a Semana da Gastronomia da Faculdade Senac proporcionam a oportunidade de conhecer a atuação profissional sob diferentes olhares e é possível perceber um processo de evolução após a participação e envolvimento dos alunos na realização dessas atividades, não apenas como discentes, mas também como cidadãos que passam a enxergar a realidade da comunidade e o impacto das ações de extensão como de extrema importância para a transformação da sociedade.

Potencialmente, a extensão constitui um espaço de vivências, de construção da autonomia, de autodesenvolvimento, de autoaprendizagem e de processos individuais mediados pelas inter-relações com o outro e com o contexto. É um espaço-tempo privilegiado para construir teias entre realidade, vida, conhecimento e saber acadêmico, cujo processo-produto é a formação do estudante universitário. Segundo essa perspectiva, as experiências propiciadas nos diferentes lócus de ação da extensão universitária irão contribuir decisivamente para a formação dos estudantes, em diferentes aspectos: pessoal, social, comunitário e profissional (SÍVERES, 2013, p. 216).

A academia prepara o aluno para exercer para ser um profissional, prestador de serviço à sociedade, e para tal, precisa estar preparado para exercer sua função técnica e social. Sendo assim é imprescindível uma formação humanista em que o aprendizado contribua não apenas para o desenvolvimento teórico, mas também para a construção de autonomia, favorecendo a formação de cidadãos e profissionais conscientes.

As ações de extensão se destacam como uma das ferramentas indispensáveis no desenvolvimento humano e social do aluno, possibilitando uma vivências para além da sala de aula, impactando significativamente na formação acadêmica dos alunos, tornando-os mais críticos acerca da sua realidade e conseqüentemente mais atuantes e participativos, compreendendo sua função profissional e social atuando sobretudo como cidadãos, aplicando na prática os conhecimentos, competências e habilidades adquiridos em sua vida acadêmica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL Constituição (2018). **RESOLUÇÃO Nº 7, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2018.**

Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf

SENAC. DR.PE. **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia 2021/** Senac, Departamento Regional de Pernambuco, 2021.

SÍVERES. **A Extensão universitária como um princípio de aprendizagem.** Brasília: Liber Livro, 2013.

SARAIVA, J. L. **Papel da extensão universitária na formação de estudantes e professores.** Brasília Med., 2007.



PROJETO ARENA GO – UMA INTEGRAÇÃO ENTRE OS MEIOS SOCIAL E DIGITAL NO FOMENTO DE OPORTUNIDADE NA ERA “FIGITAL”

Márcia Cristina Barboza de Miranda

marciamiranda@pe.senac.br

Silvio Ferreira Passos Gonçalves

silviofp@hotmail.com

O mundo atual tem passado por diversas mudanças, dado o avanço das tecnologias provocado pela emergente necessidade de adaptação e solução para os mais diversos problemas que existem nas sociedades, de forma a agregar valor à vida das pessoas, dando sentido ao seu aprendizado, a fim de que este venha a corroborar para um mundo justo, sustentável e equilibrado para todos os povos.

Nessa premissa que envolve o “cuidar das pessoas”, as instituições tanto públicas como privadas têm se unido cada vez para realizar programas voltados para àqueles que vivem à margem da sociedade, viabilizando formas de acesso às tecnologias digitais, fomentando e oportunizando os menos favorecidos numa inclusão que engloba os meios social e digital. Essa junção, tem sido muito discutida, pois evidencia o conceito do termo “figital”, disseminado nos últimos anos como um a junção de ações mediadas por tecnologias que englobam o mundo físico com o digital. Segundo Frederico (2022).

Existe uma tendência na elaboração das estratégias corporativas que empresas de todos os portes precisam estar ligadas. É o Figital: que é a convergência do planejamento de ações nas vertentes física, digital e social das organizações. Esse conceito, que ainda é relativamente desconhecido e em inglês é conhecido como Phygital, se torna cada vez mais essencial na transformação digital das empresas. (Frederico, 2022)

Assim, esse relato de experiência, vislumbra adentrar no universo do Programa de cuidado com as pessoas, intitulado de “Arena Go”, uma proposta de política pública mediada pela Prefeitura do Recife em parceira com várias instituições privadas, que iniciou-se no final de 2021, e dado o sucesso aconteceu ao longo de 2022, sempre uma vez ao mês, com ações desenvolvidas no sentido de integrar o meio so-

cial com o digital, o já citado universo figital, facilitando ao seu público alvo, o acesso ao mercado de trabalho de uma forma completamente conectada e inovadora, como uma jornada de atendimento para que os moradores da cidade do Recife/PE sejam empoderados e possam viabilizar sua sustentabilidade.

O Programa Geração de Oportunidade Recife (GO Recife), na verdade, é uma releitura das tradicionais agências de emprego a partir da ótica da transformação digital. A iniciativa conta com estrutura de ponta, que visa reforçar o time de ações, projetos e iniciativas na cidade do Recife, podendo ser acessado por meio do site do Conecta Recife <https://conectarecife.recife.pe.gov.br/> ou no aplicativo do Conecta Recife, disponível nos sistemas Android e iOS.

Assim, cada Arena GO é dividida em estações de forma a atender a população de forma sistematizada e organizada conforme fluxograma abaixo:



Fonte: Própria (autores), 2022.

Neste cenário, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac/PE, instituição com mais de 70 anos de história em Educação Profissional, que tem por missão “educar para o trabalho em atividades de comércio de bens, serviços e turismo” e visa o atendimento às demandas dos cidadãos, do mercado de trabalho e da sociedade, conciliando as demandas identificadas com sua missão e as suas reais condições de viabilização, enquanto parceiro da Prefeitura Municipal do Recife/PE, vem agregando sua expertise por meio do Arena GO na estação “Se Liga na Formação” desde o ano de 2021, o qual visiona a inserção de valores que toda sociedade

preza para atingir seus objetivos e transformar a vida das pessoas, em suas realizações e mudança de vida.

Sabemos que as políticas sociais buscam melhorar o nível geral das condições de vida da população, como fim último, equalizando as interações entre mercado e sociedade, para que haja desenvolvimento econômico e equidade social, via ação estatal prioritariamente, para reduzir vulnerabilidades e riscos sociais e redução da pobreza.

Qualquer análise que se faça da sociedade atual mostra que ao lado de uma economia moderna, existem milhões de pessoas excluídas de seus benefícios, assim como dos serviços proporcionados pelo governo a seus cidadãos. Isto pode ser uma consequência de processos de exclusão ou de processos de inclusão limitada, pelos quais o acesso a emprego, renda e benefícios do desenvolvimento econômico fica restrito a determinados segmentos da sociedade.

Ao longo desse tempo, o Senac Pernambuco – instituição de educação profissional que forma cidadãos com o desenvolvimento de competências, por meio de um conceito próprio e vivo da nomenclatura “competência” (Senac, 2015), participante ativo dessa política pública participa do programa que visa através das suas diversas secretarias e unidades como: SQT, SMAS, SDEIC, educação, saúde, assistência social, fomentar ações que possam melhorar a vida dos Recifenses, aumentando a capacidade de geração de renda do recifense através do trabalho, empreendedorismo e qualificação profissional. Dentre as ações do Go Recife, como a Go Recife nos mercados, Frente de Trabalho educação, Governo em Plataforma, Feira do Empreendedor, destacamos o trabalho dos parceiros além do Senac, como Sesc, Credipop, entre outros, que realizam oficinas, palestras e oferta de serviços que simplificam o acesso aos serviços da Secretaria de Trabalho, e realiza ações de proximidade de qualificação, empreendedorismo e trabalho que incentivam a geração de renda.



Fonte: Arena Go

Com a nossa participação nesse projeto, enquanto analistas de educação que acompanhamos o programa de perto, percebemos a riqueza o mesmo traz para as pessoas e o impacto social, ocasionado pela junção do mundo físico e digital, uma vez que leva para as comunidades carentes uma proposta inovadora, amparada por recursos tecnológicos digitais, tornando acessível a todos a proposta do seu objetivo principal que é diminuir a vulnerabilidade social na cidade e aumentar a capacidade de geração de renda do recifense. O projeto possui três pilares fundamentais: ações educativas e de capacitação, assessoria, escutas e acompanhamentos e suporte em infraestrutura e recursos (Senac, 2018).

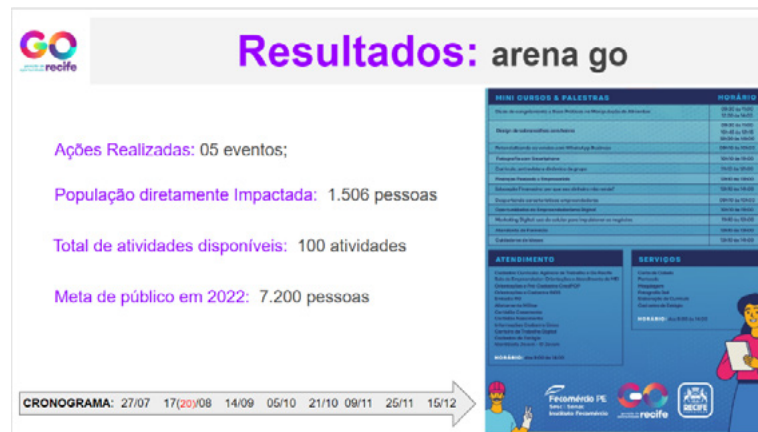
Identificamos ainda, que o público-alvo do projeto são: trabalhadores recifenses em situação de desemprego e vulnerabilidade socioeconômica, Empresas ofertantes de vagas e pequenos empreendedores e autônomos. Vem acontecendo em polos estratégicos, de forma a atingir toda a população carente das periferias da cidade do Recife, tais como o Compaz Dom Helder Câmara, Compaz Eduardo Campos, Compaz Miguel Arraes, Centro de Saúde Bidu Krause, Instituto Shopping Recife, Centro de apoio as pessoas LGBTQIA+, e Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE.

Concluimos ressaltando da importância do desenvolvimento de políticas públicas que quebram paradigmas, saem do discurso meramente e faz as coisas acontecerem, que não se limitam apenas a ações básicas como fotografia 3x4 para currículo e corte de cabelo e maquiagem, mas com um olhar especial para o cuidado com a pessoa no momento em que adentram a Arena, valorizam a autoestima dos participantes, elevam seu ego e faz com que essas pessoas se sintam cidadãos que compõem a sociedade, que tem voz e oportunidades.

Diante dessa parceria por meio do Projeto Arena GO, o SENAC enquanto instituição de ensino, apresenta uma proposta de participar do circuito de atividades que é montado para estimular e aproveitar todas as potencialidades das pessoas, ofertando oficinas nos segmentos de Gestão e Negócios, Beleza, Gastronomia, e Artes e Serviços de corte de cabelo, penteados básicos e maquiagem para foto, além da foto 3x4, e vem corroborar com o compromisso da instituição na contribuição para a inclusão de pessoas com deficiência intelectual e em situação de vulnerabilidade social, ampliação da capacidade de gerir a própria vida e de se relacionar, geração de renda e inserção no mundo do trabalho

Nossa visão enquanto representantes do Senac Pernambuco no acompanhamento desse programa, foi a oportunidade de evidenciamos a importância da nossa responsabilidade social enquanto empresa para o desenvolvimento da sociedade, o

despertar do desejo de contribuir para uma sociedade mais justa e a possibilidade de superação de problemas sociais, isso nos leva a melhorar enquanto seres humanos e empresa séria.



Também, ressaltamos ser um projeto de bom alcance junto a população, mas que precisa melhorar em aspectos como a escolha de alguns espaços para realização do evento. Acreditamos que uma opção é concentrar no centro de Recife, em local de grande circulação, as ações de capacitação, intermediação de emprego e suporte ao empreendedorismo. Nossa visão de Senac é essa, uma empresa que investe fortemente em inclusão social por meio de ações sociais e capacitação para o mercado de trabalho e no desenvolvimento de competências, agregando conhecimento, atitudes e valores e habilidades (Senac, 2015).

REGISTRO FOTOGRÁFICO:



Fonte: Própria (autores), 2022.



Fonte: Própria (autores), 2022.



Fonte: Própria (autores), 2022.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREDERICO, Luiz Fernando. **Cultura de Inovação, Transformação Digital.**

O universo Figital precisa fazer parte do seu planejamento estratégico para a transformação digital. Disponível em: <https://hazeshift.com.br/figital/#:~:text=%C3%89%20o%20Figital%3A%20que%20%C3%A9,na%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20digital%20das%20empresas>. Acesso em 02.12.2022.

SENAC. DN. **Competência.** Rio de Janeiro, 2015.

SENAC. DN. **Concepções e princípios.** Rio de Janeiro, 2015.

SENAC. DN. **Diretrizes do modelo pedagógico Senac 2018 /** Senac, Departamento Nacional. – Rio de Janeiro: Senac, Departamento Nacional, 2018.



MOSTRA DE CULTURA MEDIOTECH-SENAC

Pedro Henrique de Oliveira Germano de Lima

pedrohoglima@cetii.pe.senac.br

Flávio Nunes de Araújo Maia

flaviomaia@pe.senac.br

Leda Laura Campos Silva

ledacampos@pe.senac.br

A sociologia desponta como ciência no final do século XIX na Europa, notadamente na França e na Alemanha, depois seguiu crescendo e se diferenciando nos demais países da Europa e nos Estados Unidos da América, chegando aos países latino-americanos ainda na primeira metade do século XX.

No contexto de sua emergência a sociologia pretendia compreender a sociedade como um fenômeno de maneira distinta dos saberes já consolidados, a saber, a filosofia, a psicologia e as ciências naturais (estabelecendo diálogos com os saberes e epistemes já consolidadas).

Mesmo dialogando com estes saberes a sociologia propôs de maneira distinta e profícua uma miríade de explicações sobre a sociedade (estrutura e funcionamento, instituições sociais, processos de subjetivação do social e do indivíduo, sistemas sociais distintos, tais como a família, o direito, o lazer, dentre outros) e dos fenômenos sociais (sejam eles de ordem associativa ou dissociativa) nela presente. Vale destacar neste período nomes salutares como os de August Comte, Emile Durkheim (franceses), Karl Marx e Max Weber (alemães).

A sociologia chega ao Brasil nos primeiros decênios do século XX. Tal como na Europa, a disciplina cresce se diferenciando de outras já consolidadas, tais como os saberes da medicina e da jurisprudência. O estado e Pernambuco foi pioneiro na constituição da sociologia no Brasil pelas mãos do antropólogo e sociólogo Gilberto Freyre, que, no ano de 1934 publicou o livro *Casa Grande e Senzala*, o qual versava sobre a formação cultural do povo brasileiro por um viés culturalista, ressaltando a particularidade das matrizes étnicas que formaram o Brasil (indígenas, negros e lusos), advertindo que o sentido do Brasil encontra-se no próprio Brasil, um país mestiço e multicultural que aglutina em sua composição itens culturais bricolados

dos povos que aqui viveram se misturando ao longo dos séculos.

A disciplina de sociologia vem sendo pensada como componente curricular no ensino médio no Brasil pelo menos desde o século XIX. Ainda no período da imperial de nossa história política, a sociologia – inscrita sob a rubrica de “Elementos de Sociologia” foi requisitada como componente curricular do ensino básico em 1882 por indicação do ministro Rui Barbosa. Já no período republicano, a sociologia fora recomendada como componente curricular pelo projeto Benjamin Constant no ano de 1991. Durante os governos militares (1964-1985) a disciplina fora suprimida, retornando de modo obrigatório a grade de ensino pela força da Lei n. 11.684/2008 apenas no ano de 2008 (sendo implementada em lateralidades distintas nas primeiras décadas do século XIX).

Diante do escopo descrito, o Estado de Pernambuco corroborou e idealizou o currículo da disciplina por meio de competências, habilidades e objetos do conhecimento, distribuídos em diferentes abordagens sendo elas associadas às disciplinas de Geografia, Filosofia e História, inscritas sob a rubrica de Ciências Humanas. Estas disciplinas assim como outras compõem a grade curricular das escolas de ensino básico do Brasil e de Pernambuco. Os objetos do conhecimento assim como as habilidades estão dispostas em solidariedade ao Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

Em 2021 o Senac ofertou o Mediotec, curso de ensino técnico integrado ao médio que proporciona as formações de ensino médio e técnica (logística e informática) aos seus alunos. Dentro do âmbito de formação do Mediotec, nas turmas dos primeiros anos do Ensino Médio, a sociologia contribui para a compreensão da estrutura e organização social, estimulando a formação crítica e reflexiva de fenômenos sociais, tais como as manifestações culturais (em variadas expressões, tais como dança, música, manifestações folclóricas e afins, isso sem esquecer de investigar o imaginário social por meio de lendas, mitos e manifestações religiosas) no Brasil e sobretudo dentro do estado de Pernambuco (assim estando alinhadas a proposta pedagógica e curricular do referido estado da federação).

No que diz respeito à seara temática da “Cultura”, a disciplina de sociologia, por aglutinar saberes da Antropologia e da Ciência Política, proporciona aos alunos a compreensão do conceito de cultura (como ele foi tratado ao longo de inúmeras gerações de antropólogos, comumente dispostos em “escolas de pensamento”, tais como o culturalismo norte americano, funcionalismo britânico, estruturalismo funcionalismo inglês, estruturalismo francês, o marxismo cultural da Escola de Frankfurt, e mais recentemente a corrente crítica do pós-estruturalismo e do multiculturalismo).

Devido a importância do estudo da cultura enquanto conceito, os conteúdos

do ensino médio ilustram e apresentam aos estudantes aspectos pragmáticos da cultura brasileira, no caso de Pernambuco, as manifestações culturais podem ser identificadas no Carnaval, Maracatu, Frevo, Forró, Ciranda, Coco de roda, Arte Ceramista, Movimento Manguebeat, Bacamarteiros, Bandas de Pífano, Cavalhadas, Blocos de rua, Bumba meu boi, Caboclinhos, Mamulengos, Chorinho, Samba, Quadrilhas Juninas, Vaquejadas, Xaxado, Festa de Nossa Sra. do Carmo, dentre vários outros aspectos e manifestações, tais como os mitos e lendas (elementos subjetivos que constituem o imaginário social de um indivíduo bem como de uma coletividade).

Diante do exposto, o presente relato aborda aspectos da cultura Pernambucana elencados acima, apresentando aos alunos do Mediotec/Senac-PE, onde foi manifestado e solicitado uma pesquisa de natureza diversa, (podendo usar como aporte livros, artigos, teses, dissertações, blogs, sítio eletrônico da FUNDARP associações diversas que trabalham na salvaguarda do patrimônio cultural de Pernambuco e do Brasil, entrevistas de metodologias distintas com músicos, musicólogos, artistas, pontos de cultura, pesquisadores e demais personagens ou recursos que lhes possam informar dados a respeito da manifestação cultural escolhida pelos estudantes) e apresentem um produto final no evento de culminância do projeto em tela.

Este estudo pode ser um texto, poema, exposição fotográfica, conversa com algum membro de algum grupo cultural, minidocumentário, conversa com o autor, maquete, diário, apresentação visual seguida de diálogo a respeito de um bem cultural (material ou imaterial) podendo ser alimentação, vestuário, registro de pedra e cal e demais formas que possam ilustrar a diversidade cultural do estado de Pernambuco e do Brasil.

Assim sendo, o Mediotec/Senac por meio da direção, coordenação, e o professor Pedro Germano ambos lotados na Unidade de Ensino Cetii- Recife, para apresentação dos produtos individuais dos alunos da instituição como parte do processo de formação parcial na disciplina de Sociologia bem como na formação global do curso.

A proposta se justifica por estar associada às habilidades e objetivos do conhecimento listadas conforme quadro 01 de acordo com a determinação do currículo de Pernambuco.

CÓDIGO	DESCRIÇÃO
EM13CHS104	ANALISAR OBJETOS E VESTÍGIOS DA CULTURA MATERIAL E IMATERIAL DE MODO A IDENTIFICAR CONHECIMENTOS, VALORES, CRENÇAS E PRÁTICAS QUE CARACTERIZAM A IDENTIDADE E A DIVERSIDADE CULTURAL DE DIFERENTES SOCIEDADES INSERIDAS NO TEMPO E NO ESPAÇO.
EM13CHS104SOC04PE	DISTINGUIR E VALORIZAR OBJETOS E ELEMENTOS DA CULTURA MATERIAL E IMATERIAL DE DIFERENTES POVOS E GRUPOS ÉTNICO-RACIAIS, PESQUISANDO, RECONHECENDO E RESPEITANDO AS DIVERSIDADES SOCIOCULTURAIS E IDENTITÁRIAS E SUA MULTIPLICIDADE DE CONHECIMENTOS, CRENÇAS, VALORES E PRÁTICAS CULTURAIS NA SOCIEDADE.
EM13CHS303	DEBATER E AVALIAR O PAPEL DA INDÚSTRIA CULTURAL E DAS CULTURAS DE MASSA NO ESTÍMULO AO CONSUMISMO, SEUS IMPACTOS ECONÔMICOS E SOCIOAMBIENTAIS, COM VISTAS À PERCEPÇÃO CRÍTICA DAS NECESSIDADES CRIADAS PELO CONSUMO E À ADOÇÃO DE HÁBITOS SUSTENTÁVEIS.
EM13CHS303SOC08PE	IDENTIFICAR O PAPEL DA CULTURA DE MASSA NA REPRODUÇÃO OU REINTERPRETAÇÃO DE IDEOLOGIAS, INVESTIGANDO AS MUDANÇAS SOCIAIS, CULTURAIS E POLÍTICAS, RESULTANTES DAS TRANSFORMAÇÕES TÉCNICAS, TECNOLÓGICAS E INFORMACIONAIS DESDE A CRIAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS ATÉ O ADVENTO DA INTERNET E DAS PLATAFORMAS DIGITAIS.

Fonte: autor (2022).

QUADRO 01: habilidades e objetivos

Diante do contexto apresentado, o objetivo geral consiste em fomentar aos estudantes a compreensão do conceito antropológico de cultura em termos pragmáticos por meio da análise de manifestações culturais e folclóricas presentes no estado de Pernambuco. Dessa forma, tem-se os seguintes objetivos específicos para o proposto:

- I. Estabelecer pontes reflexivas entre o arcabouço conceitual da sociologia e antropologia e as práticas culturais manifestas em Pernambuco
- II. Estimular o gosto pela pesquisa social como técnica analítica em alunos do ensino básico do MEDIOTECH-SENAC/PE
- III. Promover debates transversais entre os fazedores da cultura popular e os apreciadores das referidas manifestações
- IV. Proporcionar aos alunos e a instituição o conhecimento prático daquilo que se estuda em termos analíticos
- V. Fomentar o conhecimento das manifestações culturais em Pernambuco e assim abrir caminho para compreender o que é e como se faz “cultura”

VI. Proporcionar meios para identificação da identidade cultural dos estudantes por meio do conhecimento das manifestações culturais presentes em Pernambuco

VII. Promover a consciência crítica e analítica a respeito da diversidade cultural.

METODOLOGIA

Para alcançar a proposta apresentada, foi indicado aos alunos uma abordagem qualitativa por meio de inúmeras técnicas de pesquisa, tais como as entrevistas (semiestruturadas, abertas, em profundidade), questionários, observação direta de comportamentos, apreciação de documentários, filmes e músicas, tudo isso amparado e orientado pelos debates teóricos (indicados no livro didático e por textos disponibilizados pelo professor).

DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Conforme abordagem descrita, os estudantes conseguiram identificar, analisar e comparar diferentes fontes e narrativas expressas em diversas linguagens, com vistas à compreensão de ideias filosóficas e de processos e eventos históricos, geográficos, políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais. Bem como identificou, analisou e discutiu as circunstâncias históricas, geográficas, políticas, econômicas, sociais, ambientais e culturais de matrizes conceituais (etnocentrismo, racismo, evolução, modernidade, cooperativismo/desenvolvimento etc.), avaliando criticamente seu significado histórico e comparando-as a narrativas que contemplem outros agentes e discursos.

Ainda nesse contexto elaboraram hipóteses, selecionaram evidências e compuseram argumentos relativos a processos políticos, econômicos, sociais, ambientais, culturais e epistemológicos, com base na sistematização de dados e informações de diversas naturezas (expressões artísticas, textos filosóficos e sociológicos, documentos históricos e geográficos, gráficos, mapas, tabelas, tradições orais, entre outros).

Analisaram objetos e vestígios da cultura material e imaterial de modo a identificar conhecimentos, valores, crenças e práticas que caracterizam a identidade e a diversidade cultural de diferentes sociedades inseridas no tempo e no espaço.

Analisaram e caracterizaram as dinâmicas das populações, das mercadorias e

do capital nos diversos continentes, com destaque para a mobilidade e a fixação de pessoas, grupos humanos e povos, em função de eventos naturais, políticos, econômicos, sociais, religiosos e culturais, de modo a compreender e posicionar-se criticamente em relação a esses processos e às possíveis relações entre eles. Bem como houve uma análise da produção de diferentes territorialidades pernambucanas em suas dimensões culturais, econômicas, ambientais, políticas e sociais.

Avaliaram criticamente os impactos econômicos e socioambientais de cadeias produtivas ligadas à exploração de recursos naturais e às atividades agropecuárias em diferentes ambientes e escalas de análise, considerando o modo de vida das populações locais – entre elas as indígenas, quilombolas e demais comunidades tradicionais – suas práticas agroextrativistas e o compromisso com a sustentabilidade.

Debateu-se e avaliaram o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas à percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo e à adoção de hábitos sustentáveis.

Contribuiu para despertar a participação ativa dos jovens e de modo profundo foi percebido o protagonismo estudantil, em cada etapa realizada, a partir das práticas coletivas de participação e as estratégias utilizadas por cada equipe, e como elas constituíram recursos para representação dos movimentos culturais explorados.

RESULTADOS PRÁTICOS

Segue imagens referente ao relato descrito em que revela o fortalecimento do conhecimento sobre: Concepções de cultura, cultura material e imaterial, cultura erudita e cultura popular. Figura 01.



Fonte: Autor (2022). 1

Figura 1: FREVO

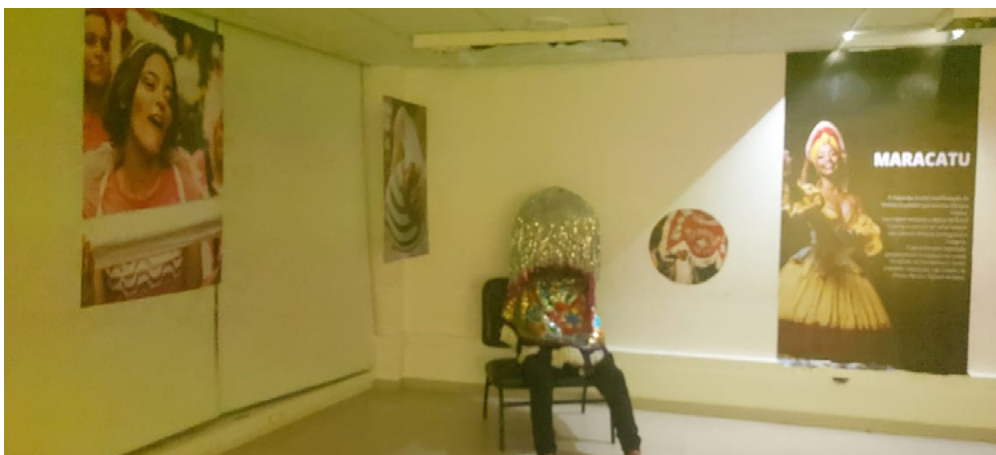
Conforme a figura 02, traz a Identidade cultural e interculturalidade, relações étnico-raciais, movimentos de contracultura.



Fonte: Autor (2022). 2

Figura 2: Maracatu

No que se refere a educação, Cultura e humanização, sistemas simbólicos e valores culturais e ideológicos, a figura 03 representa por meio imagem a percepção sobre o Maracatu de baque solto.



Fonte: Autor (2022). 3

Figura 3: Maracatu de baque solto

Já os conceitos de cultura de massa, consumo e consumismo, relações entre consumo e cidadania, a figura 04 revela a análise sobre a cultura reciclagem no contexto contemporâneo.



Fonte: Autor (2022), 4

Figura 4: vestimenta reciclada para o Maracatu

A reprodução cultural, comunicação, informação e ideologia, bem como as repercussões da ciência, tecnologia e inovação no mundo contemporâneo, está representada na figura 05 na pesquisa apresentada pelos estudantes. A discussão de



Fonte: Autor (2022), 5

Figura 5: Lenda urbana

forma salutar e fluida referente a indústria cultural no Brasil; meios de comunicação de massa, culturas locais e regionais, está na figura 06.



Fonte: Autor (2022), 6

Figura 6: Análise indústria da cultura

CONCLUSÃO

Dessa forma, tem no contexto desse relato, que a cultura é o complexo no qual estão incluídos conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e quaisquer outras aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade. Ao longo da história são muitas as tentativas de se definir a cultura popular tradicional. Porém, por envolverem saberes e fazeres tão variados, quase sempre, trata-se de tarefa complexa devido aos resultados de tamanha diversidade.

Segundo Lévi-Strauss, a diversidade cultural, o encontro com culturas diferentes e as trocas decorrentes seriam propulsoras do progresso.

Em razão disso, o etnocentrismo deve ser evitado, pois ele provoca um afastamento das culturas diversas.

Dessa forma, conclui-se que todas as culturas usam seus próprios parâmetros ao olhar para outras, mas o Ocidente explica essas diferenças como produto de uma diferença de estágio da evolução da sociedade. Isso seria um erro, de acordo com o autor. O desenvolvimento técnico do Ocidente seria tão somente uma característica histórica e não evidência de superioridade. Ele diz ainda que essas características da sociedade ocidental não se devem somente à história de Pernambuco também traz o resultado das diversas interações culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CERTEAU, Michel. **A Cultura no Plural**. 5°. ed. São Paulo: Papirus. 2008.

DAMATTA, Roberto. **Você tem cultura?** In: “Explorações. Ensaio de sociologia interpretativa”. Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p. 121-128.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1989.

HALL, Stuart. **A questão da identidade cultural**. “Textos Didáticos”, n. 18. Campinas, IFCH, Unicamp, 1998.

KUPER, Adam. **Cultura, a visão dos antropólogos**. Bauru: São Paulo: Edusc, 2002.

LARAIA, Roque B. **Cultura: um Conceito Antropológico**. 24°. ed. Rio de Janeiro: Zahar. 2009.

OLIVEIRA, Evandro de; ALVES, Adilson Francelino. **Uma Análise Literária sobre o Conceito de Cultura**.in: Revista Brasileira de Educação e Cultura – ISSN 2237-3098 Centro de Ensino Superior de São Gotardo. Trabalho 01 Páginas 01-18. Número XI Jan-jun 2015.

SANTOS, José L. **O que é Cultura**. 14°. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

THOMPSON, Edward P. **Costumes em Comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.



REDES CATALISADORAS DE MUDANÇAS: FORMANDO COMUNIDADES PARA A TRANSFORMAÇÃO DE GERAÇÕES

Cecília Barreto Monteiro dos Santos

ceciliasantos@pe.senac.br

Pedro Renato de Souza

pedrosouza@cetii.pe.senac.br

Construir comunidades em tempos de redes tem sido uma realidade, principalmente no âmbito das gerações Y e Z que se comunicam intensamente por meios digitais e estão sempre on-line. Utilizar essa capacidade de interação e comunicação para construção de redes engajadas em prol dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ODS/ONU), podem contribuir para o enfrentamento de desafios globais, por meio de atitudes locais.

Os 17 objetivos (ODS/ONU) são ambiciosos, estão interconectados e são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar da paz e da prosperidade. A implantação dos ODS, na prática, representa uma excelente oportunidade para o desenvolvimento sustentável nacional:

“O desafio maior que se apresenta no momento, portanto, é fazer com que os ODS e suas respectivas metas se internalizem e se interiorizem, de fato, em nosso país, permitindo que seu potencial de indutor do desenvolvimento sustentável realmente se concretize e traga os benefícios almejados para a nossa sociedade, no horizonte temporal de 2030” (ROMA, 2019).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) servem como modelo para alcançar um futuro melhor e mais sustentável para todos e são catalisadores de ações em prol de uma vida mais justa e de qualidade (Figura 1). Em todo mundo, diversos projetos têm sido desenvolvidos por meio desse modelo através do protagonismo juvenil e estudantil, a exemplo do crescente número de jovens coadjuvantes em comunidades, líderes criativos e pensantes que participam da resolução de problemas na sua esfera local, em consonância com o contexto global.



Figura 1: Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - Nações Unidas/ONU.

Tendo em vista a proximidade dos adolescentes e jovens com a tecnologia, o uso de aplicativos e ferramentas para interação e organização de grupos para mobilização são meios facilitadores para articulação de ideias e ações para resolução de problemas. Neste sentido, conhecer a realidade em que está inserido, tanto na escola quanto na comunidade, é o primeiro passo para abandonar o papel de mero expectador e seguir para uma participação construtiva que permite o desenvolvimento da autonomia, da atuação em sociedade e da construção do seu Projeto de Vida.

Diante deste contexto e considerando que os adolescentes e jovens são exemplos de mudança em todo mundo que o presente relato de experiência visa descrever como se deu a implantação do programa Redes Catalisadoras de Mudanças nos cursos de Educação Profissional integrados ao Ensino Médio de Recife e Paulista.

O programa Redes Catalisadoras de Mudanças surgiu em julho de 2022 para auxiliar os professores do MEDIOTEC do Senac/PE (Recife e Paulista) na realização de projetos e macro ações que possibilitem aos jovens o desenvolvimento de habilidades para que possam exercer o protagonismo juvenil nos espaços e tempos da escola e de sua comunidade, contribuindo na construção da autonomia, da competência e nas intervenções solidárias necessárias para a educação do século XXI.

Antes do início das atividades com os alunos, houve um trabalho de sensibilização junto aos docentes em reunião realizada no dia 09/07/2022:

- Ao chegarem na sala, os docentes se depararam com a sala desarrumada e com resíduos pelo chão. Os docentes foram provocados a refletir sobre a sua atitude diante da situação encontrada: se houve alguma proatividade no sentido de descartar os resíduos na lixeira ou se havia necessidade de um comando para que a atitude de limpeza da sala fosse realizada (Figura 2).



Figura 2: Reunião de sensibilização e apresentação do Programa Redes Catalisadoras de Mudanças com os docentes do MEDIOTEC Recife e Paulista.

- Em seguida, um vídeo sobre o Projeto “Let´s Do It” exibiu um case de sucesso realizado na Estônia, em 2008, que engajou voluntários para a limpeza de 10 mil toneladas de resíduos sólidos que estavam poluindo uma área pública do país.
- Após a sensibilização e engajamento dos docentes, foram apresentados os ODS/ONU e o Programa Redes Catalisadoras de Mudanças.
- Os docentes foram organizados em grupos para iniciar o planejamento das ações a serem desenvolvidas com os alunos.

Dentre as atividades desenvolvidas com os alunos no âmbito do Programa, a ação interdisciplinar desenvolvida pelos docentes Luciano Andrade (história), Pedro Renato (geografia) e Carlos Eduardo (Técnico em Informática), foram além dos muros da instituição e promoveram a integração entre as áreas do conhecimento e da educação profissional.

As turmas do 2º ano A e B percorreram os espaços urbanos da Rua da Aurora observando as desigualdades sociais, as questões ambientais urbanas, o Rio

Capibaribe e suas pontes, o manguezal, a depredação dos patrimônios públicos, as estátuas do circuito das poesias com figuras ilustres e importantes da literatura brasileira (Figura 3).



Figura 3: Alunos do MEDIOTEC Recife em atividade de campo no centro do Recife.

Ao longo da atividade, os alunos fotografaram todos os aspectos que consideraram relevantes e foram levados a refletir e discutir sobre o que podemos fazer para mudar a realidade encontrada no sentido de preservar e conservar o nosso ecossistema, levando em consideração os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. O relato do docente Pedro Renato evidencia a importância do trabalho realizado:

Nas aulas de Geografia vivenciamos um espaço de pesquisa acerca dos ODS, na perspectiva de uma reflexão com questões ligadas à urbanização. Inserimos na aprendizagem os 30 anos do movimento cultural Manguêbeat, levando os alunos para realização de trabalho de campo na Rua da Aurora para visitar e fotografar os espaços urbanos de Recife, suas pontes e manguezais, observando a poluição dos manguezais, a falta de preservação dos patrimônios históricos e a dura realidade das desigualdades sociais que estão presentes na paisagem da nossa cidade (Pedro Renato, docente de Geografia).

Diante do exposto, pode-se observar que o Programa Rede Catalisadora de Mudanças promove o protagonismo estudantil e a integração entre as diversas es-

feras que compõem a Educação Profissional integrada ao Ensino Médio, considerando aspectos e discussões globais, sendo uma proposta inovadora e importante que deve ser continuada e ampliada no âmbito das turmas do MEDIOTEC do Senac Pernambuco.

Vale ressaltar que este programa reforça as Marcas Formativas propostas pelo Senac, tendo em vista que o profissional formado por esta instituição compreende e problematiza o contexto no qual se insere, investiga causas e relações, é capaz de refletir sobre suas escolhas e sobre os impactos de suas ações, além de propor transformações para a realidade em que vive. Ao mobilizar processos de análise, síntese, interpretação, avaliação e inferência, torna-se capaz de conceber novas possibilidades e identificar as melhores soluções, com vistas a contribuir para a melhoria dos processos produtivos e da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Let´s Do It World Foundation. **World Cleanup Day**: join de movement for clean planet. Disponível em: <https://letsdoitworld.org/> . Acesso em: 11/05/22.

Let´s Do It World Foundation. **Let's work together towards a clean and waste-free world**. Disponível em: <https://www.worldcleanupday.org/>. Acesso em: 11/05/22.

ONU - Organização das Nações Unidas. **Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 10/12/22.

ROMA, J. C. **Os objetivos de desenvolvimento do milênio e sua transição para os objetivos de desenvolvimento sustentável**. Rev. Cienc. Cult. vol.71 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2019. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252019000100011&script=sci_arttext. Acesso em: 11/12/22.



CULTURA ENOGASTRONÔMICA ITALIANA - UM OLHAR SOBRE A INTERDISCIPLINARIDADE NO ENSINO DA GASTRONOMIA

Robson Luis Trindade Lustosa

robsonllustosa@fac.pe.senac.br

INTRODUÇÃO

O conhecimento construído e produzido no campo da Gastronomia advém das contribuições de diversificadas e diferentes áreas científicas, caracterizando-a pela sua natureza multi e interdisciplinar. Para Cunha Ferro e Rejowski (2018), o fato de a alimentação humana permear em sua própria dinâmica diversas dimensões da vida biológica e social do ser humano, aporta em si influências de natureza religiosa, econômica, produtiva, jurídica, política, cultural, entre outras as quais mobilizam o desenvolvimento dos saberes neste macro eixo temático inter-relacionados com inúmeras áreas do conhecimento, das ciências humanas às da natureza.

Neste processo em promover o desenvolvimento do protagonismo discente, Miacci e Costa Pereira (2018) apontam para a importância da estruturação de um projeto político pedagógico institucional que objetive promover uma formação educacional empreendedora e investigativa que empregue práticas pedagógicas inovadoras de maneira que possibilitem a integração das diferentes áreas do conhecimento e que também disseminem valores para a formação holística desse estudante. É neste contexto que a interdisciplinaridade aporta nos processos de ensino e aprendizagem na Gastronomia, propiciando a formação de profissionais cada vez mais especializados, críticos e reflexivos.

A abordagem em torno da interdisciplinaridade no campo da educação deve propor, portanto, um modus operandi que atue impondo uma delimitação dos objetos de estudo e demarcando seus campos de investigação e reflexão sem, contudo, fragmentá-los; ou seja, permanecem integrados de forma una e diversa, sem limitação das partes e do todo, como bem preconizado por Gottfried Leibniz (1646-1716) e que permite compreender que “todo o corpo de ciências particulares é uno, contínuo, ininterrupto, ou seja, alcança melhor seu fluxo natural multiplicando as relações e conexões que se pode fazer entre os saberes” (LUCA, 2016, p. 18 apud

ALVARES; FREIRE, 2022, p.06).

A cultura alimentar e a enogastronomia italiana condicionam rituais de consumo os quais propiciam a busca hedônica por experiências prazerosas e agradáveis no âmbito da alimentação e no ato de comer per se. Para Melo e Araújo (2021), as motivações para o consumo da comida italiana podem englobar objetivos distintos e variados conforme os estímulos de quem a deseja, desde a tentativa de um resgate cultural, perpassando pela nostalgia e influências familiares até o alcance de simbolismos que permeiam esta clássica culinária. O hibridismo cultural, que se seguiu com o intercâmbio entre brasileiros e italianos, popularizou alguns pratos provenientes dessa culinária e disseminou a prática alimentar enogastronomica tipicamente europeia e mediterrânea em que vinho e comida são acompanhantes inseparáveis.

Nesta perspectiva em que vinho e comida propiciam a ampliação do prazer gustativo e se tem tornado cada vez mais um valor agregado nos serviços em alimentação no segmento gastronômico (RECH; FRIZZO, 2019), a harmonização enogastronômica foi definida como conteúdo a ser abordado em uma atividade interdisciplinar realizada no curso superior de tecnologia em Gastronomia na Faculdade Senac Pernambuco, em Recife (PE). Ademais, caracterizam dois eixos temáticos distintos e complementares que se alicerçam no contexto da cultura gastronômica italiana e que permitem sua abordagem direta de forma integrada, promovendo a interação das disciplinas do currículo acadêmico entre si e com a realidade.

O objetivo deste trabalho é, pois, relatar a experiência bem-sucedida desta atividade educativa realizada de forma interdisciplinar de modo a superar a tensionável fragmentação do ensino, propiciando a integração e engajamento dos professores de duas unidades temáticas (disciplinas) em um trabalho conjunto que permitisse o diálogo entre saberes unos e complementares e, conseqüentemente, a consolidação do conhecimento através da formação integral dos estudantes.

METODOLOGIA

Este trabalho se constitui como um relato descritivo das experiências vivenciadas nas práticas educativas realizadas no curso superior de tecnologia em Gastronomia na Faculdade Senac Pernambuco em Recife (PE). Os sujeitos da atividade descrita neste relato de experiência foram os docentes das unidades temáticas (disciplinas) de Cozinha Franco-Italiana e de Enogastronomia, componentes curriculares do 4º módulo de formação do curso superior de tecnologia em Gastronomia,

assim como os estudantes de turma do turno manhã (n=6) regulares das disciplinas citadas. A turma era formada por 8 estudantes, estando, portanto, dois ausentes da atividade.

Os professores desenvolveram estas atividades com os objetivos pedagógicos e educacionais delineados para o segundo semestre letivo de 2021. Na formalização dos contratos didáticos fora apresentada a proposta de atividade interdisciplinar para planejamento das atividades práticas que se seguiriam em cozinha didática, laboratório pedagógico do curso de Gastronomia, envolvendo a produção de pratos típicos da cucina italiana e a combinação dessas preparações culinárias com diferentes estilos de vinho conforme o menu elaborado pelos estudantes sob mediação e supervisão da docente de Cozinha Franco-Italiana.

A produção dos alimentos componente do menu, conforme ementa tradicional italiana (categorizada tipicamente em antipasto, primo piatto, secondo piatto con contorni e dolce), foi realizada na cozinha didática da instituição de ensino superior. A organização espacial para a realização da harmonização dos vinhos com a comida seguiu os procedimentos abordados nas degustações técnicas e análises sensoriais enológicas realizadas ao longo do semestre letivo nas aulas práticas de Enogastronomia e sob condução do docente.

Para o acompanhamento da aprendizagem, foi definido um tipo de portfólio digital e online via Google Forms (denominado “ficha autoavaliativa de atividades práticas”), onde os estudantes relataram a atividade desenvolvida e expressavam os conhecimentos apreendidos, considerando seu domínio técnico-científico e sua visão crítica. Ao final, os estudantes expuseram as suas percepções acerca da atividade realizada, as facilidades e dificuldades dentro do processo de ensino e o que propiciou a consolidação da aprendizagem. Um formulário elaborado na mesma ferramenta digital do portfólio foi aplicada em forma de survey a fim de se registrar e analisar a percepção dos estudantes via escala Likert gradual de 5 pontos quanto à atividade interdisciplinar realizada.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados coletados via Google Forms foram organizados em planilha eletrônica e analisados de forma quantitativa e qualitativa, das quais se obtêm os resultados expressos a seguir. 67% dos respondentes (n=4) apontaram participar regularmente de atividades interdisciplinares ao longo do curso, todavia apenas 2 estudantes apontaram vivenciar este tipo de procedimento a partir do Ensino Médio, enquanto

os demais confirmam vivenciar esta prática no Ensino Superior. No entanto, verifica-se na atualidade a premissa para a busca de uma formação educacional que oportunize uma aprendizagem transformadora e significativa e, nesta perspectiva, a interdisciplinaridade aporta nos níveis de ensino Fundamental e Médio de forma a promover a “alfabetização científica e tecnológica dos estudantes”. Neste contexto, o fazer docente se imprime no planejamento e na organização de uma sequência didática que contemple diferentes metodologias didático-pedagógicas que oportunizem a construção do conhecimento como um todo, integrando os saberes de forma que os estudantes sejam capazes de estabelecer relações entre o senso comum e o conhecimento científico, aprimorando seu desempenho nas diferentes disciplinas (FERREIRA et al., 2022; SILVA et al., 2019).

67% dos estudantes apontam, no nível mais elevado da escala ("excelente") que a participação em atividades educativas interdisciplinares ampliam a aprendizagem e construção do conhecimento; e que a união de um conteúdo (ou mais) em diferentes disciplinas possibilitam a aprendizagem de forma articulada. 84% (n=5) informam que a atividade prática interdisciplinar facilitou a sua aprendizagem quanto ao tema "Cultura Alimentar Enogastronômica Italiana" e 100% apontaram que a prática favoreceu a aprendizagem quanto ao tema “Harmonização de Vinho e Comida”. As informações, quando trabalhadas em um contexto compreensível, passam a compor de forma significativa a estrutura cognitiva dos estudantes.

Lustosa e colaboradoras (2020) apresentaram em seu estudo que a atividade educativa realizada de forma interdisciplinar ao longo de três semestres letivos oportunizou a construção dos conhecimentos das unidades temáticas envolvidas, integralizando os diferentes saberes e apoiando o desenvolvimento de competências mobilizadas nas atividades de ensino e pesquisa, unindo teoria e prática que propiciaram a construção do conhecimento mais próximas ao comportamento do que à simples memorização.

Ademais, 84% (n=5) expressaram em sua avaliação que as atividades interdisciplinares realizadas de forma prática favoreceram o ensino e a aprendizagem de forma mais eficiente, em comparação com as atividades teóricas realizadas apenas de maneira expositiva e 67% apontam que a atividade oportunizou transformar a cozinha didática em um espaço pedagógico privilegiado para a articulação das competências de ambas as unidades temáticas. 100% expressaram o desejo em participar de mais atividades educativas neste formato. Para Possebon Kreuzsch e Oliveira (2017), o estudante ao realizar aprendizagens significativas, constrói a realidade atribuindo-lhe significado que se dá pela análise crítica fundamentada em

seus estudos teóricos. É, segundo as autoras, através da interdisciplinaridade (inclusive com outras áreas de conhecimento) que se pode constituir um eixo agenciador de uma reflexão acadêmica que auxilie na consolidação da Gastronomia enquanto ensino de nível superior.

CONCLUSÃO

A análise dos resultados permitiu verificar que no planejamento pedagógico, os docentes ao superarem os conceitos tradicionais das aulas expositivas e promoverem através da interdisciplinaridade uma evolução da práxis educacional, possibilitaram o encantamento dos estudantes e, conseqüentemente a construção de conhecimentos globais e, portanto, significativos na qual a aprendizagem adquire significação junto à realidade. A abordagem dos conteúdos estudados em “sala de aula” alinhavados com a atividade proposta em uma configuração prática em laboratório, caracterizam, pois, a importância da interdisciplinaridade em teoria e prática que desenvolvam uma aprendizagem significativa para o estudante.

A interdisciplinaridade reflete, portanto, a junção e amálgama de diferentes áreas científicas ou mesmo de disciplinas com o intuito de facilitar a transmissão de conteúdos e, conseqüentemente, a partir de metodologias adequadas, promover a construção do conhecimento de forma interconectada, ou seja, possibilitando que um tema específico possa ser aplicado em diferentes disciplinas, o que oportuniza a aplicação de uma nova prática metodológica, visando melhorar o processo de ensino e aprendizagem.

Em uma ótica crítica, a interdisciplinaridade, ao contrário do que se tem enfatizado, especialmente no campo educacional, não é, sobretudo, uma questão de método de investigação e nem de técnica didática, ainda que se manifeste enfaticamente neste contexto como meio e fim para o planejamento pedagógico que assegure a construção do conhecimento de forma diferenciada e significativa. Vale implementar de forma epistemológica e metodológica os conceitos que transitam no cerne da interdisciplinaridade, como a multidisciplinar e a transdisciplinaridade e seus desdobramentos na educação superior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARES, L. M. A. de R. .; FREIRE, P. de S. Transdisciplinaridade: a busca pela unidade do conhecimento científico e tecnológico . **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 20, n. 00, p. e022016, 2022. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8670175>>. Acesso em: 10 dez. 2022.

CUNHA FERRO, R.; REJOWSKI, M. Produção científica no campo da Gastronomia: em busca de uma configuração. **Turismo - Visão e Ação**, Vale do Itajaí, SC, v. 20, n. 03, p.500-515, set.-dez. 2018.

FERREIRA, V. C.; SOUSA, A. V. M. de; VIANA, L. do N.; SOUSA, E. S. de; MARTINS, J. da S. C. O lúdico e o ensino de ciências: reflexões sobre a gincana “compartilhando o conhecimento” no âmbito do programa residência pedagógica. **Revista Brasileira de Educação em Ciências e Educação Matemática**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 499–509, 2020. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/rebecem/article/view/25163>. Acesso em: 11 dez. 2022.

LUSTOSA, R. L. T.; BARROS, C. B. M.; CALAZANS, L. S. L. Harmonização de bolos de noiva e vinhos espumantes – uma abordagem interdisciplinar no ensino da Gastronomia para construção de competências. In: Congresso Brasileiro de Inovação e Tecnologia na Gastronomia e Ciência de Alimentos; 2020; Fortaleza. **Anais...** Fortaleza (CE): Monferrer, 2020. p. 377-378.

MELO, D. L.; ARAÚJO, F. F. de. Significados do Almoço Completo Italiano: Articulações de consumo e cultura em uma experiência gastronômica em São Paulo. **Consumer Behavior Review**, Recife, PE, v. 5, n. 01, 2021.

MIACCI, L. A. D.; COSTA PEREIRA, U. N. Metodologias ativas no processo de ensino aprendizagem aplicadas em um curso superior de Gastronomia. **Sistemas, Cibernética e Informática**, [S. l.], v. 15, n.02, p. 43-47, 2018.

POSSEBON KREUSCH, A. K.; OLIVEIRA, C. C. de. Intersecções da Gastronomia com o campo do Design: aspectos de interdisciplinaridade no ensino superior. **Caderno PAIC: programa de apoio à iniciação científica**, Curitiba, PR, v. 18, n. 1, p.335-356, 2017.

RECH, A. L.; FRIZZO, D. A harmonização de vinhos e espumantes com trufas artesanais como estratégia de marketing. **Fólio Revista Científica Digital - Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Turismo**, [S. l.], n.2, p.22-p.31, dez.

2019.

SILVA, F. O.; NAIMAN, W. N.; GONÇALVES, F. L. A.; LIMA, E. P. R.; ZAN, R. A.; BAPTISTA, J. A. A. Gincana de ciências da natureza: contribuições de atividades interdisciplinares lúdicas no processo de ensino-aprendizagem. **Scientia Naturalis**, Rio Branco, AC, v. 1, n. 2, p. 183-193, 2019.



TRAZENDO O YOUTUBE PARA A VIVÊNCIA EM UMA SALA DE AULA DE LÍNGUA INGLESA

Filipe Sousa Carvalho de Melo

filipescmelo@gmail.com

INTRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DA TURMA

O presente documento é um relato de experiência de uma atividade desenvolvida no curso de Língua Inglesa da Unidade de Idiomas do Senac Recife. O curso oferecido pela UIS - Recife é voltado para o desenvolvimento das habilidades comunicativas, com amplo foco em todas as habilidades principais do uso da Língua Estrangeira, que são *Speaking, Reading, Listening e Writing*, respectivamente Fala, Leitura, Audição e Escrita. Os alunos do curso de língua estrangeira da UIS - Recife são diariamente desafiados a utilizar a língua escolhida em diferentes atividades, focadas principalmente em contextos comunicativos reais, assim como estimulando os alunos a utilizarem a língua para criar novas situações, na medida em que os níveis do curso vão progredindo e, por consequência, aumentando. Dessa forma, os alunos da turma escolhida tiveram a possibilidade de desenvolver uma atividade focada no uso do *Speaking* e das tecnologias e plataformas online, algo imprescindível no mundo moderno onde nos encontramos.


A turma escolhida para o desenvolvimento da atividade foi a turma *Upper-Intermediate* (Número 166, de 2022.2), que possui aproximadamente 16 alunos. Os alunos da turma já possuem um nível de utilização da Língua Inglesa que permite a construção de processos e projetos mais desafiadores e exigentes, e portanto a ideia da atividade que relatada neste documento procurava incentivá-los no exercício da criatividade e da argumentação, assim como desafiá-los a conhecerem novas plataformas digitais, ao mesmo tempo em que poderiam se aprofundar no conhecimento de objetos e artigos tecnológicos que já possuem em suas casas. A turma e sua modalidade de ensino já preconizam o uso das ferramentas digitais, já que trata-se de uma turma on-line. A turma é formada por 2 alunos menores de idade, dois adolescentes de 14 e 17 anos, e 14 adultos, com idades que variam de 30 a 45 anos. Os alunos da turma escolheram estudar no horário das 20h às 22h por conta das obrigações de suas rotinas diárias, como trabalho e estudo. Apesar do

horário ser, por natureza, um horário difícil para os alunos por conta de seu cansaço físico e mental, a turma se mostrou extremamente empenhada e interessada na atividade.

IDEALIZAÇÃO DA ATIVIDADE, METODOLOGIA E REFERENCIAL TEÓRICO

A atividade em questão foi pensada como forma de praticar os conteúdos e vivências do livro *Evolve 5*, da Editora Cambridge, especificamente os vocabulários e temas da Unidade 7, intitulada *Unit 7: Priorities*. Na unidade em questão, os alunos desenvolvem o estudo de um vocabulário voltado para falar sobre compras que fizeram em momentos passados, e devem discutir sobre possíveis arrependimentos ou satisfações relacionados à sua experiência com os produtos comprados. Como é possível ver na Figura 1, presente na Página 68, os alunos trabalham a pronúncia, os significados e discutem utilizando palavras como: Ser prático, Valer o dinheiro, Fazer sentido financeiramente, Ter potencial, etc.

VOCABULARY: Making purchases

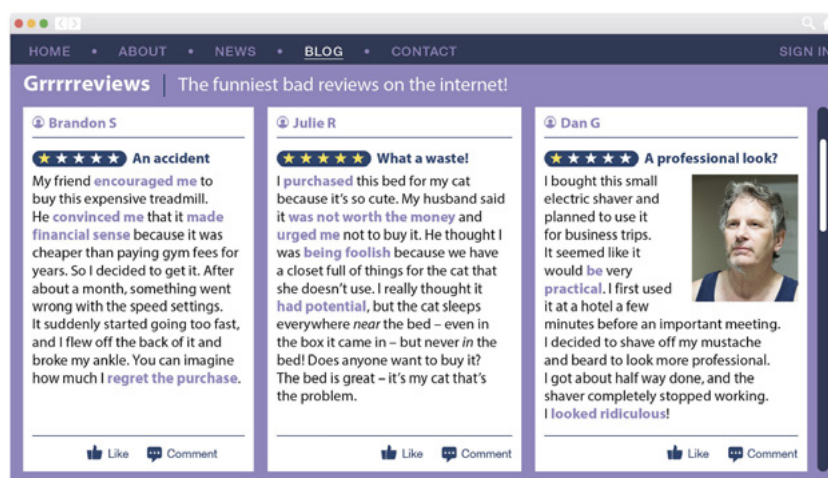
 **2.04** Look at the expressions in the box. What items are they associated with in the product reviews? Which one is not in the text? What do the expressions mean? Use a dictionary or your phone to help you. Then listen and check the definitions.

be foolish	be practical	convince sb (to do sth)	encourage sb (to do sth)
have appeal	have potential	look ridiculous	make financial sense
not be worth the money	purchase sth	regret a/the purchase	urge sb (to do sth)

Fonte: Evolve 5 - Editora Cambridge

Figura 01 - Vocabulário da Unidade 7 do Livro Evolve 5

Além do vocabulário utilizado para as discussões, os alunos também têm a oportunidade de desenvolver a leitura de três resenhas, escritas por clientes que compraram três produtos diferentes e postaram as suas opiniões em um site fictício, dessa forma apresentando se gostaram ou não do produto. O material escrito permite que os alunos vejam exemplos de como devem desenvolver a linguagem ao discutir um produto comprado, e quais são as estruturas que permitem apresentar arrependimento ou satisfação na compra do produto.



Fonte: Evolve 5 - Editora Cambridge

Figura 02 - Material escrito para leitura e posterior discussão

No material em questão, os alunos podem ver três exemplos de resenhas críticas sobre os produtos comprados. Em duas delas, como já é possível perceber antes mesmo da leitura, os clientes apresentam arrependimento, já que deram poucas estrelas para o produto. Por meio da leitura, é possível perceber que os compradores utilizaram as estruturas de vocabulário que foram apresentadas na Figura 01. A atividade que deveria ser desenvolvida em seguida era pedir para que os alunos escolhessem um produto que eles compraram e demonstrassem suas opiniões, arrependimentos e satisfações com sua experiência como compradores. No entanto, a partir da análise dos novos formatos de apresentação de críticas sobre produtos por meio de vídeos no website YouTube, surgiu a ideia de pedir para que os alunos apresentassem suas opiniões por meio de uma atividade simulando um vídeo no YouTube.

Refletindo sobre a utilização do YouTube em sala de aula, foi preciso no processo preparatório para a atividade pensar na aplicação dos vídeos da plataforma no ambiente pedagógico. Uma das questões importantes para a reflexão foi de que “como o YouTube não é um ambiente desenvolvido para o uso pedagógico em si, é importante que o professor conheça suas funcionalidades e faça o uso das mesmas com eficiência (...)” (PEREIRA, 2018, p.10). É importante que o professor desenvolva um trabalho de filtragem dos materiais apresentados na plataforma, para que assim possa compreender o que melhor pode servir para as necessidades pedagógicas do momento.

O vídeo escolhido para servir para a atividade foi postado pelo YouTuber Marques Brownlee, nascido nos Estados Unidos e conhecido hoje em dia como o maior

Youtuber de tecnologia do planeta, com mais de 16 milhões de inscritos em seu canal. O motivo para a escolha do canal em questão foi a sua grande fama e qualidade de conteúdo, que não apenas permite aos alunos praticarem a sua audição (ou Listening), mas também perceberem o quão bem financiados estão os negócios voltados para a produção de vídeos para a plataforma no ano de 2022. Dessa forma, os alunos poderiam ter no vídeo escolhido uma inspiração para a atividade que deveriam desenvolver. Pereira (2018) ressalta que uma das partes importantes para o professor escolher um vídeo no YouTube para apresentar para seus alunos é adequação do vídeo à faixa etária média da turma, a qualidade de imagem e som, a qualidade do conteúdo apresentado e as possibilidades de discussões com o vídeo.



Figura 03 - Vídeo do Youtuber Marques Brownlee sobre o iPhone 13 Pro

Um dos pontos da Unidade 7 também era falar sobre o uso de ferramentas tecnológicas, por isso o vídeo escolhido fala sobre um produto que a maioria das pessoas conhece sobre.

Outro ponto importante da preparação para a atividade foi pensar na utilização do gênero Resenha em sala de aula, mas com o desafio de desenvolvê-lo na Língua Inglesa e de uma forma oralizada. Para isso, uma leitura do artigo “O gênero Resenha na sala de aula: desenvolvendo as capacidades de linguagem” auxiliou na preparação dos passos para a construção dos slides e da atividade em si. Lima (2015) ressalta a importância da preparação linguística antes do momento de produção do gênero, que foi desenvolvida utilizando a leitura, a discussão e as atividades com o vocabulário da Unidade 7. Além disso, Lima (2015) apresenta reflexões sobre a utilização de filmes em sala de aula, mas seus comentários sobre a forma como o trabalho com esse gênero textual fornece vocabulários e construções valio-

síssimos para a construção de habilidades discursivas foram muito elucidativos do ponto de vista de como os alunos deveriam construir as suas apresentações.

A partir das estruturas apresentadas por Lima (2015), foi possível construir uma apresentação dos pontos principais da resenha que os alunos deveriam desenvolver em suas apresentações, de forma a guiá-los na produção do gênero na língua estrangeira. Após discutir, exemplificar e trabalhar com a teoria do gênero, os alunos estavam prontos para colocar em prática as vivências apresentadas.



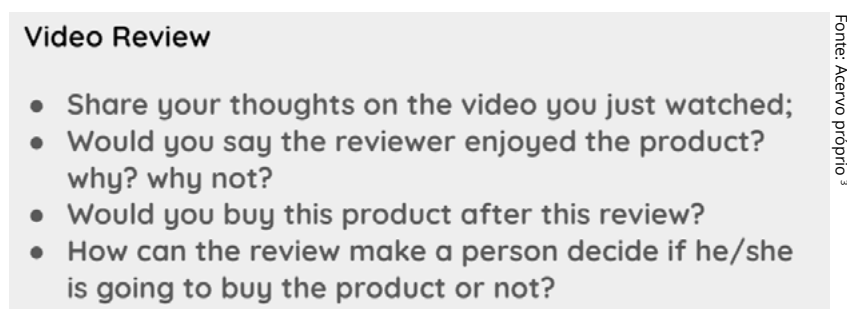
Video Review

- **Parts of a review:**
 - **a presentation of the product;**
 - who made it?
 - when was it released?
 - what public is the product for?
 - how much for this product?
 - **your opinions on the product:**
 - what do you think about it?
 - is it worth the price?
 - do you think it's the best option in the market?
 - **a conclusion;**
 - do you recommend this product to people?

Fonte: Acervo próprio 2

Figura 04 - Breve apresentação da resenha que os alunos precisarão desenvolver

Para efeito de explicação, a ordem da atividade desenvolvida passou, inicialmente, pelo trabalho com o vocabulário e com os textos do livro. Em seguida, os alunos assistiram ao vídeo produzido por Marques Brownlee. Eles fizeram uma discussão a respeito do conteúdo do vídeo, presente na Figura 05. Os passos da resenha foram apresentados logo em seguida e, por fim, as instruções para a sua apresentação.



Video Review

- Share your thoughts on the video you just watched;
- Would you say the reviewer enjoyed the product? why? why not?
- Would you buy this product after this review?
- How can the review make a person decide if he/she is going to buy the product or not?

Fonte: Acervo próprio 3

Figura 05 - Discussão a respeito do vídeo de Marques Brownlee

Os alunos desenvolveram a discussão em grupos, conhecidos na plataforma Google Meet como Salas Temáticas. Nas salas, eles puderam falar sobre o que acharam do vídeo e de sua qualidade, além de falarem sobre se comprariam o produto após o vídeo que assistiram. Quando retornaram para a sala principal da chamada on-line, foi possível que a turma chegasse à conclusão de que o vídeo não deve dizer se a pessoa comprará ou não, mas sim recomendar a ela, de acordo com pontos positivos ou negativos do produto, se ela deveria ou não fazer a compra caso esteja na procura por um produto daquele tipo. A discussão sobre o produto foi extremamente pertinente para a construção dos próximos passos, pois nela os alunos puderam compreender quais os pontos de análise deveriam estar presentes em suas resenhas.

A descrição das atividades foi feita de maneira simplificada: os alunos não deveriam gravar um vídeo, mas sim utilizar a plataforma Google Meet para fingir que estão em um canal do YouTube, apresentando um slide com fotos e informações sobre o produto. O motivo para não pedir para que os alunos fizessem um vídeo foi para não exigir conhecimentos sobre edição de vídeo, que nem todos têm, ao mesmo tempo em que era possível utilizar a própria ferramenta de aulas à distância para emular o YouTube.

Antes de enviar a atividade para os alunos, desenvolvi um vídeo fazendo a atividade que eles deveriam fazer. Procurei apresentar, na mesma base da Figura 04, uma resenha sobre um par de fones de ouvido, mostrando que utilizando uma simples apresentação de slides, com tópicos e imagens, era possível desenvolver a língua estrangeira e a argumentação sobre o produto.



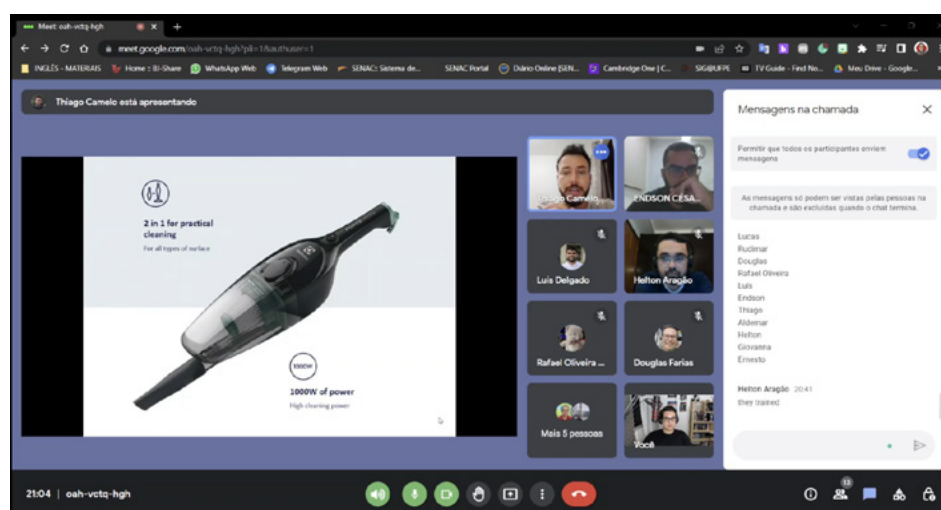
Figura 06 - Vídeo exemplo para os alunos

Para finalizar a fase de apresentação da atividade, os alunos tiveram um espaço para apresentarem suas perguntas sobre a forma como a atividade seria conduzida, desenvolvida e entregue. Foi pedido a eles que utilizassem ferramentas de produção de slides, como PowerPoint, Google Slides ou Canva, mas ressaltando que eles poderiam escolher outras plataformas com as quais se sentissem confortáveis.

APRESENTAÇÃO DA ATIVIDADE

Cinco dias depois da apresentação das instruções e da dinâmica feita com o vídeo e os vocabulários, os alunos fizeram a apresentação de seus produtos e suas resenhas. As apresentações duraram um total de 1 hora e 12 minutos, dentro de uma aula de 2 horas. Apesar de não terem tomado todo o tempo de aula, por conta de alguns alunos terem faltado na data, as discussões e feedbacks após as apresentações acabaram preenchendo o tempo inteiro de aula.

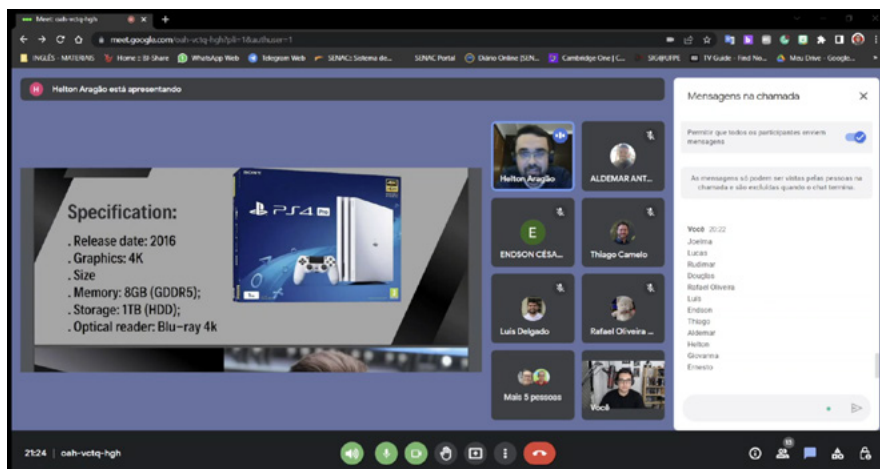
Os alunos produziram slides com grande atenção para a presença de imagens e tópicos, abrindo suas câmeras e realmente entrando no espírito da produção de vídeos, fingindo que realmente estavam conversando com sua audiência no YouTube. O engajamento foi perceptível, algo que fez com que a atividade e a interação dos alunos entre as apresentações fosse prazeroso e muito construtivo para os laços que a turma estava formando.



Fonte: Acervo próprio 5

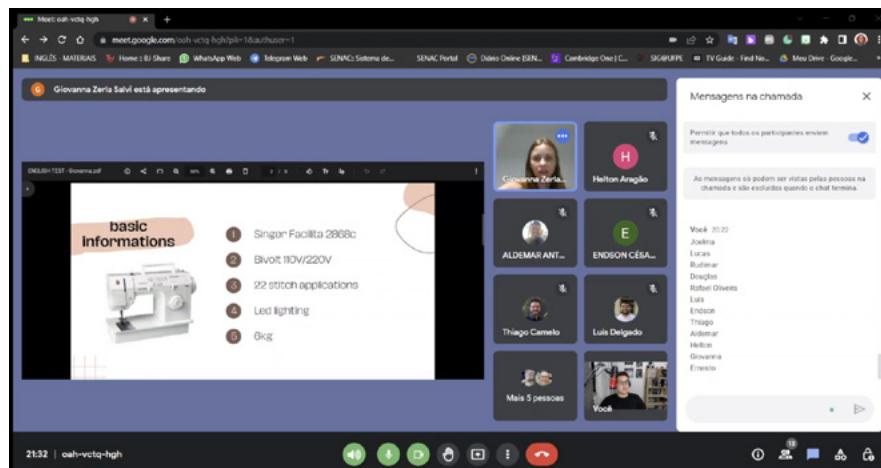
Figura 06 - Vídeo exemplo para os alunos

Os alunos escolheram diferentes tipos de produto para falar sobre em suas apresentações, como consoles de vídeo-game, eletrodomésticos, fones de ouvido e acessórios tecnológicos, celulares, máquinas de costura, etc. A grande variedade de produtos escolhidos também foi um ponto alto na revisão da atividade, já que os alunos tiveram a oportunidade de não apenas falarem sobre seus produtos, mas também conhecerem novos produtos.



Fonte: Acervo próprio

Figura 07 - Exemplo de apresentação 2



Fonte: Acervo próprio

Figura 08 - Exemplo de apresentação 3

Outro exemplo do engajamento dos alunos foi a dedicação dos alunos que não puderam estar presentes no dia. Antes mesmo que eu pedisse, os alunos que tiveram falta na data da apresentação gravaram vídeos apresentando os produtos e desenvolvendo a atividade, como forma de não deixarem de participar do momento que estava sendo construído.

Após as apresentações, pedi que os alunos apresentassem um pequeno feedback do desafio e da forma como a atividade foi desenvolvida. Eles apresentaram comentários de muita felicidade, percebendo que além de estarem conseguindo desenvolver a língua estrangeira de maneira plena em uma conversação, também são capazes de argumentar e apresentar seus diferentes pontos de vista em uma plataforma diferente do comum.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade desenvolvida com a turma Upper-Intermediate foi realmente muito prazerosa e desafiadora. Trazer o desafio de construir um ambiente voltado para uma plataforma moderna, ao mesmo tempo em que os alunos deveriam desenvolver sua argumentação em uma língua que não é a sua nativa, poderia ter causado uma situação de medo ou de falta de engajamento, mas o que realmente aconteceu foi o contrário. O desafio apresentado deu energia e vontade para os alunos, e o resultado não poderia ter sido melhor.

É importante ressaltar a participação da coordenação pedagógica e da gestão da Unidade de Idiomas do Senac Recife na construção das vivências pedagógicas relatadas neste documento. A forma como os professores da UIS são incentivados a não se prenderem em abordagens tradicionais de ensino, ainda que lembrando dos valores existentes em tais abordagens, dessa forma permitindo que cada um coloque o seu toque de modernidade e personalidade nas atividades desenvolvidas, é um exemplo de como uma instituição pode alcançar resultados formidáveis quando é criado um ambiente saudável para tal. Ver os alunos construindo conhecimento e vencendo em seus objetivos é um prazer e um mérito não apenas dos professores, mas também de toda a equipe UIS.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HENDRA, Leslie Anne; IBBOTSON, Mark; O'DELL, Kathryn. **Evolve 5 - Student's Book**. 1. ed. [S. l.]: Cambridge University Press, 2020.

LIMA, Paulo da Silva. **O gênero resenha na sala de aula: desenvolvendo as capacidades de linguagem**. Littera Online, Maranhão, ed. 10, 2015.

PEREIRA, Marina Rosa. **Uso do Youtube como ferramenta pedagógica**. Orientador: Rodrigo Luis de Souza da Silva. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Computação) - Licencianda, [S. l.], 2018.

IPHONE 13 Pro Review: Better Than You Think!. Marques Brownlee. Estados Unidos da América: [s. n.], 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TnkdoEZhTbc&t=783s>. Acesso em: 13 out. 2022.



PEQUENAS EMPRESAS E PROPAGANDAS CORPORATIVAS EM INGLÊS

Amanda Monteiro da Silva

amandasilva3@uis.pe.senac.br

Em grande maioria os alunos do curso de idiomas são adultos inseridos no mercado de trabalho ou adolescentes que pretendem entrar no mercado de trabalho em pouco tempo. Com isso, a ideia surgiu pela necessidade dos alunos de expressar mais detalhes de sua vida profissional.

A atividade sugerida é a criação de uma apresentação em forma de propaganda corporativa, que tem como objetivo não só que os alunos falem o que fazem ou querem fazer profissionalmente, mas os valores embutidos na construção de todo esse trabalho. A utilização do idioma estudado em algo que pode ser positivo na vida real faz com que o aluno perceba a importância do aprendizado do idioma e se sinta mais confiante e confortável para trazer esse aprendizado para diversos âmbitos de suas vidas.

Nesse relato de experiência, será explicado como se desenvolveu essa atividade e o impacto dela nos alunos, que participaram ativamente de todas as etapas, desde a criação da propaganda até a apresentação do projeto para os seus colegas, que agiram como clientes ou futuros clientes de cada empresa.

DESENVOLVIMENTO

Esta atividade aconteceu primeiramente como uma avaliação oral das turmas de Inglês do nível Intermediate nos anos de 2021 e 2022, que no material didático adotado, o Interchange 3 criado pela Cambridge, aprendem sobre pequenos negócios e como precisamos desse tipo de serviço. Os alunos, em sua maioria adultos, se utilizam bastante de serviços de empresas familiares e alguns deles até mesmo são donos ou fazem parte de empresas desse tipo. O objetivo inicial da avaliação foi unir o conhecimento do idioma, com a criatividade e a realidade de muitos de nossos estudantes.

Primeiramente os alunos aprenderam através de exemplos, imagens e explicações a definição de uma pequena empresa, diferentes tipos de serviços que podem ser prestados por essas companhias e como elas podem fazer parte do nosso dia-a-dia e do desenvolvimento de cada local em que estão presentes. De acordo com Daher, 2012, no simpósio de excelência em gestão e tecnologia, as micro e pequenas empresas são grandes geradoras de emprego e renda, além de estarem inseridas em vários meios sociais e diferentes locais da sociedade brasileira.

Dito isto, a proposta feita foi que os alunos fizessem uma propaganda corporativa, mostrando uma pequena empresa como um todo, seus serviços, suas visões e tudo o que ela poderia trazer para a nossa sociedade. Todo o material deveria ser apresentado em inglês, de maneira individual, e os outros estudantes da sala seriam a sociedade em que a empresa está inserida, podendo fazer perguntas e interagir com a empresa em questão. Segundo Tavares, 2010, a propaganda corporativa é o uso da mídia com fins de beneficiar a imagem da empresa como um todo, e não somente seus produtos e serviços.

A atividade também contou com o aluno e sua atividade profissional sendo protagonista, inserindo o aprendizado do idioma em um âmbito de trabalho ou em um negócio que gostaria de ter ou conhecer para suprir suas próprias necessidades dentro da sociedade, fazendo assim a utilização das metodologias ativas, que fogem do tradicionalismo da sala de aula e são bastante presentes no meio educacional.

As metodologias ativas associadas ao ensino de Língua Inglesa motivam os alunos a buscarem ativamente outros recursos para completar sua formação, além de incentivá-los à cooperatividade para o desenvolvimento do pensamento crítico frente à realidade atual e aos problemas tratados em sala de aula (Gimenez, 2009; Leal et al., 2019)

No dia das apresentações de todas as turmas, alguns fatores chamaram a atenção. Muitos dos alunos perceberam que poderiam mostrar partes das suas vidas profissionais e suas habilidades em inglês, pois alguns possuíam suas próprias empresas. Além disso, os serviços e companhias apresentadas se sobressaíram, e os alunos espectadores começaram a querer consumir ou conhecer mais aquele trabalho na vida real.

Projetos sustentáveis, manufaturas, trabalhos de apoio empresarial e até mesmo veterinários que atendiam em casa com todo o aparato conseguiram explicar em inglês os produtos, serviços e visões de sua empresa. Por outro lado, alunos que não possuíam empresas reais criaram projetos mostrando dificuldades sociais

cotidianas pelas quais passavam. Pessoas com restrições alimentares, restrições de saúde, e até mesmo dificuldades de encontrar produtos e serviços inclusivos passaram a ser apresentados em sala de aula.

A principal dificuldade vivenciada pelos alunos foi a adaptação de vocabulário de áreas específicas para o idioma estudado, porém alcançar essa comunicação os fez se sentirem mais seguros para falar sobre seus trabalhos ou necessidades de serviços em inglês. Com as apresentações os alunos passaram dar força uns aos outros em seus projetos, e até mesmo perceber produtos e serviços necessários para a realidade de outra pessoa.

Alguns exemplos de apresentações que possuímos foi obter o conhecimento do projeto de um de nossos alunos realizado em conjunto com a UFPE. A PLUVI, soluções ambientais inteligentes, trabalha com o aproveitamento de água das chuvas com o objetivo de encontrar alternativas sustentáveis para a melhoria da vida de diversas pessoas no estado de Pernambuco.

A Laços de Arya tem uma empresa familiar de manufatura de laços para crianças com diversas parcerias e que se iniciou com a necessidade de uma mãe para encontrar laços que coubessem em bebês muito pequenos. Conhecemos também o trabalho da Anne Bordados, que em sua página além de nos apresentar seus produtos ensina um pouco sobre a história dos bordados e a participação deles em diversos momentos especiais na vida das pessoas.

Também se foi possível conhecer alunos com dificuldades de achar produtos sem glúten, sem lactose, roupas adultas em tamanhos pequenos ou até mesmo restaurantes preparados para receber pessoas com estatura baixa, tudo isso no idioma estudado. A atividade segue bem recebida pelos alunos, e já foi realizada durante 3 semestres na Unidade de Idiomas do Senac, todas montadas em apresentações remotas e contando com a participação de todos os alunos em sala.

CONCLUSÃO

Com a realização da atividade foi possível perceber que os alunos ainda não conheciam bem os termos técnicos de suas próprias profissões, e essa dúvida fez com que eles mesmos pesquisassem sobre isso unindo com o conhecimento do idioma em sala para apresentar para possíveis clientes seus produtos, ideias e valores.

O engajamento dos alunos foi tamanho que as pequenas empresas que real-

mente existiam passaram a vender seus produtos para outros alunos, que passaram a escolher a marca não só pelos produtos, mas pelos representantes e valores apresentados. Além disso, os produtos e empresas não existentes deixaram em evidência serviços que parte da população procura e não tem fácil acesso.

O projeto fez com que novo vocabulário fosse aprendido, e além de construção do conhecimento e cooperação entre os alunos, o aprendizado do idioma foi mostrado de forma prática e profissional, provando a importância de adquirir uma segunda língua para melhor desenvolvimento dentro do mercado de trabalho.

REGISTRO FOTOGRÁFICO:



Imagem 1: Apresentação Laços de Arya



Imagem 2: Apresentação da Laços de Arya mostrando sua parceria de páscoa



Imagem 3: Apresentação Anne Bordados – Materiais utilizados

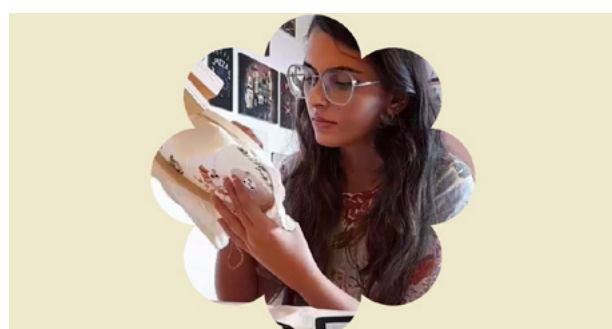


Imagem 4: Nossa aluna em uma de suas confecções apresentadas no momento do projeto



Imagem 5: Apresentação sobre lojas com tamanhos extra pequenos para adultos (loja fictícia)

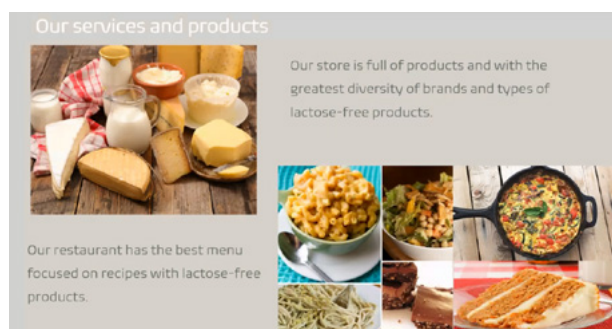


Imagem 6: Apresentação de uma aluna com intolerância a lactose e seu desejo de ter restaurantes com mais inclusão



Imagem 7: Uma das criações do projeto PLUVI (fonte: site ufpe)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAHER, M; **As micro e pequenas empresas e a responsabilidade social: Uma conexão a ser consolidada**, 2012.

Gimenez, T. (2009) **Ensinar a aprender ou ensinar o que aprendeu?** Lima, D. C. Ensino e Aprendizagem de Língua Inglesa: conversas com especialistas (pp.107-112). Parábolas Editorial.

TAVARES, M; **Comunicação empresarial e planos de comunicação, teoria e prática**, Atlas, 2010.

Pluvi Ambiental. Disponível em: <https://www.pluviambiental.com.br/>. Acessado em: 13.09.2022

UFPE **matéria PLUVI** Disponível em: https://www.ufpe.br/agencia/noticias/-/asset_publisher/dlhi8nsrz4hK/content/start-up-desenvolve-sistema-de-gerenciamento-de-agua-da-chuva-para-abastecimento-publico-e-privado/40615. Acessado em: 13.09.2022

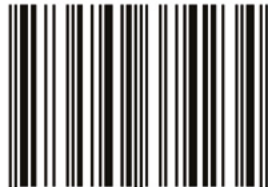


SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL EM PERNAMBUCO - SENAC/PE
Av. Visconde de Suassuna, 500 - Santo Amaro, Recife - PE, 50050-540
(81) 3413-6730



ISBN: 978-65-993742-3-4

CDL



9 786599 374234