

## **O ENSINO-APRENDIZAGEM DOS NOVOS TEMPOS: EXPERIÊNCIA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UMESP**

**Adriana Azevedo Paes de Barros e Elizabeth Moraes Gonçalves**

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo - UMESP

**RESUMO** - *O presente trabalho relata uma experiência no curso de Publicidade e Propaganda de desenvolvimento de um trabalho pedagógico diferenciado, tendo em vista o dinamismo dos cursos e o turbilhão da vida moderna, no qual estamos inseridos. Discute-se o perfil do educando e o papel do educador no processo ensino-aprendizagem, numa perspectiva de trabalho transdisciplinar, assim como se reflete sobre o avanço que representa a metodologia de Projetos Integrados para a construção de um saber significativo. Os dados da avaliação dos alunos a estes projetos também são analisados neste relato aqui apresentado.*

**Palavras-chave: Projetos Integrados, Transdisciplinaridade, Ensino-aprendizagem**

“Um educador é um fundador de mundos, mediador de esperanças, pastor de projetos”.  
(Rubem Alves)

### **Princípios Comuns de Aprendizagem**

Tem sido uma exigência constante nos cursos de comunicação o desenvolvimento de um trabalho pedagógico diferenciado. O dinamismo dos cursos e o turbilhão da vida moderna, no qual estamos inseridos determinam um novo perfil de educando, que busca na universidade não apenas conteúdo informacional, mas, sobretudo instrumentos viabilizadores de um processo reflexivo que o torne agente constante de transformação social.

Nesse sentido, o processo de aprendizagem deve estar pautado por alguns princípios norteadores da ação pedagógica, não apenas de cada professor, mas da base do projeto pedagógico do curso. Assim, entende-se que toda aprendizagem precisa ser significativa, ou seja, precisa estar relacionada com o universo de conhecimentos do educando, de modo a permitir-lhe a formulação de problemas e questões relevantes e relacionadas ao seu futuro cotidiano profissional. Que lhe permita não apenas uma reflexão teórica, mas que a teoria

possa lhe permitir confrontar experimentalmente, suas bases com problemas práticos de natureza social e profissional.

Pensa-se desta forma, um aprendiz que participe do processo de aprendizagem e ao participar que ele consiga ampliar seus horizontes reflexivos e torne-se sujeito, alterando significativamente o papel do professor em sala de aula, pois este passa a ser encarado como um facilitador da aprendizagem, um gestor de conhecimentos, ajudando o aluno a selecionar informações e articulá-las conforme os objetivos a serem atingidos.

No contexto da aprendizagem, o professor deixa de ser um detentor do saber, um transmissor de informações, por meio de brilhantes preleções e passa a criar e organizar estratégias para que o aluno busque o conhecimento e seja sujeito do seu processo de construção do saber.

Quando se traça esse perfil de aprendiz e se assume, enquanto professor, um novo papel no processo ensino/aprendizagem, tem-se a aprendizagem como uma contínua abertura para modificações, implicando desde um repensar individual do educando e do educador, até posturas coletivas que se refletem em projetos comuns de ação integradora, quebrando paradigmas estabelecidos, como o da disciplinaridade, por exemplo, e estabelecendo novas práticas administrativas, tanto no âmbito do curso quanto da instituição.

Tais posturas coletivas devem estar embasadas numa nova metodologia de ensino que privilegie atividades centradas no aluno, em suas capacidades, possibilidades, oportunidades e condições de aprender. Desta forma, a prática do professor é considerada sob três aspectos: o conteúdo da área na qual é especialista, sua visão de educação, mundo e de homem e sua habilidade e conhecimentos que lhe permitem uma efetiva ação pedagógica em sala de aula, ou seja, trata-se de um processo em que o professor deve sobretudo ser um educador, que na visão de Rubem Alves difere profundamente do professor: “ Pode ser que educadores sejam confundidos com professores, da mesma forma como se pode dizer: jequitibá e eucalipto, não é tudo árvore, madeira? No final, não dá tudo no mesmo? (...) Os educadores são como as velhas árvores. Possuem uma fase, um nome, uma ‘estória’ a ser contada” (ALVES, 1991, p.13).

### **A transdisciplinaridade**

Enquanto a interdisciplinaridade pressupõe a junção de conhecimentos autônomos, prontos e resulta numa colagem dos elementos das diversas disciplinas, a transdisciplinaridade

envolve a transformação dos elementos retirados das várias contribuições disciplinares, tornando o conhecimento um elemento novo, fruto da colaboração e não da junção entre as disciplinas.

Resultados de distintas disciplinas são justapostas para se explicar fatos de alguma complexidade. Um passo além é a utilização de métodos de várias disciplinas na busca de explicações o que caracteriza a interdisciplinaridade. Porém, a percepção integral só se estabelece com a superação das disciplinas, mediante uma visão holística, o que caracteriza a transdisciplinaridade. (D'AMBROSIO, 1999, p. 113)

O objetivo de projetos transdisciplinares se constitui em uma tentativa de superar uma visão fragmentária dos objetos e dos acontecimentos, de construir conhecimento da totalidade das coisas e de permitir um intercâmbio entre os diversos conhecimentos. “A transdisciplinaridade parte do reconhecimento que a atual proliferação das disciplinas e especialidades acadêmicas e não-acadêmicas tem conduzido a um crescimento incontestável do poder associado a detentores desse conhecimento fragmentado.” (D'AMBROSIO, 1999, p. 113)

Tentativas e ações interdisciplinares ou transdisciplinares não são recentes, porém sua prática efetiva tem sido um desafio constante, a nós educadores, que acreditamos ser vital à educação (principalmente nos cursos de comunicação) a construção de um espírito investigatório em nossos educandos, baseados no hábito do debate e da pesquisa científica, viabilizando desta forma, uma visão mais holística da sociedade e do universo.

Conforme CAPRA (1997) a transformação do universo envolvendo, tanto fatores culturais, quanto sociais e econômicos, leva-nos, ao rever as concepções existentes, a retomarmos um passado místico e espiritual, pois, passamos a encarar o ser humano, não mais como uma máquina dividida em partes, mas como um sistema, cujos componentes funcionam de maneira integrada e harmoniosa no sentido de atingir um equilíbrio dinâmico através da interação corpo/mente. Ao compreendermos o ser humano nas dimensões trabalhadas por CAPRA, e ao vivenciarmos uma prática pedagógica em cursos de nível superior sentimo-nos desafiados a agir, tanto na base teórico/conceitual do curso (projeto pedagógico) quanto na proposição de ações educativas que superem essa visão fragmentada e avancem na construção holística do ser, na construção de uma nova pedagogia.

“A pedagogia que precisamos deve ter condições de corrigir a enorme deformação efetuada a partir do século XIX e que se agrava a cada dia que passa: a intelectualização

levada ao extremo. (...) Procura-se uma educação que dê mais ênfase ao processo de ensino do que ao conteúdo” (TAVARES, 1993, p. 125). Desta forma, uma visão holística da educação deve propor um encorajamento da divergência e do pensamento criativo do aluno e um estímulo à participação e à integração das diferentes disciplinas. Assim, “Os alunos e professores são parceiros no processo de ensino e aprendizagem, e o professor é levado a atuar como facilitador desse processo, se propondo também a aprender com seus alunos” (TAVARES, 1993, p. 125).

Desta forma, inserida neste contexto de inquietude, a experiência aqui relatada nasceu, não apenas das reflexões sobre a transdisciplinaridade e suas possibilidades pedagógicas, mas resultou da necessidade identificada durante a construção do Projeto pedagógico do curso de superar a fragmentação dos saberes e alcançar objetivos mais amplos, através de sólidas propostas de trabalhos conjuntos, numa perspectiva integradora não apenas dos conteúdos, mas, sobretudo, dos docentes e discentes, com suas propostas e saberes.

Outro elemento motivador da realização do trabalho foi o de superar a dicotomia entre ensino e pesquisa, visando transformar a sala de aula do curso de Publicidade e Propaganda num local de desenvolvimento de pesquisa, visando, em parte, diminuir as distâncias entre a teoria e a prática.

## **A Experiência**

O trabalho pedagógico esteve inicial e experimentalmente centralizado no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo, e como afirmado anteriormente, o desafio, ao se propor um trabalho conjunto, envolvendo todas as disciplinas de um semestre letivo era superar o estágio de fragmentação dos saberes, tão presente nos currículos e nas práticas pedagógicas.

A proximidade do final do século era sugestiva para a determinação de uma temática histórica a ser desenvolvida como primeira experiência de projeto integrado de pesquisa com grupo de alunos de primeiro ano do curso de graduação em Publicidade e Propaganda: “Cem anos de Publicidade no Brasil”.

O trabalho reuniu as várias disciplinas desenvolvidas no primeiro semestre do curso, de tal forma que os conteúdos programáticos foram revistos, visando o projeto de pesquisa e os professores passaram a assessorar o processo, ou seja, o professor “aulista” passou a ser um

“gestor de conhecimentos”. Após a realização do primeiro projeto, no primeiro semestre de 1999, outras temáticas foram pesquisadas: A Publicidade Brasileira na Mídia, A Cultura Brasileira na Publicidade Contemporânea, A Propaganda Conceitual: Desmaterialização dos Objetos e Comunicação em Saúde na Publicidade.

Seria enganoso não reconhecer as falhas, pois foram elas que possibilitaram uma revisão do que fazer para melhoria da qualidade do trabalho. Por vezes, a falta de um planejamento claro (dos professores e alunos), entendendo planejamento enquanto o processo de explicar a realidade existente tendo como rumo aquela desejada, impossibilitou atingir melhores resultados pois, é o planejamento a inteligência que dá eficácia ao processo.

Na execução do trabalho é fundamental desenvolver junto aos colegas professores o senso de flexibilidade, no sentido de que cada docente consiga redimensionar a sua disciplina, os procedimentos metodológicos e avaliativos, pois a avaliação do projeto requer um acompanhamento próximo de cada professor, na especificidade da sua e das demais disciplinas. Assim sendo, o professor deve conhecer e vivenciar a interação da sua disciplina com as demais para que possa ter garantido o alcance dos objetivos iniciais de sua disciplina, durante a execução do projeto. E deve, igualmente compreender que cada disciplina constante da grade curricular do curso tem o seu valor específico, porém o que deve ser priorizado é o conjunto dos saberes que irão contribuir na construção de um novo saber, num movimento transdisciplinar.

Quando este quadro não se mostra organizado, não contando com a contribuição efetiva e qualitativa de um ou mais professores o Projeto Integrado passa a não refletir a unidade do curso. Certamente, ações preventivas ou curativas devem ser tomadas no curso do processo, para que permitam a continuidade da sua execução.

A execução de uma proposta de Projeto Integrado bem sucedida requer indispensavelmente o envolvimento, primeiramente do corpo de docentes responsáveis pelas disciplinas desenvolvidas no semestre, requer igualmente, o comprometimento da instituição através da coordenação do curso e direção de faculdade que deverá garantir as condições necessárias (técnicas, suporte material, horas atividades, etc.) para o bom andamento do processo e a qualidade do produto a ser desenvolvido.

Frente aos problemas que foram sendo diagnosticados, uma ação importante foi a nomeação de um representante dos professores, um coordenador do projeto, responsável por

representar o grupo junto aos alunos e à Instituição. É o coordenador quem agenda e coordena a pauta das reuniões de trabalho do grupo de professores.

O resultado desta ação foi uma produção mais organizada e sistêmica dos projetos uma vez que a coordenação permanece atenta a possíveis incoerências e ao diagnosticá-las encaminha junto ao corpo de professores suas soluções. Tal coordenação foi uma conquista do grupo e vem sendo remunerada pela Instituição, numa atitude de reconhecimento da qualidade e importância dos trabalhos que vêm sendo realizados.

### **O Primeiro Projeto Integrado**

A idéia de se implantar Projetos Integrados no curso de Publicidade e Propaganda coincide com o momento histórico de mudanças na estrutura organizacional e administrativa da instituição. A antiga FACOM – Faculdade de Comunicação e da Cultura da UMESP, foi dividida em três unidades administrativas, de forma que o curso de Publicidade e Propaganda passou a ter uma coordenação mais próxima e, conseqüentemente mais atenta à integração entre os professores e os conteúdos desenvolvidos nas disciplinas.

Desta forma, os professores reunidos elaboraram, em linhas gerais, a proposta de pesquisa científica para ser apresentada aos alunos como ponto de partida da atividade, sendo que, nesta oportunidade apresenta-se mais detalhadamente, apenas o primeiro projeto que foi desenvolvido no primeiro semestre de 99. Inicialmente, portanto, justificou-se a temática da seguinte maneira:

“Sem pensarmos na carta de Pero Vaz Caminha, que muitos dizem ter sido a primeira manifestação da propaganda brasileira, ou nos tradicionais “avisos de sacristia”, podemos nos referir às nossas raízes, da propaganda essencialmente oral, ao que Ricardo Ramos, historiador da propaganda brasileira chama de “Tempo dos Pregões”, com arautos e ambulantes: época do “quem quer comprar” e do “quem vai querer”. Com isso temos a pré-história datada até 1808, quando surgia nosso primeiro jornal, a **Gazeta do Rio de Janeiro**, com o anúncio inaugural do que chamamos hoje de classificados. Mais 13 anos se passaram, e em 1821 surgia o jornal **Diário do Rio de Janeiro**, que se apresentava como jornal de anúncios.

A partir desta época a linguagem publicitária passa a assumir as características determinadas pela evolução dos Meios de Comunicação, que imprimem na sociedade

linguagens diferenciadas, ou seja, cada época é marcada pela evolução de um determinado meio de comunicação, cujas características são incorporadas pelo homem na sua maneira de representar o universo através da linguagem. A publicidade, sempre presente na sociedade humana, é uma forma especial de representação e como tal reproduz as marcas daquele tempo e daquela sociedade, tanto em termos de costume e atitudes quanto na maneira de manipular a linguagem.

A publicidade só se instala na sociedade brasileira, como negócio, a partir de 1913 ou 1914 quando foi inaugurada a nossa primeira agência, em São Paulo, a Castaldi & Bennaton, que logo se transformava em A Eclética, formada por jornalistas agenciadores de propaganda. Os anos 20 marcaram a chegada de muitos anunciantes nacionais e principalmente internacionais, provocando grande euforia. As grandes empresas passaram a montar departamentos de propaganda, com destaque para o da General Motors, de 1927, com profissionais que escreveram boa parte da história da propaganda no Brasil. A J. W. Thompson instalou-se no Brasil em 1929 para inicialmente substituir este Departamento de Propaganda da GM.

Este é apenas o início da grande Indústria da Propaganda no país, produzindo mensagens que influenciam a sociedade e ao mesmo tempo retratam a sua forma de pensar e de agir.

Ao se propor a realização de uma única atividade, envolvendo o conteúdo de diferentes disciplinas do curso assim como a assessoria dos vários professores responsáveis, o aluno pôde ter uma visão clara de conjunto do curso, ou seja, as disciplinas existem para justificar um critério didático-pedagógico, mas os conteúdos devem ser integrados formando um todo harmonioso.

Assim, o conteúdo de cada uma das disciplinas foi apreendido e relacionado com o das demais, concentrando os esforços de pesquisa e estudo em geral e não sobrecarregando o aluno de atividades isoladas para cada disciplina. O trabalho final apresentado possui qualidade para ser divulgado em exposições e participações em congressos, como já tem sido feito tanto no Congresso de Iniciação Científica da UMESP, como na INTERCOM.

Outra forma de sistematização dos resultados dos projetos desenvolvidos é a elaboração de CD's reunindo todas as fases do processo, suas imagens e material de pesquisa em geral, de forma a servir como banco de dados capaz de subsidiar as futuras pesquisas.

## O Formato do Projeto Integrado

A elaboração do plano de trabalho do projeto integrado de Publicidade obedece à estrutura comum dos trabalhos científicos. As partes componentes, **como explicitado no manual**, englobam: Introdução, Desenvolvimento e Conclusão.

A exposição escrita dessa estrutura, por conseguinte, deve ser apresentada de forma ordenada para dar clareza e objetividade ao estudo científico e trazer uma contribuição válida à ciência.

### TEMA: Título do Trabalho

#### 1. APRESENTAÇÃO:

Expor o assunto que se deseja provar ou desenvolver;  
Enfatizar a importância do tema do ponto de vista social e para os casos particulares da publicidade;

Citar as teorias (autores) utilizados no desenvolvimento do tema;

Quando for o caso dizer quais as contribuições teóricas do trabalho.

#### 2. DESCRIÇÃO DA PESQUISA:

2.1 - **ESTUDO DO TEMA:** Fazer um levantamento histórico do assunto. Expor mais características e outros dados relevantes implícitos e explícitos de seu significado. Delimitar o assunto.

2.2 - **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:** Cada disciplina deve correlacionar a pesquisa com o universo teórico (de preferência uma teoria por se tratar de iniciação) que servirá de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos ou levantados. Neste tópico costuma-se, também, definir os conceitos empregados.

2.3 - **FORMULAÇÃO DO PROBLEMA:** Esclarece a dificuldade específica com a qual se defronta e que se pretende resolver por intermédio da pesquisa. O problema deve ser enunciado em forma de pergunta.

#### 3. OBJETIVO:

3.1 - **GLOBAL:** Está ligado a uma visão global e abrangente do tema. Por exemplo: O que o pesquisador está querendo **caracterizar, traçar, descrever, explicar, analisar, ou avaliar**.

3.2 - **ESPECÍFICOS:** Tem função intermediária e instrumental, permitindo de um lado, atingir o objetivo global, e de outro lado, aplicar este a situações particulares (o que devo pesquisar).

Neste caso, **cada disciplina terá um elenco de objetivos específicos** (passos) para atender o objetivo global comum a todos.

#### **4. METODOLOGIA:**

Ordenação de pensamento, das técnicas e análise. A metodologia deve responder, a um só tempo, as questões: Como? Com quê? Onde? Quanto? devo avaliar. *Cada disciplina deverá apresentar o como deve ser avaliado o assunto.*

#### **5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS:**

Análise ou explicação. Evidencia as afinidades existentes entre os fatos estudantes com os indicadores propostos pelas disciplinas. Ao mesmo tempo **interpreta ou demonstra** esses fatos vinculando-os a outros conhecimentos (teoria exposta na fundamentação teórica).

#### **6. CONCLUSÃO:**

Deve ser feita uma síntese dos principais resultados obtidos por meio da análise e interpretação dos dados. Evidenciar as conquistas alcançadas com o estudo.

As conclusões devem estar vinculadas aos objetivos ou à hipótese de investigação.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Abrange os livros, artigos, revistas, publicações, e documentos utilizados, nas diferentes fases: metodologia; revisão da bibliografia e constituição do corpo do trabalho. As citações devem estar de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) 6023 (Vide modelos no Manual de Normas de Apresentação de Trabalhos Acadêmicos).

#### **ANEXOS:**

Incluir apenas o estritamente necessário à compreensão de partes do relatório.

#### **Avaliação do Processo**

Diante dos resultados e da projeção dos trabalhos realizados no curso de Publicidade e Propaganda da UMESP, o grupo de professores junto à coordenação e direção da Faculdade julgou necessário pesquisar o grau de envolvimento, satisfação e aproveitamento do corpo discente em relação às propostas de projetos integrados desenvolvidas até o segundo semestre de 2000.

A avaliação que desenvolvida, enquanto uma proposta de pesquisa, não diz respeito apenas ao ensino e nem pode ser reduzido apenas a técnicas, mas tem sido entendida como um

processo intencional, auxiliado por diversas ciências, e que muito bem se aplica a esta prática pedagógica que vem sendo desenvolvida como característica de uma nova metodologia de ensino/aprendizagem da comunicação na UMESP. Refletir sobre esta prática, a partir dos resultados da avaliação, tem sido também avaliar o planejamento e as ações tanto coletivas quanto individuais e assim, a avaliação ter servido de sustentáculo para o replanejamento e o estabelecimento de novas metas, objetivos e ações. A avaliação tem sido uma estratégia dirigida para tomadas de decisões, um processo estratégico e decisório que tem possibilitado a correção de rumos e a melhoria da realidade.

Desta forma, sistematizou-se um processo de avaliação aplicado aos alunos no segundo semestre de 2000. Para se proceder a avaliação do Projeto Integrado, selecionaram-se cinco tópicos relevantes capazes de sintetizar os anseios e preocupações que permeiam o exercício desta proposta e que pudessem subsidiar sua melhor continuidade: relevância do tema, coerência das assessorias, integração dos professores, resultado do projeto e forma de avaliação do projeto.

Numa escala de zero a cinco, os alunos atribuíram notas que revelam o seu nível de satisfação em relação aos itens pesquisados.

Os temas dos projetos integrados são resultado de reflexões do grupo de professores do semestre, visando contemplar os conteúdos programáticos das diferentes disciplinas e ao mesmo tempo despertar o interesse pela atualidade e relevância da abordagem.

As médias obtidas da avaliação do tema do projeto integrado evidenciaram uma grande satisfação do corpo discente quanto a este aspecto, sendo importante destacar que no II semestre de 2000, estavam em andamento dois projetos integrados: um com os alunos do I semestre do curso – A Propaganda Conceitual e outro com os do II semestre – Comunicação em Saúde na Publicidade. Os alunos dos demais semestres puderam, através do questionário, expressar sua opinião sobre projetos que já foram desenvolvidos em semestres anteriores, o que muito contribuiu para a percepção dos caminhos que vêm sendo trilhados na prática de tais projetos.

A bom resultado obtido em relação à escolha do tema, não se sustenta quando os alunos avaliam as assessorias recebidas e a integração entre os professores. Tal avaliação permite refletir sobre a importância do entrosamento do corpo docente, da validade dos encontros realizados entre os professores no decorrer do semestre letivo e da importância da adesão de todos os professores nas atividades estabelecidas pelo coletivo.

É positivo o fato de que os projetos mais recentes, avaliados pelo I e II semestres, tenham recebido uma média superior àquelas atribuídas aos projetos anteriores. Tal fato nos leva a crer que o grupo tem amadurecido e corrigido erros, sendo um grande desafio não apenas melhorar o entrosamento entre os professores, mas, sobretudo, transmitir através das assessorias esse crescimento.

Um retorno positivo alcançado através desta avaliação é de que apesar das críticas há uma grande satisfação dos alunos com os resultados obtidos através da execução do Projeto Integrado. Tal resultado sinaliza que o grupo está percorrendo o caminho correto, ainda que tenha que redirecionar algumas etapas do processo. O que já vem sendo feito no início do I semestre letivo de 2001, durante as atividades de planejamento, quando os resultados desta avaliação foram divulgados e amplamente discutidos pelo corpo de professores do curso.

Uma questão intrigante para o corpo docente era a forma de avaliação do projeto. Os dados da pesquisa revelam que há uma satisfação por parte dos alunos no que diz respeito à nota deste trabalho ter maior peso no composto avaliativo semestral.

Tal ação avaliativa se incorpora ao processo do Projeto Integrado e compreenderá uma prática permanente que garante a correção dos erros e o aperfeiçoamento dos acertos.

### **Considerações Finais**

Existe a possibilidade de construção coletiva de um novo conhecimento, prático e teórico, mas é ação, e somente a ação transformadora que pode transformar e construir o novo.

É importante destacar que o exercício do diálogo entre os professores, realizado desde a elaboração do projeto, com produções próprias, com posturas do corpo docente, enquanto profissionais educadores, deram pistas e indicadores de melhoria, nesta nova possibilidade de trabalho. O diálogo com os alunos, suas críticas e sugestões, igualmente, têm levado o grupo de professores a repensar a proposta a cada semestre, acrescentando novos elementos analíticos, retirando pontos identificados como dificultadores e inviabilizadores de um bom trabalho.

Outro elemento que merece destaque na construção e execução deste projeto é a prática da parceria, que consiste numa tentativa de incitar o diálogo com outras formas de conhecimento com as quais não estamos habituados, não se constitui num elemento de fácil trato, porém nos desafia a continuar.

Os professores, avaliando positivamente a experiência, organizaram-se e cadastraram-se, como grupo de pesquisa no CNPq, ou seja, passam a se consolidar institucionalmente como grupo, o que pode significar um avanço para pesquisas posteriores.

Enquanto educadores, os professores devem ser parceiros, parceiros de outros educadores que entendem a educação como um mecanismo de melhoria da condição social dos educandos, parceiros dos teóricos que lêem, parceiros dos alunos; de alguma forma todos estarão sempre em parceria.

A parceria seria a possibilidade de consolidação da intersubjetividade, a possibilidade de um pensar que venha a se complementar no outro.

O sentido de um trabalho integrado transdisciplinar está exatamente na compreensão e na intencionalidade da efetivação de novas, melhores e mais consistentes parcerias.

É, portanto, correto e coerente afirmar neste momento que o trabalho transdisciplinar é fruto, muito mais, do encontro de indivíduos, parceiros com idéias e disposição para o trabalho, do que de disciplinas.

Desta forma, um projeto transdisciplinar alicerça-se em pressupostos epistemológicos e metodológicos que são sempre revisados. Caracteriza-se pela ousadia da busca, da pesquisa e da transformação.

Conforme afirma Paulo Freire (1977, p. 27, 28):

Conhecer, na dimensão humana, (...) não é o ato através do qual um sujeito, transformado em objeto, recebe, dócil e passivamente, os conteúdos que outro lhe dá ou impõe.

O conhecimento, pelo contrário, exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica em invenção e reinvenção. Reclama a reflexão crítica de cada um sobre o ato mesmo de conhecer, pelo qual se reconhece conhecendo e, ao reconhecer-se assim, percebe o “como” de seu conhecer e os condicionamentos a que está submetido seu ato.

Conhecer é tarefa de sujeitos, não de objetos. E é como sujeito e somente enquanto sujeito, que o homem pode realmente conhecer.

Por isso mesmo é que, no processo de aprendizagem, só aprende verdadeiramente aquele que se apropria do aprendido, transformando-o em apreendido, com o que pode, por isso mesmo, reinventá-lo; aquele que é capaz de aplicar o aprendido-apreendido a situações existenciais concretas.

## **Bibliografia**

ALVES, Rubem. **Conversas com quem gosta de ensinar**. São Paulo : Cortez, 1991.

CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação**. São Paulo : Cultrix, 1997.

D'AMBROSIO, Ubiratan. *Transdisciplinaridade na pesquisa e na formação profissional*.

In. **A Interdisciplinaridade na Comunicação** (pesquisa e formação profissional). KAY, Patrícia, ARONCHI, José Carlos (Orgs.). Suzano, SP : Gil & Tunice, 1999.

FAZENDA, Ivani C.A. **Interdisciplinaridade – um projeto em parceria**. São Paulo : Ed. Loyola, 1991.

FREIRE, Paulo. **Extensão e comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 9ª edição, Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1977.

FREITAS, Luís Carlos de. **A questão da interdisciplinaridade**: notas para a reformulação dos cursos de pedagogia. São Paulo : Revista Educação e Sociedade, agosto de 1996.

TAVARES, Clotilde. **Iniciação à visão holística**. Rio de Janeiro : Record, 1993.