

## APRENDIZAGEM CENTRADA NO ALUNO: “projeto x” e a construção de um guia de identidade profissional”

### STUDENT-CENTERED LEARNING: “project x and construction of professional identity guide”

Carla Pineda  
Lechugo Fábio de  
Paula Santos

**Resumo:** Este artigo apresenta o “Projeto X”, experiência educativa que foi realizada com alunos do ensino superior entre 2018 e 2019, onde percebeu-se que seria mais valioso os alunos aprenderem os conceitos de Gestão de Produtos e Marcas ao pensarem sobre os seus próprios desafios de empregabilidade e carreira, através do desenvolvimento de seus próprios portfólios de produtos e serviços. Este trabalho apresenta também, de forma prática e didática, todas as etapas de desenvolvimento desta proposta e propõe uma reflexão sobre a aprendizagem centrada no aluno e a construção de autoconhecimento e autorreflexão por parte dos mesmos. Acredita-se que esse método de construção do conteúdo programático de um componente curricular com vistas à sua aplicação na vida pessoal e profissional dos alunos procura romper com o modelo de “transferência bancária”, modelo este contestado por Paulo Freire, onde impera a objetividade e os formatos prontos para serem aplicados aos alunos.

**Palavras-chave:** Aprendizagem centrada no aluno. Educação Profissional. Gestão da marca pessoal e profissional.

**Abstract:** This article presents “Project X”, an educational experience that was conducted with higher education students between 2018 and 2019, when it was understood that it would be more valuable for students to learn the contents of Marketing and Strategic Brand Management, thinking about their own challenges about employability and career, developing their own product and service’s portfolio. This paper also presents - in a practical and didactic approach, all development phases of this educational experience, and brings up a reflection on student-centered learning and its contribution in self-knowledge and. It is believed that this method of building curriculum component with a view to their application in the student’s personal and professional life seeks to break with the “bank transfer” model, contested by Paulo Freire, in which objectivity and the ready-to-pour formats for students prevail.

**Keywords:** Student-centered learning. Vocational education. Professional & Personal branding management.

## Introdução

A experiência educacional apresentada neste artigo é fruto de uma atividade realizada com alunos dos cursos de Tecnologia na área de Gestão de uma Instituição de Ensino Superior do interior paulista no período entre os anos de 2018 e 2019.

O “Projeto X” trata de uma experiência onde o aluno deve se posicionar como um “produto” e desenvolver uma marca própria buscando atender suas aspirações com vistas às necessidades do mercado de trabalho. Tal projeto está vinculado ao componente curricular “*Gestão de Produtos e Marcas*” que é parte da matriz curricular dos cursos de Tecnologia da referida instituição. Assim, justifica-se o título do artigo, pois de fato o aluno constrói um “guia” onde ele próprio é o principal sujeito e idealizador do projeto. A denominação do projeto intitulado “X”, foi uma escolha dos alunos que entendiam que a construção de suas identidades como profissionais era, naquele momento, o “X” da questão, e um desafio de autoconhecimento ainda não experienciado.

O plano de aula do referido componente curricular sugeria que os alunos desenvolvessem um produto e uma marca para uma empresa existente no mercado. Vale lembrar que a Instituição de Ensino onde esses alunos estudam tem um viés de negócios, e por isso os estudos são direcionados para competências de gestão com vistas às empresas preferencialmente de grande porte. Porém, como falar de construir a identidade de um novo produto para ser lançado no mercado, para alunos que não têm suas próprias identidades definidas? E sem esta identidade, como oferecê-la posteriormente ao mercado de trabalho?

Não seria mais valioso os alunos aproveitarem os conceitos de *Marketing* e Gestão Estratégica de Marca para – inicialmente - pensarem sobre os seus próprios desafios de empregabilidade e carreira? Não seria mais importante os alunos desenvolverem seus próprios portfólios de produtos e serviços? Porque não aplicar os conceitos do componente curricular de Gestão de Produtos e Marcas nos próprios alunos, e assim, contribuir nesta tão desafiadora construção de suas identidades pessoais e profissionais?

Reconhecendo essa necessidade, elegeu-se como produto o próprio aluno, e a partir deste momento iniciou-se a construção do “Projeto X” conforme as etapas que serão descritas abaixo.

## O Aluno como produto?

É preciso esclarecer que, ao colocar o aluno como um “produto” para ser posteriormente “vendido” para o mercado de trabalho, reconhece-se a desumanização do termo. Essa “mercadorização” do ser humano, que considera apenas importante aquele que só é útil enquanto serve ao mercado, e quando não, é descartado pelo sistema, é também parte da reflexão crítica que se faz em sala de aula sobre os contextos do trabalho, da carreira e da empregabilidade. Esta analogia - do aluno como produto - não reflete o que pensa os autores deste projeto sobre os mesmos, uma vez que tais adjetivos associados ao ser humano são no mínimo depreciativos.

Acredita-se que os alunos são únicos e não podem ser “enquadrados” em uma “latinha” na prateleira do mercado. Porém, mesmo que se reconheça os termos como inapropriados para serem tratados para seres *humanos*, acredita-se que o exercício de reflexão sobre posicionamento e construção de identidade aplicados aos produtos, podem ser incorporados em humanos, uma vez que somos resultantes das escolhas que fazemos sobre competências desenvolver e para quais necessidades sociais não atendidas. Neste sentido, podemos dizer que os alunos serão “consumidos” por alguém que estará disposto a remunerá-los pelas suas competências.

## Etapa 1: Construindo a sua história

O primeiro desafio do Projeto X é que os alunos precisam contar a sua história e, nela, eles devem revisitar suas trajetórias, destacando os pontos-chave de suas vidas desde a infância até os dias atuais. Depois, são orientados a identificar vocações, talentos, interesses e coisas que eles gostavam ou ainda gostam de fazer. Também são estimulados a reconhecer as coisas que eles julgavam que faziam ou fazem bem até hoje. Este exercício buscou levar o aluno a reviver sua origem e valorizar sua história, considerando que ela é única e produtora de quem ele é no momento. Uma vez escrita a história do aluno, ele deverá identificar vocações que podem potencialmente ser transformadas em profissões a serem oferecidas para a sociedade atual e futura. Por exemplo, um aluno que identifica facilidade para se comunicar e lidar com pessoas, pode pensar em atividades como docência, vendas e relações públicas. Um aluno que tem grande interesse por questões relacionadas ao meio ambiente e ecologia, pode pensar em carreiras que são voltadas para esses interesses como engenharia ambiental, florestal ou biologia.

A questão proposta nesta etapa é a de identificar talentos (que coisas o aluno faz bem) e interesses (coisas que o aluno gosta) e a partir destes reconhecimentos, busca-se transformá-los em possíveis atividades laborais.

## **Etapa 2: Os três I's**

Na etapa seguinte, os alunos são motivados a responder as seguintes questões: Para que eu existo? Quais são os meus propósitos? Qual é a minha missão? Essas respostas levam o aluno a construir a sua **identidade profissional**.

Em seguida, os alunos descrevem a visão (projeção futura da imagem) respondendo às perguntas: Como quero ser reconhecido no futuro? Com quais adjetivos quero ser lembrado? Sendo assim, elaboram a **imagem** profissional que pretendem construir. Ao final desta etapa, os alunos precisam escolher os valores profissionais que fazem parte da sua educação respondendo: Quais são as normas de conduta que deverão ser honradas por mim enquanto profissional? Desta forma, consolida-se a **integridade** do aluno no que tange os valores morais no trabalho.

Esses três I's (identidade, imagem e integridade) formam os pilares fundamentais de sucesso para qualquer projeto empreendedor (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010), onde aqui inclui-se a carreira do aluno.

## **Etapa 3: Matriz de competências**

Uma vez identificada a missão do aluno, transformada numa profissão e entrega de valor para um público de interesse, os alunos partem para a etapa da construção da **matriz de competências**.

Nesta matriz são elencadas as **habilidades conceituais, técnicas e atitudinais** da profissão desejada pelo aluno. São apresentadas as seguintes perguntas: Quais são os conhecimentos teóricos necessários para a resolução de problemas atuais e futuros desta profissão? Quais técnicas devo dominar para solucionar problemas desta atividade laboral? Quais atitudes são próprias deste profissional? Que comportamentos são necessários para o exercício desta profissão?

Sendo assim, o aluno deverá compreender que não existe um perfil único de competências, e sim, cada profissão exige um conjunto de habilidades que juntas, compõem o

profissional competente. As competências de um profissional que irá trabalhar com comércio exterior, não são as mesmas que um profissional que se dedicará a ser um contador, por exemplo. Para que o aluno elabore sua matriz de competências, ele necessita pesquisar sobre o perfil profissional desejado, consultando órgãos que regulamentam as profissões e as matrizes curriculares dos cursos de formação superior. Além disso, sugere-se que ele converse com profissionais da área visando compreender como funcionam as rotinas laborais e quais conhecimentos estão envolvidos nestas práticas. Também é orientado que o aluno investigue sobre o mercado de trabalho e os desafios que estes profissionais enfrentam no dia a dia e enfrentarão no futuro.

Elaborada a matriz de competências com a contribuição destas pesquisas (exploratórias de campo), os alunos devem **avaliar cada habilidade** conceitual, técnica e comportamental, atribuindo notas de 0 a 10.

Espera-se que muitas das habilidades elencadas ainda não tenham sido desenvolvidas, uma vez que este aluno ainda está em processo de formação, porém, já é possível identificar se tais habilidades estão alinhadas com as vocações, atitudes e interesses dos alunos. Depois do aluno fazer a sua própria auto avaliação, eles têm uma percepção dos seus pontos **fortes e fracos**.

Vale ressaltar que tal avaliação, ainda que busque uma objetividade numérica, esta não reflete a vida real, onde as avaliações são subjetivas e relativas. Mas, neste momento, valoriza-se a reflexão mais do que a própria nota em si.

Na etapa seguinte, os alunos são orientados a elencar dentre as habilidades previstas da matriz de competências, as habilidades que são **imprescindíveis** e as que são **importantes**. Essa reflexão é necessária, pois os alunos identificam quais saberes, práticas e atitudes são intrínsecas da atividade escolhida. É importante destacar que essa avaliação é relativa ao tempo que estamos vivendo na atualidade, podendo as habilidades alterarem de importância conforme as mudanças do mercado e das novas tecnologias, ou seja, uma habilidade eleita como imprescindível hoje, pode não ser tão importante amanhã e vice-versa.

Realizada essa atividade, os alunos devem agrupar quais são seus pontos fortes (notas iguais ou acima de sete) que coincidem com as habilidades imprescindíveis e importantes, e quais são seus pontos fracos (notas abaixo de sete) dentre as competências imprescindíveis.

Desta forma, os alunos descrevem **estratégias de melhoria dos pontos fracos** imprescindíveis, apontando ações e prazos para a realização das ações.

Também são orientados para valorizarem suas habilidades fortes e imprescindíveis, descrevendo as **estratégias de comunicação** que utilizarão para promover as referidas habilidades nos currículos e em entrevistas futuras.

Após a elaboração da matriz competências, os alunos retomam as suas pesquisas exploratórias a fim de identificar **tendências do setor** onde pretendem atuar utilizando fontes seguras de institutos de pesquisa. Identificam dentro do mercado de trabalho pretendido as novas tecnologias, as concorrências diretas e indiretas do setor, critérios relacionados a legislação, política, economia etc.

#### Etapa 4: Matriz SWOT<sup>1</sup>

Realizada a pesquisa exploratória, os alunos iniciam a confecção da matriz *SWOT* (pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças). Um exemplo de matriz criada por um aluno pode ser visto na figura 1.

10- Análise SWOT		
10.1 Pontos Fortes	Oportunidades	Medidas a serem tomadas
Paisagismo Técnicas e Projetos e normas	Com isso, a participação da infraestrutura no emprego da construção, que hoje é da ordem de 28%, deverá chegar a 34%. O emprego na construção deve apresentar uma taxa média de crescimento de 3,5% em todo o período, sendo que o emprego no segmento de infraestrutura deve ter crescimento médio de 6,4%. <a href="https://bibliotecadigital.fgv.br">https://bibliotecadigital.fgv.br</a>	Aproveitar todo esse potencial de crescimento pra realizar projetos que me deem visibilidade no mercado, tornando meu nome conhecido no meio.
Decorar, oferecer conforto e beleza Atender aos pedidos do cliente Reconhecer a composição ideal para cada projeto	A região entre Rio Preto e Mirassol, no eixo da Rodovia Washington Luis, vem se tornando uma localização cada vez mais atrativa e com grande interesse residencial, impulsionado, principalmente, pelo desenvolvimento de vários loteamentos e condomínios fechados em seu entorno. <a href="https://www.diariodaregio.com.br">https://www.diariodaregio.com.br</a>	Participar de projetos de design junto às construtoras mesmo através de estágios.

  

10.2 Pontos de Melhoria	Ameaças	Estratégia de Defesa
Arquitetura conceitos Técnicos e Desenho técnico, conhecimento em projetos e normas / Urbanismo Cálculos para projetos Projetar estruturas sólidas e resistentes	Segundo a CIADE estágios, a falta de qualificação é o que deixa o mercado e não a falta de vagas em si, muitas vagas permanecem em aberto devido à falta de especialização <a href="http://www.ciadeestagios.com.br">www.ciadeestagios.com.br</a>	Cursar faculdade de Arquitetura e frequentar cursos na área para aprimorar as competências.
Representar os projetos em 3D, Autocad e SketchUp E criar estruturas impressas em 3D	Segundo o Globo, a profissão de designer 3d estará em alta em 2025 devido a maior procura por impressões 3d, onde as impressoras transformam a ideia em matéria <a href="https://www.gazetaonline.com.br">https://www.gazetaonline.com.br</a>	Fazer cursos de Design de interiores e de designer gráfico para poder além de realizar os projetos saber representa-los em plataforma para melhor visualização do cliente.
Conhecer os tipos de solo e suas peculiaridades Topografia	Não reconhecer as características do solo pode por todo o projeto em risco.	Curso de análise de solos <a href="http://www.sp.senac.br">www.sp.senac.br</a>
Iluminação de ambientes internos e externos	Conhecimento de extrema importância para o profissional	Curso Iluminação aplicada ao Paisagismo <a href="http://www.sp.senac.br">www.sp.senac.br</a>

Figura 1 - Matriz Swot elaborada por aluno. Fonte: autoria própria.

<sup>1</sup> SWOT ou Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, em português) é uma ferramenta utilizada em planejamento estratégico de uma empresa.

Esta atividade pretende que os alunos, uma vez que identificaram suas potencialidades, busquem reconhecer no ambiente externo, de que maneira estas forças podem ser aproveitadas diante das oportunidades futuras identificadas. O mesmo acontece com as fraquezas que são colocadas diante das ameaças previstas. Deste modo, os alunos desenvolvem estratégias de crescimento e defesa com vistas aos cenários futuros projetados.

Estas estratégias são seguidas de objetivos de desenvolvimento profissional de longo, médio e curto prazo, acompanhados de estratégias de viabilidade e cronograma de ação.

Pretende-se assim, que os alunos saibam quais são os desafios da carreira desejada e quais são as competências que deverão ser incorporadas ao longo de suas jornadas enquanto profissionais.

### **Etapa 5: Canvas Profissional**

Antes de partir para a finalização do projeto, os alunos desenvolvem o *canvas* profissional (BROWN, 2017) que é uma ferramenta para idealização de novos negócios em ambientes de inovação.

Tal ferramenta, ainda que seja utilizada para segmentos de negócios, mostrou-se apropriada para aplicar em jovens profissionais que não compreendem as interfaces de suas carreiras. Nos quadrantes que constituem o *canvas*, o aluno precisa identificar sua proposta de valor para públicos alvos específicos. Também precisam reconhecer quem são seus parceiros chaves, ou seja, quem o ajuda, como família, escola, professores, amigos, instituições parceiras etc.

Os alunos também são orientados a elencarem atividades chaves da profissão, e como devem se comunicar com os públicos pretendidos. Ao final, eles elaboram quais seriam os custos que eles teriam para manter essa atividade laboral e como fariam para rentabilizar seus trabalhos buscando um equilíbrio entre os custos e lucros da profissão. Desta forma, o aluno tem uma visão ampla de como funcionaria esse “negócio” que é o próprio trabalho dele com vistas às rotinas, parceiros e clientes futuros.

### **Etapa 6: Carta para o futuro e a capa**

Como última etapa do “Projeto X”, o aluno deve escrever uma carta para ser lida por ele mesmo daqui há 10 anos.

Nesta carta, os alunos escrevem suas angústias presentes e desejam que quando essa carta for lida, tenham superado os desafios da vida pessoal e profissional.

Ao finalizarem o conteúdo do projeto, é o momento de confecção da capa do projeto. Afinal, quem é o “X” da questão? Como se reconhecem depois dessa longa trajetória de aprendizado sobre si mesmos? Como sintetizariam através de uma capa, quem são e o que aspiram? Neste momento os alunos são motivados a desenvolverem suas próprias capas explorando suas habilidades criativas (Figura 2).



Figura 2-Exemplos de capas dos Projetos “X” prontos. Fonte: Autoria Própria.

### **Projeto X, autorreflexão e autoconhecimento**

Até aqui, dedicamo-nos a descrever os conteúdos, as etapas do projeto “X” e seus respectivos desdobramentos sobre o percurso de carreira profissional que ele pretende cumprir, mas o mais valioso resultado, não é sobre o produto em si, mas sim, pela oportunidade de reflexão que o processo proporciona.

O aluno, quando colocado no centro do processo educativo e sendo observado por ele mesmo, é capaz de dedicar um tempo importante para refletir sobre suas potencialidades e limites, resgatar a sua origem e percurso de vida e também, reconhecer suas aspirações futuras.

A todo momento, o aluno é orientado a não enxergar o Projeto “X” como um fim em si mesmo, mas como um meio de autorreflexão e autoconhecimento.



A poesia de Antonio Machado: “*caminhante não há caminho, o caminho se faz ao caminhar*” (Machado,2007), é parte dessa reflexão, ou seja, mesmo o projeto “X” se materializando, o mesmo deve ser revisto e modificado à luz dos caminhos que vão surgindo. Mais do que chegar ao fim, o “Projeto X” permite que o aluno possa refletir sobre seu percurso, conscientizar-se sobre a importância de suas escolhas baseadas no aprendizado sobre si mesmo e sobre o seu entorno. Ao final, eles descobrem que o “X” da questão não existe, uma vez que não podemos nos reduzir a uma única visão sobre nós mesmos e muito menos acreditar que existe apenas um único caminho a seguir.

No entanto, quando os alunos entregam o “Projeto X” ao final do semestre, é nítida a emoção que estão sentindo ao vê-lo pronto.

Neste sentido, reforça-se os conceitos de que o aluno constrói uma relação *afetiva* como Projeto X e com o aprendizado com ele alcançado (WALLON, 1975).

Ao mencionar a palavra “afetiva”, deve-se entender que, mais do que afeto pela “obra” realizada, os alunos relatam que se sentiram “afetados” pelo exercício de construção dos conteúdos adicionados às suas próprias vidas pessoais e profissionais. É comum ver alunos entregando o seu Projeto X emocionados e agradecidos pela oportunidade de poderem se dedicar às pautas pouco exploradas nas Instituições de Ensino Superior.

O êxito deste modelo reforça os conceitos de Paulo Freire (1996) quando enfatiza a necessidade de educar com vistas ao sujeito e seu entorno, e fazer desse processo, um caminho de humanização, reflexão e ação consciente e autônoma. O que é a escola, senão um lugar para se perfazer e resignificar?

Quando o aluno compreende o sentido do conhecimento, e a partir dele, dá significado à sua vida e modifica o seu entorno, então a escola cumpriu o seu papel.

Os conceitos difundidos por Paulo Freire (1970), principalmente em suas obras “Pedagogia do oprimido” e “Pedagogia da autonomia”, foram amplamente utilizados na educação primária no Brasil, mas pouco se viu das contribuições práticas no ensino superior.

Portanto, acredita-se que aproximar os conceitos de Paulo Freire às práticas pedagógicas do ensino superior, é de certa forma incomum, mas como provado aqui, perfeitamente possível, uma vez que os resultados deste trabalho traduzem a efetividade destas ideologias.

Este estudo procura evidenciar que os alunos querem construir um saber a partir das suas visões de mundo, e eles se deixam influenciar e influenciam o seu entorno, a partir de que se sintam autônomos e construtores do próprio aprendizado.

Outra atividade que merece ser valorizada neste artigo é que, depois de entregues os projetos e os mesmos já terem sido avaliados pelo docente, é recorrente que os alunos desejem realizar uma exposição dos referidos projetos para os demais alunos da Instituição, devido ao orgulho do resultado alcançado. Sem contar que os próprios alunos da sala se interessaram por ler os projetos uns dos outros, inclusive trocando experiências e sentimentos.

É curioso verificar que os alunos - ao contrário do que se pode pensar, sentem-se motivados a mostrar suas intimidades, histórias e planos futuros. Foram raros os alunos que não expuseram seus conteúdos aos outros, a maioria dos alunos se sentiram valorizados e felizes por poderem divulgar suas criações.

Outro dado importante é que, mesmo o “Projeto X” (que é substituído pelas tradicionais avaliações do fim do semestre) seja mais trabalhoso e difícil de fazer, os alunos preferem esse formato de avaliação porque acreditam que assim poderão se expressar e aplicar os conhecimentos apreendidos em suas próprias vidas. Além disso, depois de feito o projeto, muitos alunos dizem que aprenderam mais dessa forma, e outros alegaram ter exercitado habilidades que há muito não praticavam, como a escrita, o desenho e a pintura, além de usar toda a sua criatividade em cada etapa. O percentual de alunos que afirmaram preferir uma avaliação convencional, como uma prova teste ou avaliação escrita discursiva, não ultrapassa dez por cento do total de alunos das turmas em que o “Projeto X” foi desenvolvido.

### **Considerações Finais**

Acredita-se que esse modelo de construção do conteúdo programático de um componente curricular com vistas à aplicação dos mesmos na vida pessoal e profissional dos alunos, tem rompido com o modelo de “transferência bancária” (FREIRE, 1987), em que impera a objetividade e os formatos prontos.

No “Projeto X”, o aluno descreve não apenas o que aprendeu, mas a forma como transformou aquele conhecimento transformado à luz de suas vivências e necessidades. Assim, quebra-se o conceito das aulas “dadas”, para “encontros” que serão pontos de partida da aprendizagem significativa e autônoma do aluno.

Neste contexto, o papel do professor se altera, deixando de ser aquele que entrega o conteúdo ao aluno e pede que ele o “devolva” em formato de respostas prontas no dia da prova.

Através de questionamentos informais, percebeu-se que muito provavelmente, este projeto deva ter sido um dos poucos da vida escolar do aluno em que ele tenha sido desafiado

a construir algo baseado em seus próprios padrões, isto é, o projeto tem apenas um arcabouço teórico que permite a criação de diversos formatos e que, muito provavelmente, saiam completamente dos padrões exigidos na faculdade, como o padrão ABNT. Ao ler os projetos finalizados, reconhece-se que os alunos revelam suas aptidões e interesses. Dentre as manifestações artísticas, pode-se dizer que eles não economizaram criatividade utilizando vários recursos como colagens, fotografias etc.

Passado alguns anos desta prática, pode-se dizer que o conteúdo que os alunos aprendem com essa experiência é superior ao conteúdo aprendido nos projetos que eles realizam em outros componentes curriculares do curso.

Diz-se isso porque os alunos durante a entrega do projeto comentam sobre o quanto esse aprendizado foi marcante e o quanto os ajuda na vida pessoal e profissional. Depoimentos que corroboram com as pesquisas de Edgar Dale (1946), que aponta que as estratégias de ensino que levam o aluno a experimentar na prática os conteúdos aprendidos, atingem 90% de retenção na memória.

Sendo assim, acredita-se que ao invés de conteúdos distantes e descontextualizados, o “Projetos X” representa um conjunto de intersecções entre as teorias, a escola (como espaço de compartilhamento), o aluno e o professor como coautores dessas narrativas personalizadas e únicas.

A experiência do “Projeto X” foi marcante para todos os envolvidos no processo, e tal êxito é o que motiva a repeti-lo e a melhorá-lo, bem como compartilhar esta prática que se entende como significativa e inovadora.

## REFERÊNCIAS

BROWN, T. **Design Thinking**. Uma metodologia ponderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

DALE, E. **Audiovisual methods in teaching**. New York: Dryden, 1946.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 36.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996. (Coleção Saberes).

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1987.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 240 p.

WALLON, H. *Psicologia da educação e da infância*. Lisboa: Editorial Estampa, 1975.

MACHADO, Antonio. **Campos de Castilha**. Madri: Catedra, 2007. 427 p.