

Atitude Historiadora na Leitura dos não Lugares

Historical Attitude in the Reading on non Places

 <http://eoi.citefactor.org/10.11248/ehum.v10i2.2436>

Marco Antônio Silva

Professor da Faculdade de Minas - FAMINAS.

Doutor em Educação pela UFMG.

marco.a.silva@pbh.gov.br

 <https://orcid.org/0000-0001-5032-3711>

Suelena Maria de Moraes

Graduanda do Centro Universitário de Belo Horizonte - UNIBH.

ambienteamigo.com.br



Recebido em: 09/10/2017 – Aceito em 16/01/2018

Resumo: Neste artigo, discute-se os conceitos de atitude historiadora propostos na Base Nacional Comum Curricular (BNCC); letramento em História, baseado nas proposições de consciência histórica de Jorn-Rüsen e trabalhadas por Isabel Barca e Peter Lee; leitura de mundo por meio dos objetos e do patrimônio cultural, na perspectiva defendida por Régis Ramos; e a ação pedagógica, alicerçada na Teoria dos Andaimés. Fez-se um breve levantamento sobre os “Não Lugares” e, por fim, foram apresentados os resultados da leitura de um grupo de arquitetos sobre os artifícios presentes nos Shopping Centers e lojas comerciais para induzir comportamentos de frequentadores, para aquisição excessiva de bens e serviços. Defende-se a tese de que essa possibilidade de leitura de um exemplar típico de não lugar, a partir da ótica de profissionais do ramo da arquitetura, pode ampliar o repertório de técnicas e procedimentos dos professores de História para sua própria leitura de mundo. Além disso, pode tornar-se mais uma referência para auxiliá-los na construção de estratégias para um processo ensino-aprendizagem, voltado para o desenvolvimento de uma atitude historiadora.

Palavras-chaves: Ensino de História, Metodologia, Educação Patrimonial

Abstract: This article discusses the concepts of historian attitude proposed in the Base Nacional Comum Curricular (BNCC); Literacy in History, based on the historical consciousness propositions of JornRüsen and worked by Isabel Barca and Peter Lee; world reading through objects and culturalpatrimony, in the perspective defended by Régis Ramos; and the pedagogical action, based on the Scaffolding Theory. There was a brief collection of information about “Non-places” and, finally, the results of the reading of a group of architects about the artifacts present in Shopping Malls and commercial stores to induce goers’ behaviors for excessive acquisition of goods and services. It is defended the thesis that the possibility of reading of a typical example of non-place, from the perspective of architecture professionals, can expand the repertoire of techniques and procedures of History teachers for their own reading of the world. In addition, it can become a further reference to assist in the construction of strategies for a teaching-learning process, aimed at developing a historian attitude.

Keywords: History Teaching, Methodology, Patrimonial Education

Introdução

Colocado em xeque em diversos momentos históricos, o ensino de história continua sendo um recurso fundamental para garantia de uma educação que contemple a leitura de mundo numa perspectiva que supere o senso comum. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC), alvo de polêmicas e descontentamento por parte de inúmeros pesquisadores e profissionais da área (SILVA, 2017; SILVA, 2015; FERREIRA, 2015; CRUZ, 2017) aponta a importância do ensino de História contribuir para que os alunos desenvolvam uma atitude historiadora para leitura de mundo.

Essa perspectiva dialoga com a produção acadêmica no campo da Educação e do ensino de História produzida nos últimos anos. Este artigo apresentará de forma sucinta esta produção e, em seguida, os resultados de algumas entrevistas semiestruturadas com cinco arquitetos sobre as intervenções de profissionais desta área no projeto, construção, planejamento e montagem de Shopping Centers e lojas comerciais com o objetivo de induzir os frequentadores a adotarem um comportamento consumidor. A leitura destes espaços, por sua vez, numa perspectiva de fontes históricas, contribui para o desenvolvimento dessa atitude historiadora.

Atitude historiadora e letramento em História

O processo de construção do conhecimento histórico se assenta na seleção, interpretação e análise dos documentos. O termo recebeu uma conceituação dotada de uma grande amplitude no século XX. Para Lucien Febvre (1989), por exemplo, a historiografia se faz não apenas com os documentos escritos, mas

Com tudo o que o engenho do historiador pode permitir-lhe utilizar para fabricar o seu mel, à falta de flores habituais. Portanto, com palavras. Com signos. Com paisagens e telhas. Com formas de cultivo e ervas daninhas. Com eclipses da lua e cangas de bois. Com exames de pedras por geólogos e análises de espadas de metal por químicos. Numa palavra, com tudo aquilo que pertence ao homem, depende do homem, serve o homem, exprime o homem, significa a presença, a atividade, os gostos e as maneiras de ser do homem... (FEBVRE, 1989, p.249.)

As diversas formas de registros produzidas ou deixadas pelo homem recebem também outras denominações na historiografia.

Fonte histórica, documento, registro, vestígio são todos termos correlatos para definir tudo aquilo produzido pela humanidade no tempo e no espaço; a herança material e imaterial deixada pelos antepassados que serve de base para a construção do conhecimento histórico. (...) Vestígio é a palavra atualmente preferida pelos historiadores que defendem que a fonte histórica é mais do que o documento oficial: que os mitos, a fala, o cinema, a literatura, tudo isso, como produtos humanos, torna-se fonte para o conhecimento da história. (SILVA e SILVA, 2009, p. 158)

Um objeto produzido pelo homem em seu processo de vivência não é, por si só, um documento histórico. Este se tornará documento se for alvo das análises produzidas pelo historiador, ou seja, o uso enquanto recurso historiográfico é que imprime um caráter de documento ao objeto. Os documentos históricos, por sua vez, não são códigos probatórios de um processo de vivência a serem desvendados a

posteriori. Eles não trazem uma verdade velada ou mais explícita a ser descoberta pelo historiador. O historiador, munido de conhecimentos advindos da epistemologia da História, selecionará os documentos e o que analisará em cada um deles.

Na verdade, é o historiador “quem fala e a explicitação de seus critérios e procedimentos é fundamental para definir o alcance de sua fala. Toda Operação com documentos, portanto, é de natureza retórica.” (BNCC, p. 347).

Nesse sentido, não existe uma única narrativa para descrever um processo histórico. Cada processo pode contar com narrativas plurais alicerçados nos trabalhos de diversos historiadores. A retórica construída a partir da visão dos historiadores, porém, não é uma pura ficção ou uma produção imaginária. Esta construção discursiva se alicerça em um conjunto extremamente estruturado de conhecimentos historiográficos que possibilitam interpretações consistentes de uma dada realidade.

O ensino de História, por sua vez, também não deve apresentar uma versão única, pronta e acabada para o processo histórico. Tal qual a produção do conhecimento pelos historiadores, a produção do conhecimento na sala de aula deve pautar-se pela “(re)construção” dos processos que levam à produção do conhecimento histórico. Nesse sentido, o estudante apreenderá uma “metodologia de leitura da história” exercitada em contextos sócio históricos diversos e que poderá ser aplicada em diversas situações.

O Ensino de História na Educação Básica não tem por objetivo levar os estudantes a produzirem uma narrativa historiográfica tal qual a construída pelos historiadores. Nem tampouco transformar os estudantes em “mini historiadores”. A Base Nacional Comum Curricular chama a atenção para a importância do conhecimento historiográfico oferecer ao sujeito suporte para a leitura das relações passado/presente. Quanto maior for o domínio do sistema de significações ou relações lógicas constituídas pela historiografia, maior será a consistência dessa leitura.

A História pode oferecer “referências teóricas capazes de trazer inteligibilidade aos objetos históricos selecionados” (BNCC, p. 347). Nesse sentido, este aporte historiográfico contribui para ancoragem das análises empreendidas pelo sujeito, mesmo que este não seja um especialista na área. Como apontam as proposições e orientações advindas da BNCC, a construção e desenvolvimento de uma atitude historiadora de estudantes e professores diante da gama de conteúdos propostos para Educação Básica é um objetivo central do Ensino de História.

É essa atitude historiadora que os sujeitos que não são historiadores podem adotar para a leitura sócio histórica do mundo. Mas o que seria essa atitude historiadora? A atitude historiadora pode ser compreendida como um conjunto de competências a serem adquiridas por meio do ensino de história que possibilitam uma leitura mais sistemática, fundamentada e crítica da história.

O desenvolvimento destas competências, por sua vez, se dá a partir da experiência de alunos e professores. Experiência esta que está diretamente relacionada à “realidade social e o universo da comunidade escolar, bem como seus referenciais históricos, sociais e culturais.” (BNCC, p. 351). Em outras palavras, a construção do conhecimento está diretamente relacionada com a realidade sociocultural do sujeito.

A BNCC sugere que se adote uma metodologia de exploração didático/pedagógica de objetos materiais selecionados para o conteúdo curricular que possa contribuir para o desenvolvimento de uma série de operações mentais. Estas devem ir dos níveis de menor complexidade cognitiva aos mais elaborados. A seleção destes objetos, contextos e situações a partir da realidade cultural dos sujeitos envolvidos no processo ensino aprendizagem é promissora para o processo de construção do conhecimento escolar.

Existe uma sintonia fina entre a chamada atitude historiadora proposta na BNCC e a produção acadêmica no campo do Ensino de História. JörnRüsen (2006) afirma que o aprendizado da História não deve se limitar à aquisição do conhecimento histórico como uma série de fatos objetivos. Para além dessa perspectiva, o conhecimento histórico deve contribuir para a formação da chamada Consciência Histórica, ou seja, atuar como regra nos arranjos mentais tornando-se, de forma dinâmica, parte integrante da vida do sujeito.

Na perspectiva de Rüsen, o conhecimento histórico não significa simplesmente o acúmulo de uma quantidade de informações relacionadas a fatos do passado. Deve servir como uma ferramenta de orientação temporal que levaria a uma leitura do mundo no presente e embasaria uma avaliação quanto às perspectivas de futuro. Essa leitura do presente e a construção teórica de perspectivas do futuro, por sua vez, estariam alicerçadas nas experiências humanas do passado.

Desse modo, aqueles que desenvolveram a consciência histórica não conheceriam apenas o passado, mas utilizariam esse conhecimento como meio para auxiliar a compreensão do presente e/ou “antecipar” no plano mental o futuro em forma de previsão pertinente (Medeiros, 2006; Barca, 2005).

Essa estrutura mental seria aplicada em diversas situações sociais que demandam um conhecimento histórico para sua compreensão. Para citar eventos mais conhecidos, vamos fazer referências a algumas cerimônias e festividades cívicas e políticas. No caso brasileiro, poderíamos falar das comemorações pela independência política no dia 7 de setembro e a Inconfidência Mineira, em datas como os quinhentos anos da chegada dos portugueses ao Brasil ou nos duzentos anos da chegada da Família Real, nos eventos do dia do trabalhador ou na Semana da Consciência Negra.

O conhecimento histórico também é relevante na compreensão de exposições em museus ou filmes do gênero histórico e sociocultural. Poderíamos ainda citar, entre outros, a literatura, os jogos eletrônicos com enredos e tramas de caráter histórico e sociocultural, os álbuns familiares de fotografia, etc.

Em suma, as narrativas históricas estão presentes por toda a parte, e o sujeito que possui consciência histórica não se limita apenas a somar um novo conhecimento a outros tantos que já possui. O conhecimento histórico, na perspectiva da consciência histórica, possibilita ao sujeito estabelecer uma interação mental durante as leituras das narrativas históricas com o conhecimento histórico já acumulado estabelecendo, assim, uma orientação temporal e permitindo a construção de novos significados.

É importante ressaltar que o indivíduo pode utilizar-se de seus conhecimentos históricos para melhor compreender o mundo em que vive e não apenas nas situações em que as narrativas históricas são mais explícitas como, por exemplo, nas interpretações mais elaboradas de muitos noticiários veiculados pela imprensa escrita e midiática (jornais, revistas, televisão), da historicidade presente nos gêneros musicais como samba, tropicalismo, bossa-nova, hip-hop, forró, música erudita e em outros, tanto nas letras, quanto nos ritmos, nas melodias e instrumentos musicais utilizados.

Ainda é necessário registrar que, se o conhecimento do passado oferece perspectiva para a compreensão do presente, a compreensão do presente também auxilia na compreensão do passado. Como afirmava o historiador Fernand Braudel, “o presente e o passado esclarecem-se mutuamente, com uma luz recíproca” (1990, p. 21).

O conceito de consciência histórica embasou a construção do conceito de letramento em História por autores como Peter Lee (2001, 2003 e 2006) e Isabel Barca (2006). O letramento é à condição adquirida pelo sujeito para executar a leitura e a escrita de forma proficiente e autônoma nos diversos contextos sociais, em que essa capacidade é solicitada (Soares 2002; 2005). O letramento em História, por sua vez, é a condição adquirida pelo sujeito para utilizar-se do conhecimento histórico para ler, in-

interpretar e analisar de forma crítica e consistente o presente, fazendo projeções de futuro e/ou redefinindo conhecimentos do passado nas diversas situações sociais nas quais as narrativas históricas estão presentes de formas mais evidentes ou implícitas.

A Cultura nos Objetos

A atitude historiadora está relacionada ao processo de leitura de mundo. Esse termo já se tornou clichê nas citações do mestre Paulo Freire - “A leitura de mundo antecede a leitura da palavra” – que nem por isso deixa de ser necessária como referencial nos processos educacionais. Um professor de História ou de outras disciplinas que pretenda trabalhar nesta perspectiva precisa compreender como se dão os processos de aprendizagem.

Para Vygotsky, a aprendizagem é fruto do conhecimento adquirido nas relações humanas que se estabelecem nos mais variados espaços sociais. Os conhecimentos são construídos e reconstruídos por cada sujeito a partir de interações culturais com o outro. Assim, pode-se dizer que aprendemos com e na cultura. No espaço escolar, por exemplo, os processos de interação entre professor/aluno, aluno/professor, aluno/aluno, aluno e outras pessoas podem propiciar situações bastante ricas para a construção do conhecimento. Este é, inclusive, um dos pilares que sustentam a proposta de metodologias ativas. (OLIVEIRA, 2011; VALENTE e BIANCOCINI, 2017).

Entretanto, esses processos de interação ou de “trocas culturais” não precisam necessariamente do contato direto entre os homens. Essa relação pode ser mediada por variados objetos. Os objetos são artefatos que incorporam traços da cultura na qual foram criados e na sua historicidade. Assim, filmes, jogos eletrônicos, esculturas, pinturas, brinquedos, livros, objetos artesanais, edificações e uma infinidade de objetos que nos rodeiam são produtos culturais. Neles estão expressas necessidades, interesses e formas como os homens vivem, enxergam e imaginam o mundo.

Expressões da cultura de determinadas sociedades, os objetos utilizados como fontes históricas podem ser recursos para o processo de aprendizagem. No ensino de diversas disciplinas e, em particular a História, compreender parte da cultura por meio dos artefatos é um recurso bastante potente para o conhecimento de povos que viveram em outros tempos e espaços (SILVA e PORTO, 2012; LACERDA et al, 2015). As esculturas de Aleijadinho ou a arquitetura das igrejas de Ouro Preto, por exemplo, podem demonstrar muito da visão religiosa dos homens na sociedade mineira do século XVIII.

Não é sem motivo que a preservação do patrimônio se torna fundamental para garantir às futuras gerações o direito de observar e analisar por meio de objetos materiais e/ou imateriais um determinado contexto. O patrimônio cultural e a memória estão intimamente associados. Por isso, o ensino de História não pode prescindir do patrimônio cultural como recurso pedagógico. Os objetos patrimonializados são instrumentos potentes para alavancar o processo de conhecimento da história. Como o processo de preservação patrimonial não é neutro, a história da construção do patrimônio cultural no Brasil é marcada por inúmeros embates, disputas e silenciamentos.

A partir do final da década de 1970 movimentos sociais populares representativos de trabalhadores, mulheres, negros, índios, homossexuais, entre outros forçaram a criação de dispositivos legais e políticas públicas voltadas para a identificação, o reconhecimento, a valorização e a preservação de entes patrimoniais que expressarem a pluralidade sociocultural brasileira e garantissem o direito à preservação de múltiplas memórias. Nesse contexto, surgiu a expressão patrimônio cultural não consagrado para designar aqueles bens culturais que, até então, não integravam o universo do patrimônio histórico e artístico nacional como as produções indígenas, afro-brasileiras e de popula-

³Museu é uma instituição sem fins lucrativos, permanente, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, e aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e divertimento, testemunhos materiais do povo e seu meio ambiente. (ICOM, Estatuto do Conselho Internacional de Museus. §1, artigo 2.).

ções rurais e imigrantes (Fonseca, 2008).

Oficializado ou não, esse patrimônio está nos mais variados lugares: uma igreja barroca de Minas Gerais, o mercado Ver-o-Peso no Pará, um terreiro de candomblé na Bahia, as pinturas corporais de povos indígenas como os Wajãpi no Amapá, o Mercado Central em Belo Horizonte, os estádios de futebol nas grandes cidades, dentre outros. Existem também locais apropriados e privilegiados para salvaguarda, apreciação e educação por meio do patrimônio cultural, ou seja, os museus³.

Objetos Geradores

Uma concepção bastante rica de abordagem do patrimônio voltada para o ensino de História foi definida pelo professor de História da Universidade Federal do Ceará e ex-diretor do Museu do Ceará Francisco Régis Lopes Ramos. O autor propõe uma educação com o patrimônio por meio de objetos geradores, espelhada na palavra “geradora” de Paulo Freire. A utilização das proposições de Paulo Freire na exploração dos objetos museais surgiu no final da década de 1980 e início dos anos 1990 em palestras e textos de Iara Madeira, Stella Fonseca, Waldisa Russo e Maria Luíza Quirini (Chagas, 2004, p.10).

Ramos, entretanto, aprofundou e sistematizou a discussão. Assim, o estudo da “história do objeto” revelaria a “história no objeto”. Para Freire, a palavra geradora é o ponto de partida do processo de alfabetização.

Assim, se a palavra favela, no caso brasileiro e a palavra ‘callampa’ no chileno, são palavras geradoras em áreas faveladas ou ‘callamperas’ nesses países, é óbvio que as codificações em que devem estar postas devam representar aspectos da realidade favelada (FREIRE, 1975, p. 68.)

O objeto gerador, por sua vez, é ponto de partida das proposições de Ramos.

É plausível defender que uma das possibilidades para o início de uma alfabetização museológica pode ser o trabalho com objetos geradores. Em sala de aula, no museu, ou em outros espaços educativos, o professor ou o orientador faria uma pesquisa e escolheria objetivos significativos para os alunos, ou participantes de certo grupo, e a partir daí realizaria exercícios sobre a leitura do mundo através dos objetos. (Ramos, 2004, p 32.)

A experiência cotidiana é adotada como ponto de partida. “A partir do vivido, é gerado o “debate de situações desafiadoras”. Nas próprias “situações existenciais” são germinadas “situações-problema”(Ramos, 2004. p.38.).

Essa metodologia de avaliação dos objetos, patrimonializados ou não, musealizados ou não, na perspectiva de objetos geradores pode ser aplicada como recurso no ensino de história na análise das mais variadas modalidades de fontes históricas do passado e/ou do presente. Na observação mais crítica dos objetos do cotidiano mais próximo do estudante.

A análise de um copo descartável pode ser um bom exemplo. Este produto pode ser percebido como uma mercadoria típica do modelo de produção inaugurado a partir da Revolução Industrial. Nele estão embutidos interesses econômicos elementares do sistema capitalista como a baixa durabilidade, a necessidade rápida reposição, a ausência de compromisso com a sustentabilidade e a busca da lucratividade como fim maior.

Em suma, como já visto, a melhor compreensão de sociedades do passado pelos indivíduos, auxilia na compreensão da própria sociedade na qual este está inserido. Ao estabelecer relações de semelhança e/ou diferenças, continuidade ou ruptura entre passado e presente o sujeito compreende melhor o mundo no qual está inserido. Além disso, a análise das fontes históricas pertencentes a própria sociedade na qual o sujeito está inserido possibilitam também uma compreensão mais sistemática e complexa do presente. Os objetos que fazem parte do cotidiano, em suas variadas formas, são partes do acervo cultural de uma determinada comunidade ou grupo social. Os sujeitos que produzem e/ou utilizam estes objetos podem compreender melhor o seu tempo e espaço ao observá-los criticamente.

Professores e o Sistema de Andaimes

Se o conteúdo que faz parte do processo ensino/aprendizagem é importante, não menos relevante no processo ensino/aprendizagem é a forma como este conteúdo é estudado. A escola é um espaço social e culturalmente constituído para socialização, transmissão, produção, (re)produção e questionamento da cultura. O processo de ensino/aprendizagem em seu interior não se dá de forma espontânea, sem planejamento ou estratégias de ensino/aprendizagem pedagogicamente consistentes. A literatura no campo da educação há muito vem refutando o modelo de atuação da professora e professor denunciado por Paulo Freire já na década de 1960 como educação bancária. Modelo este que ainda se faz muito presente na Educação.

Dentre as referências teóricas para o desenvolvimento do processo ensino/aprendizagem o chamado Sistema de Andaimes é ainda uma proposta bastante interessante. Mas o que é o “Sistema de Andaimes”? Trata-se de uma teoria criada por Wood, Bruner e Ross (1976), baseados no conceito de Zona de Desenvolvimento Proximal de Vygotsky. Essa teoria demonstra a importância da atuação do professor para levar o estudante a descobrir caminhos e novas possibilidades de aprendizado. Na construção civil, os andaimes são ferramentas utilizadas para facilitar o acesso do operário a determinadas alturas.

Para que se possa acessar toda a área da construção, é necessário que o andaime também seja ampliado horizontalmente. Assim que as tarefas foram desenvolvidas naquele andar, o andaime pode ser elevado, e uma nova atividade começa a ser executada nos andares superiores. No ambiente escolar, o professor também atua para aumentar a abrangência da utilização de determinados conhecimentos apresentando novos desafios para ampliação e/ou aquisição de novas aprendizagens. Com base no contexto vivenciado pelos estudantes, o professor desafia, encoraja, esclarece e oferece novas possibilidades para que possam redirecionar, ampliar ou desenvolver novos enfoques sobre o conhecimento.

De forma dialógica, o professor pode oferecer dicas e orientações especiais para atuações individuais e coletivas. Nesse processo, os alunos são levados a buscar, a selecionar informações, a construir hipóteses e a tomar decisões reorganizando e dando sentido e significado ao conhecimento. É importante que sejam incentivados e orientados a refletir criticamente sobre o que lhes é apresentado e a transcender, isto é, ir além das informações obtidas, distinguindo os dados mais importantes dos secundários, buscando relacionar o apreendido com outras informações e situações.

Nesse ponto, o aporte da teoria dos andaimes em associação com as propostas freireanas torna-se uma referência teórica potente para o desenvolvimento da aprendizagem. Sempre a partir do contexto cultural do sujeito, na perspectiva freireana e no trabalho com objetos geradores, o professor deve lançar questões, desafios e criar situações para que o processo ensino aprendizagem se desenvolva. Essa metodologia contribui para impulsionar o sujeito a superar de forma progressiva desafios compatíveis com seu estágio de conhecimento

Essa dinâmica contínua de produção do conhecimento leva à construção de métodos cada vez mais

elaborados e sofisticados de busca, manipulação, seleção das informações e construção de hipóteses por parte dos estudantes e do próprio professor, que também se torna aprendiz nesse processo de interação.

Entretanto, cabe ressaltar que, no processo de aprendizagem, o desenvolvimento cognitivo não segue sempre uma lógica ascendente e com etapas tão definidas. Quando os andaimes têm sua altura elevada para que os operários possam acessar os andares superiores, não quer dizer que todo o serviço nos andares inferiores foi executado. Muitas vezes, ainda são necessárias inúmeras intervenções antes que a transposição possa acontecer. De forma semelhante, podemos dizer que o conhecimento na verdade é construído numa espiral, onde os limites entre etapas são mesclados e fluidos.

Os não Lugares

No sentido oposto do localismo, da importância crescente dos espaços identitários onde concentramos nosso cotidiano, vivências e nossa memória estão os não lugares, amplamente estudados por Marc Augé (COSTA, Cristina. 2010, P. 70). Para o autor, os não lugares são aqueles espaços que se reproduzem no mundo todo, apresentando as mesmas características impessoais e a-históricas.

Shopping centers, caixas eletrônicos, elevadores, vagões de metrô, saguões de aeroportos, interiores de avião, máquinas de café expresso são alguns desses não lugares, semelhantes em todo o mundo, com as mesmas cores, a mesma ambiência e até o mesmo aroma, independentemente dos países.

Esses lugares são fenômenos que carregam uma ambiguidade. Não representam a expressão típica cultural da maior parte das localidades onde estão. Representam um padrão que se aplica em contextos socioculturais diferentes. Ao mesmo tempo estão presentes nos mais diversos lugares, tornando-se parte e palco da vida de milhões de pessoas ao redor do planeta.

Shopping Center, o não Lugar do Desejo e de Moldagem de Comportamentos

Os shopping centers são espaços que atraem muitos indivíduos nas grandes cidades brasileiras e mundiais. A partir do final de 2013, por exemplo, noticiários da imprensa registraram uma onda de encontros marcados pela internet que reuniam centenas de jovens das regiões periféricas e mais pobres em shopping centers de várias cidades brasileiras.

O fenômeno começou na capital paulista “Entre os primeiros eventos, estavam atos organizados por cantores de funk em resposta à aprovação de um projeto de lei que proibia bailes nas ruas da capital paulista.” (dc.clicrbs.com.br – acesso em 22/11/2017). Entretanto, o movimento se ampliou e no começo do mês de dezembro “Cerca de seis mil jovens haviam ocupado o estacionamento do Shopping Metrô Itaquera e foram reprimidos.” (dc.clicrbs.com.br – acesso em 22/11/2017).

Os administradores dos Shoppings mais luxuosos sentindo-se ameaçados pela entrada de grupos que não são potencialmente seus consumidores típicos conseguiram inúmeras liminares na justiça proibindo os chamados rolezinhos (notícias.uol.com.br – 27/11/2016 – acesso em 22/11/2017). Entretanto, o movimento, ainda em 2013 e nos primeiros meses do ano seguinte, avançou pelas grandes cidades do país.

Em matéria publicada na Revista Carta Capital, no dia 17 de janeiro de 2014, o jornalista Pedro Estavam Serrano já apresentava uma avaliação das motivações que impulsionaram os adeptos do rolezinho: “Não era um protesto contra os males do mundo, era uma forma de procurar espantá-los por algumas horas de forma segura, alegre e num ambiente valorizado pelos desejos de consumo”⁴.

⁴SERRANO, Pedro Estavam. “Rolezinho”, capitalismo e gente bonita. CARTA CAPITAL, 17/01/2014.

Os shopping Centers assumem uma característica ambígua. Não se constituem a partir da cultura local e, ao mesmo tempo, tornam-se espaços de vivências, consumo e desejo dos indivíduos na região em que se encontram. Entretanto, essa moldagem de comportamento para o consumo não se constitui de forma espontânea.

Entrevistamos cinco arquitetas e arquitetos e procuramos entender, a partir do olhar destes profissionais, as estratégias mais utilizadas em projetos de Shoppings e lojas para transformar os frequentadores em consumidores de produtos e serviços. Estratégias que são adotadas para atender o objetivo para o qual o empreendimento foi constituído, ou seja, espaço para a grande comercialização de produtos e serviços. Neste artigo, os entrevistados serão denominados pelas letras A, B, C, D e E para preservar a identidade de cada um.

O arquiteto A tem 52 anos de idade, dos quais 27 atuando no ramo desenvolvendo projetos de interiores residenciais e comerciais. Possui uma larga experiência em projetos para lojas e ambientes de Casa Cor. O entrevistado B possui 65 anos e há 32 desenvolve projetos comerciais com foco em lojas de departamento. Os entrevistados C e D são sócios em um mesmo escritório de prestação de serviços em arquitetura e possuem 39 e 41 anos de idade, respectivamente. Trabalham há dez anos com projetos comerciais com foco em projetos para adequação de espaços para franquias de grandes marcas, lanchonetes e restaurantes.

O arquiteto E possui 30 anos de experiência profissional. Trabalha com aplicação de conceitos de marketing de experiências e ciência do comportamento em projetos na área de saúde e tem em seu currículo seis anos de atividades desenvolvendo projetos e montagens de lojas de shopping. Nas palavras do Arquiteto E

Os homens normalmente buscam simplificar, facilitar e tornar mais intuitivas suas experiências diárias. Nas mais variadas atividades humanas essa busca da conveniência é um desejo desde os tempos mais remotos. Essa busca dos sujeitos pela facilidade talvez seja parte da explicação para o sucesso dos Shopping Centers, esses grandes espaços fechados que centralizam lojas das mais variadas áreas, serviços e comodidades de todo tipo, como resposta, principalmente, aos problemas de segurança e à dificuldade crescente de estacionamento nos centros comerciais das cidades, antigos polos de compra. Os shoppings trouxeram a promessa de concentrar as lojas e serviços em área coberta, de oferecer estacionamento amplo e segurança, de criar para os clientes uma experiência mais tranquila de compra e, mais recentemente, de se transformar em uma opção completa de lazer para toda a família, com suas salas de cinema, jogos e diversas atrações. (depoimento entrevistado E)

Para Michael Tomasello (1999) todo objeto ou prática bem-sucedida é culturalmente incorporada, transmitida e aperfeiçoada produzindo um processo cultural cumulativo. O autor ressalta que o processo de evolução cultural cumulativa requer não só invenção criativa, mas também transmissão social que pode funcionar como uma catraca para prevenir o deslizamento para trás. Assim, o artefato ou prática recém-inventado preserva sua forma, pelo menos, até que um outro modo mais eficiente seja constituído. Nesse contexto, a incorporação do shopping Centers à cultura da população pode ser melhor compreendida.

Para o entrevistado C

Os primeiros shoppings brasileiros, como o Iguatemi em São Paulo e o BH Shopping em Belo Horizonte, passaram por momentos complicados no início de suas atividades por não fazerem ainda parte da cultura do brasileiro, acostumado às lojas e cinemas de rua. Mas o novo conceito foi sendo assimilado aos poucos e atualmente os shoppings se tornaram verdadeiras praças de consumo. Os adolescentes de hoje nem imaginam mais como seria um cinema de rua ou um *footing* na praça. (depoimento entrevistado C)

Nesse sentido, é possível inferir que o novo artefato e os hábitos diferentes que ele institui foram sendo incorporados, transmitidos e aperfeiçoados na perspectiva cultural cumulativa supracitada.

O Entrevistado A comentou que no planejamento e estudo de viabilidade de um shopping é necessária a criação de uma equipe multidisciplinar, da qual, invariavelmente, existe um arquiteto. O entrevistado também afirma que a arquitetura é uma profissão bastante antiga, que vai se atualizando, dialogando com outras ciências e incorporando conceitos de como satisfazer as necessidades, desejos e expectativas dos clientes ao longo do tempo. Tem como objetivo traduzir esses fatores para suas diversas áreas de atuação: desde o planejamento de uma cidade inteira até a criação de um móvel ou pequeno objeto, devendo estar sempre atenta às normas vigentes, aos orçamentos e aos objetivos de seus clientes, tanto em termos de estética quanto em termos de funcionalidade. (depoimento entrevistado A).

Dentro dos shoppings muitas das soluções de design apresentadas são cuidadosamente planejadas com base em pesquisas feitas por antropólogos e estudiosos da Ciência das Compras e também nos ensinamentos do Marketing de Experiências, das teorias da Lógica de Consumo e do Comportamento do Consumidor. Nesse sentido, uma afirmativa do entrevistado D é bastante exemplar.

No mundo atual, tudo pode ser facilmente monitorado, pesquisado, tabulado e desvendado com a ajuda dessas novas ciências. A experiência de compra não é mais um mistério para aqueles que a estudam. Já existem explicações, pesquisadas há anos por antropólogos, sobre os motivos pelos quais compramos um produto ou serviço e como os projetos de arquitetura e design de lojas podem influenciar nossa experiência de compra. (depoimento entrevistado D).

Todos os entrevistados afirmaram que o design influencia as percepções dos seres humanos e que conseqüentemente, poderá determinar de modo significativo seus comportamentos e decisões, que serão tomadas a partir dessas percepções. De acordo com quatro dos nossos entrevistados, o projeto de uma loja deve levar em consideração todos esses aspectos e não somente a parte visual. “O cheiro de pão fresco e de café passado na hora pode facilmente convencer o transeunte de que esse é momento certo para uma pausa para o café” afirma o entrevistado A.

Este pressuposto encontra eco nas palavras de Lindstrom (2011) ao afirmar que os sentidos do ser humano possuem papel relevante nas decisões tomadas no processo de compra. Assim, um cheiro de chocolate, o ruído de sucrilhos, a visão de um objeto de desejo, são fatores que influenciam significativamente na decisão do sujeito em consumir ou não uma compra. O autor chama atenção também para o fato de que esses aromas nem sempre são naturais.

Os entrevistados, via de regra, apresentaram depoimentos alicerçados em suas experiências profissionais. Entretanto, três deles citaram autores como Paco Underhill (1999) e/ou Ferracciù (1997). Esses autores, dentre outras questões, afirmam que quanto mais tempo um consumidor passar dentro de uma loja ou caminhando pelos corredores de um shopping, maior possibilidade de efetuar uma compra. Ferracciù, por exemplo, comenta que

As pesquisas indicam uma permanência média de consumidores fazendo compras nas lojas, à base de um valor médio por minuto, no caso de supermercados, auto-serviços, shoppings etc. Indicam também que, à medida que os consumidores permanecem no local, continuam comprando a mesma média por minuto, particularmente, de itens não planejados. (1997, p. 58). O entrevistado B comentou que a maior permanência do sujeito nos shoppings pode levá-lo à

descobrir um produto ou serviço que ainda não tinha sido visto, se encantar com alguma vitrine em especial ou ter tempo de perceber os produtos oferecidos, usando os sentidos para avaliar tudo que está a sua volta, de maneira consciente ou não. (depoimento entrevistado B).

Os entrevistados apontaram detalhes usados no projeto que estimulam o prolongamento da permanência dos sujeitos nos grandes shoppings. Mesmo sendo espaços muito grandes, não é comum encontrar janelas ou relógios nas paredes. Sem esses itens é mais difícil que os frequentadores percebam a passagem de tempo. Talvez por isso seja tão comum que permaneçam por um período maior do que o planejado, sem tomar consciência disso. Um comentário do entrevistado B é exemplar: “É comum que um ou outro vendedor nos pergunte se está chovendo lá fora ou se já escureceu, pois dentro desses ambientes a passagem de tempo fica em segundo plano”

Três entrevistados chamaram a atenção para os pisos destes empreendimentos que, via de regra, são extremamente brilhantes e polidos. Assim, por segurança, os transeuntes tendem a caminhar de forma mais lenta, sobretudo as mulheres que normalmente usam calçados de salto mais elevado. A caminhada mais lenta, além de contribuir para aumentar a permanência do frequentador, cria condições para que este provavelmente visualize de formamais detalhada as vitrines com seus produtos.

Outra estratégia adotada para ampliar a permanência e a passagem dos frequentadores por uma área mais ampla é o posicionamento das escadas rolantes. Os quatro entrevistados, que trataram desta questão, disseram que essas escadas estão posicionadas em lugares que direcionam os clientes, que precisam ir de um piso a outro, por um trajeto bem extenso. Assim, passarão em frente a um número maior de lojas e vitrines. Deste modo, amplia-se o tempo de permanência e as possibilidades de o frequentador observar um número maior de vitrines ampliando as chances de realizar alguma compra.

O posicionamento dos produtos dentro das lojas também pode ser estrategicamente pensado para garantir maior permanência e circulação dos sujeitos pelos corredores. Objetos voltados para o atendimento de necessidade básicas, aquelas que normalmente tem a compra planejada, são colocados no fundo das lojas. Nesse sentido, tornam obrigatória a passagem do sujeito por um percurso no qual encontrará outros produtos cuja a compra não foi planejada. Esses produtos são, via de regra, adquiridos por impulso e avistados nos corredores percorridos pelo sujeito que se desloca na direção dos produtos que atendem necessidades básicas. Segundo o entrevistado A

Esse posicionamento faz com que sejamos expostos ao que é desejo enquanto nos direcionamos para o que é realmente necessário. Por isso, nos supermercados e lojas de varejo os gêneros de primeira necessidade estarão sempre no fundo das lojas. (depoimento entrevistado A).

Os entrevistados também relataram de forma unânime, que a organização, disposição dos móveis e decoração das lojas são projetadas em função do perfil do cliente a ser atingido. Detalhes que tenham significado para esse público estão muito presentes nestes projetos. Essa constatação encontra eco nas palavras de Regina Blessa ao afirmar a importância da técnica de trabalhar o ambiente do ponto de venda criando identidade e personificando decorativamente todos os equipamentos que circundam os produtos. O Merchandising Visual usa o design, a arquitetura e a decoração para aclimatar, motivar e induzir os consumidores à compra. (BLESSA, 2003, p.22).

Nesse sentido, quatro profissionais fizeram observações sobre alguns critérios adotados na organização das vitrines das lojas, preparadas de acordo com o perfil do público que será atendido e o preço dos produtos que serão expostos. Lojas que possuem produtos com preços mais baixos são mais populares e têm vitrines mais abertas para “convidar” o transeunte a entrar. Geralmente possuem muitos produtos em exposição, inclusive vários produtos iguais enfileirados, demonstrando que por serem em maior quantidade, não podem custar muito por unidade.

Lojas que comercializam produtos mais caros são, via de regra, consideradas mais sofisticadas. Nessas vitrines são visualmente mais fechadas, “mostrando que entrar” é um privilégio para poucos. Como as mercadorias são destinadas a um público de poder aquisitivo mais elevado, terão menos produtos expostos. A intenção é repassar a ideia de uma certa exclusividade para cada tipo de produto. Existe muito espaço vazio entre eles para induzir a apreciação de cada item separadamente. Podem ser expostas em pedestais para deixar embutida a mensagem de que aquele produto é especial e que por isso merece ter um valor maior.

Três profissionais comentaram outra estratégia adotada para disposição dos produtos nas vitrines e expositores. A organização sempre é feita para valorizar as mercadorias de acordo com o imaginário do tipo de cliente que se pretende atingir. Como muitas compras não são planejadas e acontecem por impulso, a forma como o produto está exposto pode contribuir para que sejam efetivadas.

O entrevistado E afirma que

uma bolsa colocada ao lado de um sapato que combina perfeitamente com ela, o queijo ralado ao lado do molho de tomate, um brinquedo colocado justamente ao lado seção de fraldas, as balas e chicletes colocados ao lado do local de pagamento, por exemplo, são convites às compras não planejadas. (depoimento entrevistado E)

Um fato interessante de se registrar foi levantado pelos entrevistados B, C e E. Depois de efetuadas as compras pelos consumidores em determinados empreendimentos a permanência destes já não é necessária. Assim adota-se uma estratégia para reduzi-la.

Em restaurantes a escolha do modelo das cadeiras também segue uma estratégia. Em um res-

taurante tipo *fastfood* (nos quais o cliente paga pelo produto antecipadamente) é importante que haja rotatividade dos consumidores para liberação de espaço para outros frequentadores e a concretização de novas vendas. Nestes casos, as cadeiras serão de material duro, oferecendo conforto apenas o suficiente para se consumir algo como um lanche rápido. Se for um restaurante *ala carte*, no qual o pagamento se dá após o consumo, é importante que haja maior permanência dos sujeitos no recinto. Nestes casos, as cadeiras serão mais confortáveis, provavelmente com apoios de braço, nas quais o cliente poderá se recostar e viver uma experiência mais demorada. Essa permanência possibilita um consumo maior com entradas, pratos principais, sobremesas, vinhos e cafés (depoimento entrevistado C).

Citando Lindstrom (2011) o arquiteto B afirma que a manipulação da iluminação e do som também podem ajudar a criar um clima ideal para se obter o resultado esperado em um restaurante.

Iluminação branca faz com que o cliente fique menos tempo. Isso atende normalmente os interesses de um fastfood. A iluminação amarelada cria o aconchego necessário a um restaurante *ala carte*. E em um *fastfood* músicas mais agitadas farão com que o cliente se apresse mais na refeição, liberando a mesa para outros, enquanto músicas mais lentas farão com que o cliente fique mais tranquilo, amplie sua permanência e tenha mais tempo para observar e aproveitar o cardápio de um restaurante *ala carte*. (depoimento entrevistado B).

O entrevistado E também afirmou que

A iluminação é um capítulo à parte e pode, sozinha, ser motivo de sucesso ou fracasso de um ponto de venda. Uma loja de biquíni que tenha luz amarela, mais quente, nos provadores, venderá mais que uma loja que tenha luz branca, mais fria. Isso porque a luz amarelada dá um tom mais bonito na pele e deixará o biquíni mais apresentável no corpo da cliente. (depoimento entrevistado E).

Por fim, cabe registrar um fato comentado pelo entrevistado A. Diversos projetos de loja incluem acessórios que se tornam ferramentas importantes para otimização dos processos de vendas.

Drogarias e lojas de departamentos, via de regra, possuem cestas ou sacolas para facilitar o transporte dos produtos e são entregues ou estão disponíveis ao cliente assim que ele passa pela porta. Pesquisas de observação possibilitaram concluir que os clientes tendo uma das mãos sempre ocupada com bolsas, casacos ou sombrinhas, podem carregar um número de limitado de produtos. Com o uso de uma cesta, sacola ou carrinho de compras, amplia-se o número de produtos que um consumidor poderá carregar. Este tipo de artifício amplia consideravelmente as vendas de uma determinada empresa.

Considerações Finais

Neste artigo foram discutidos conceitos de atitude historiadora proposta na BNCC; letramento em História baseado nas proposições de consciência histórica de Jorn Rüsen, trabalhadas por Isabel Barca e Peter Lee; leitura de mundo por meio dos objetos e do patrimônio cultural, na perspectiva defendida por Régis Ramos; e, por fim, a ação pedagógica alicerçada na Teoria dos Andaimos. Fez-se um breve levantamento sobre os Não Lugares e os resultados da leitura de um grupo de arquitetos sobre os artifícios presentes nos Shopping Centers e lojas comerciais para induzir comportamentos de frequentadores

para aquisição excessiva de bens e serviços.

Como já discutido, a apreensão de determinadas perspectivas analíticas da historiografia, guardadas as devidas proporções, por estudantes da Educação Básica, contribuem para construção de um referencial teórico para auxiliar na leitura de mundo. Tal qual o historiador, o professor de História não pode abrir mão do diálogo interdisciplinar para o exercício de seu ofício. Essa possibilidade de leitura de um empreendimento comercial a partir da ótica de profissionais do ramo da arquitetura pode ampliar o repertório de técnicas e procedimentos dos docentes para sua própria leitura de mundo e auxiliá-los na construção de estratégias para o processo ensino/aprendizagem voltado para o desenvolvimento de uma atitude historiadora.

Os Shopping Centers e lojas comerciais, analisados na perspectiva de fonte histórica -compreendidas também pela visão de alguns de seus principais autores, ou seja, os arquitetos -possibilitam aos estudantes a ampliação do repertório de conhecimentos para uma leitura mais complexa de mundo. Uma discussão clássica na historiografia aponta há bastante tempo que as fontes históricas não são elementos neutros. Como defende Jacques Le Goff (1984) foram produzidas por alguém, endereçadas a outrem e representam determinados interesses. Ainda segundo o autor, devem ser lidas e desvendadas em seu contexto de produção porque trazem em si conceitos e concepções. Se não são peças probatórias de um processo, ou seja, não apresentam uma verdade a ser descoberta, trazem possibilidades que podem ser compreendidas a partir das ferramentas conceituais da historiografia.

A análise mais criteriosa dos não lugares pode contribuir de modo significativo para que o estudante exerça uma leitura crítica de mundo a partir de equipamentos urbanos tão presentes no cotidiano e nas práticas vivenciais da população em grandes cidades espalhadas pelo mundo na atualidade. Não se espera que noensinohistória a leitura destes profissionais da arquitetura seja reproduzida no processo ensino/aprendizagem. Esta não é a única possível ou mais credenciada para se tornar referência. No entanto, pode ser uma das possibilidades significativas para auxiliar o professor a fomentar no estudante, na perspectiva sugerida pela teoria dos andaimes, a produção da sua própria leitura destes espaços.

Referências Bibliográficas

- BECKER, Fernando. Educação e construção do conhecimento. Porto Alegre: Penso, 2012.
- BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- CHAGAS, M. S. A imaginação museal - Museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro. Rio de Janeiro: IBRAM, 2009. v. 1. p. 257
- COSTA, Cristina. Sociologia: Questões de atualidade. São Paulo: Moderna, 2010.
- CRUZ, Ana Cristina Juvenal da. O lugar da história e cultura africana e afro-brasileira nos debates contemporâneos do currículo brasileiro. Revista Ensino Interdisciplinar. Mossoró, v. 3, n.º. 08, 2017. p. 134-150.
- FERRACIÙ, João de Simoni Soderini. Promoção de vendas. São Paulo: Makron Books, 1997
- FERREIRA, WindyzBrazão. O conceito de diversidade no BNCC: Relações de poder e interesses ocultos. Retratos da Escola, Brasília, v. 9, n. 17, p. 299-319, jul./dez.. 2015. Disponível em <http://www.esforce.org.br>.
- FREIRE, Paulo. Ação Cultural para a Liberdade e outros escritos. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1975.
- González Calderón, Fabián; Gárate Guerrero, Camila. EL APRENDIZAJE HISTÓRICO EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA. JÓVENES CHILENOS Y CONCIENCIA HISTÓRICA. Diálogo andino. 0719-2681. Disponível em: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-26812017000200073&nrm=iso,"2017","73-85","scielocl". Acesso em 01/12/2017
- LACERDA, A. D.; FIGUEIREDO, B. G.; PEREIRA, J. S.; SILVA, M. A. Patrimônio Cultural em Oficinas: Atividades em contextos escolares - 1. ed. - Belo Horizonte: Fino Traço, 2015.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. (Tradução Bernardo Leitão et al.) Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1994.

- LE GOFF, Jacques. "Documento/Monumento". In: *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1984. v. 1, Memória-História.
- LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre (Org.). *História: novas abordagens*. (Tradução Terezinha Marinho). Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.
- LEE, Peter. Em direção ao conceito de literacia histórica. *Educar*, Curitiba; Editora UFPR. Especial, 2006. p. 131- 150.
- LEE, Peter. Nós fabricamos carros e eles tinham que andar a pé: compreensão das pessoas do passado. In: BARCA, I. (Org.). *Educação histórica e museus*. Braga: CIED, Universidade do Minho, 2003. p. 19-36.
- LEE, Peter. Progressão da compreensão dos alunos em história. In: BARCA, I. (Org.). *Perspectivas em educação histórica*. Braga: CEEP, Universidade do Minho, 2001. p. 13-27.
- LINDSTROM, Martin Brandsense, Segredos Sensoriais por Trás das Coisas que Compramos. São Paulo: Bookman, 2011
- OLIVEIRA, M. G.; PONTES, L. Metodologia ativa no processo de aprendizado do conceito de cuidar: um relato de experiência. X Congresso Nacional de Educação – EDUCERE, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2011.
- RÜSEN, Jörn. Didática da história: passado, presente e perspectivas a partir do caso alemão. *Práxis Educativa*. v. 1, n. 2, p.7 – 16, Ponta Grossa, PR. jul.-dez. 2006 (B).
- RÜSEN, Jörn. Historiografia comparativa intercultural. In: *A história escrita: teoria e história da historiografia*. Malerba, Jurandir (Org.). São Paulo: Contexto, 2006.
- RÜSEN, Jörn. *Reconstrução do passado – Teoria da História II: os princípios da pesquisa histórica*. (Tradução Asta-Rose Alcaide e Estevão de Rezende Martins.) Brasília: Ed. da UNB, 2007.
- SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique Silva. Dicionário de conceitos. 2.ed., 2ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2009.
- SILVA, Matheus Oliveira da. Base Nacional Comum Curricular: representações e desdobramentos do Componente História – Primeiros resultados. *Boletim Historiar*, São Cristóvão, n. 18, jan./mar. 2017, p. 98-110.
- SILVA, Mônica Ribeiro da. Currículo, ensino médio e BNCC: Um cenário de disputas. *Retratos da Escola*, Brasília, v. 9, n. 17, p. 367-379, jul./dez.. 2015. Disponível em <http://www.esforce.org.br>.
- TOMASELLO, Michael. *The cultural origins of human cognition*. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts: London, England, 1999.
- UNDERHILL, Paco. *Vamos às Compras! A ciência do Consumo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- VALENTE, José Armando; BIANCONCINI DE ALMEIDA, Maria Elizabeth; FLOGI SERPA GERALDINI, Alexandra. Metodologias ativas: das concepções às práticas em distintos níveis de ensino. *Revista Diálogo Educacional*, [S.l.], v. 17, n. 52, p. 455-478, jun. 2017. ISSN 1981-416X. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/dialogoeducacional/article/view/9900>>. Acesso em: 21 nov. 2017.
- VYGOTSKY, Lev S.; LURIA, Alexander R; LEONTIEV, Alexis N. *Linguagem, desenvolvimento e aprendizagem*. São Paulo: Ícone, 1988.
- VYGOTSKY, Lev. S. *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- WOOD, D., BRUNER, J. e ROSS, G. The role of tutoring in problem solving. In: *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, vol. 17. p. 89-100, Londres: 1976.