

Pequenas empresas e propagandas corporativas em Inglês

AMANDA MONTEIRO DA SILVA

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 afim de achar 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.

Fotos



We make hair bows, a form of affection, love. Eternalizing special moments.



Imagem 1: Apresentação Laços de Arya

- We try to make a package with all affection so that when Mom opens it, you can feel the special smell that comes out.



Easter Packaging

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

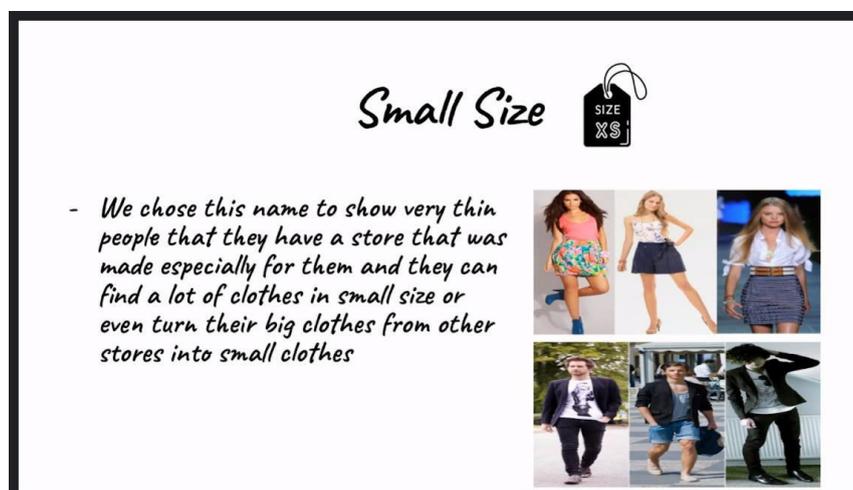


Imagem 5: Apresentação sobre lojas com tamanhos extra pequenos para adultos (loja fictícia)

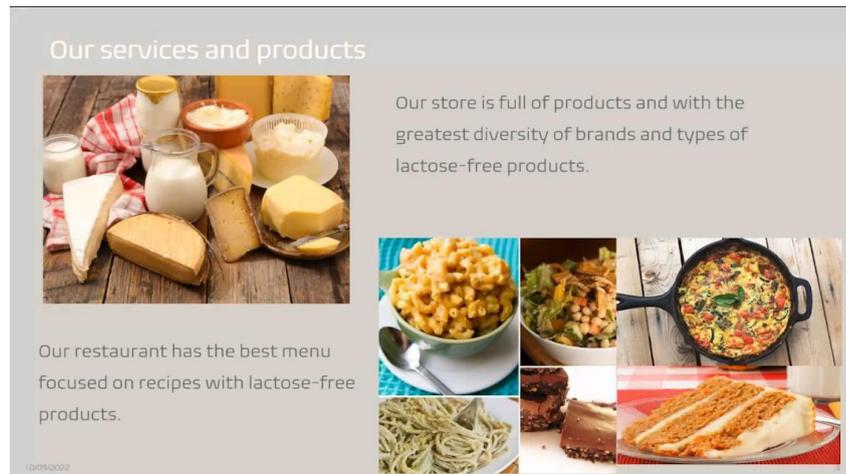


Imagem 6: Apresentação de uma aluna com intolerância a lactose e seu desejo de ter restaurantes com mais inclusão



Imagem 7: Uma das criações do projeto PLUVI (fonte: site ufpe)

Referências

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.

Sites das empresas e redes sociais utilizadas nas apresentações e fontes:

Pluvi Ambiental <<https://www.pluviambiental.com.br/>> (Acesso 13/09/2022)

UFPE matéria PLUVI < 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 > (Acesso 13/09/2022)

Laços de Arya <@lacosdearya>

AnneBordados <@anne_bordados>