

### Estudo de viabilidade de capacitação profissional através de redes de aprendizagem: proposta direcionada a cidades turísticas

*Feasibility study of professional training through learning networks: proposal aimed at tourist cities*

**Recebido:** 28/09/2023 | **Revisado:** 25/06/2025 | **Aceito:** 08/07/2025 | **Publicado:** 20/06/2026

**Camila Viegas Vianna**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1839-9107>

Centro Universitário Municipal de Franca-SP  
E-mail: [camilaviegas@hotmail.com](mailto:camilaviegas@hotmail.com)

**Sheila Fernandes Pimenta e Oliveira**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2313-2474>

Centro Universitário Municipal de Franca-SP  
E-mail: [sheilafacéf@gmail.com](mailto:sheilafacéf@gmail.com)

**Como citar:** VIANNA, C. V.; OLIVEIRA, S. F. P. Estudo de viabilidade de capacitação profissional através de redes de aprendizagem: proposta direcionada a cidades turísticas. **Revista Brasileira da Educação Profissional e Tecnológica**, [S.l.], v. X, 01. 26, p.01-21 e16200, jun. 2026. ISSN 2447-1801. Disponível em: <Endereço eletrônico>.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 Unported License.

#### Resumo

Sendo a gastronomia um ativo em cidades turísticas, a capacitação na área se torna fundamental para potencializar o desenvolvimento destas regiões. Nesse sentido, o objetivo deste estudo é propor formação profissional, por meio de uma rede de aprendizagem, cujas atividades ocorrerão virtualmente em mídias sociais. Para fundamentar a pesquisa foram realizadas entrevistas com sete lideranças da cidade de Campos do Jordão-SP. O estudo revelou que os respondentes acreditam na viabilidade da rede, porém, com adaptações de metodologia, práticas supervisionadas e avaliações.

**Palavras-chave:** Rede de aprendizagem profissional; Educação continuada; Aprendizagem virtual; Formação em Gastronomia.

#### Abstract

As gastronomy is an asset in tourist cities, training in the area becomes essential to enhance the development of these regions. In this sense, the objective of this study is to propose professional training, through a learning network, whose activities will take place virtually on social networks. To support the research, interviews were carried out with seven leaders from the city of Campos do Jordão/SP. The study revealed that respondents believe in the viability of the network, however, with adaptations to methodology, supervised practices and evaluations.

**Keywords:** Professional learning network; Continuing education; Virtual learning; Gastronomy training.

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo gastronômico compreende não somente os estabelecimentos que oferecem comida, mas toda uma cadeia de valor, abrangendo territórios, patrimônios e paisagens. Além do fornecimento de alimentos, atividades envolvendo a história e meio ambiente, potencializam o fluxo de pessoas e um ciclo econômico que vai além das atividades turísticas. Essa dinâmica perpassa pela biodiversidade presente nos biomas, a diversidade cultural local, de modo que os conhecimentos e hábitos estabelecem a base do atrativo gastronômico (BRASIL, 2022).

A criação de políticas públicas voltadas para a comercialização de destinos e produtos é feita considerando a capacidade local para o aumento das demandas, melhorando e desenvolvendo novos roteiros turísticos (BRASIL, 2022). Considerando a multiplicidade de cenários e atores, é necessário que haja capacitação profissional para garantir a eficiência das ações criadas para esse setor.

A capacitação em cidades turísticas pensada a partir da cadeia gastronômica, tem como diferencial o foco na cultura alimentar local com essência à preservação de suas características originais para evitar que, com o passar dos anos perca sua identidade. Porém, as oportunidades para capacitação ainda são poucas e não acessível para todos, seja por distância dos cursos ofertados, por insuficiente número de vagas, custo, ou ainda, falta de educação básica que dificulta o acompanhamento de um curso formal. Além de serem oferecidos os mesmos títulos, sem necessariamente uma relação com a cidade em questão.

O relatório Global sobre Aprendizagem e Educação de Adultos publicado pela UNESCO (2010), traz dados de várias nações em todo o mundo, e mostra que os orçamentos da educação pública não atendem a demanda da educação de adultos e qualificação profissional. Portanto, para aumentar e tornar a oferta eficiente é necessário um trabalho em conjunto entre o poder público, sociedade civil e empresas.

O reposicionamento da educação de adultos no âmbito da aprendizagem ao longo da vida, exige modelos de ensino que permitam a independência e a liberdade. A UNESCO (2015) concebe a modalidade em qualquer nível, formal ou não, como uma educação em que as pessoas aprendem habilidades e adquirem conhecimentos técnicos. Porém através desta educação, tomam novas direções e mudam suas atitudes, impactando sua vida em uma perspectiva de desenvolvimento pessoal com participação plena na vida social, econômica e cultural na sociedade.

Este sistema ao qual o relatório se refere, “denota uma proposta geral destinada a reestruturar o sistema de educação já existente e desenvolver todo o potencial educacional fora do sistema educacional” (UNESCO, 2015, p. 22). Considera que todos os homens e mulheres são os próprios educadores, não limitados ao tempo que passaram na escola. Eles fazem isso interagindo com o ensino e a aprendizagem, usando os meios disponíveis, incluindo todas as habilidades e atitudes que deverão se estender ao longo da vida.

A criação de uma rede de aprendizagem para formação profissional tem como missão colaborar com as necessidades educacionais locais por meio principalmente,

dos conhecimentos e talentos da própria comunidade. As redes se organizam democraticamente desenhando seus próprios objetivos e estratégias, contando com o apoio de parcerias de instituições de ensino e também pessoas de fora da comunidade.

A solidariedade no trabalho colaborativo no uso de suas potencialidades é promotora de desenvolvimento. Viana e Lima (2010), afirmam que ao estimular as vocações locais há um expressivo ganho de competências e habilidades no território por meio de ações colaborativas tanto de dentro da comunidade, quanto de fora dela, sendo um resultado também a formação de recursos humanos.

A utilização das mídias sociais como plataforma de aprendizagem, foi pensada como uma solução, justamente por conta da dificuldade ao acesso aos cursos da área oferecidos na modalidade presencial oferecidos distantes das cidades turísticas e a dificuldade de acesso aos ambientes virtuais de cursos oferecidos à distância, que contrasta com a facilidade no uso destes aplicativos. Além de terem uma fácil manipulação, eles oferecem gratuitamente uma série de ferramentas que poderão tornar o aprendizado mais atrativo, interativo e com melhor compreensão dos conteúdos.

Além do uso educacional o uso das mídias sociais favorecem o marketing digital e a monetização dos perfis que deverão ser usados a favor da rede e do município. Os brasileiros passam aproximadamente 9 horas e 13 minutos usando as redes sociais, em que 66% da população é usuária ativa com 9,4 perfis em média cada indivíduo. As redes sociais mais populares no Brasil são YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram e Facebook Messenger. Além disso, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Skype e Snapchat aparecem entre as plataformas mais usadas, embora em posições mais baixas. São utilizadas por brasileiros de todas as idades, porém a concentração de uso, fica entre 18 e 44 anos (ZONETTI, 2022).

Assim, esta pesquisa teve como objetivo identificar a possibilidade de capacitação profissional em gastronomia por meio de uma rede de aprendizagem, utilizando o ambiente virtual das mídias sociais como plataforma para as atividades. A proposta é a criação de um espaço de educação oferecendo cursos de curta duração que promovam o enriquecimento técnico- cultural, com formação de grupos heterogêneos, criando vínculos afetivos e valorizando os bons profissionais da cidade.

Este é um estudo interdisciplinar na área de ciências sociais aplicadas de caráter exploratório que irá proporcionar uma ampliação da temática sobre a formação profissional em gastronomia e seus múltiplos aspectos, articulando ações de agentes públicos e privados e seus reflexos no desenvolvimento econômico-social local.

## **2 REDES DE APRENDIZAGEM VIRTUAIS**

Empresas e pessoas compartilham seus aprendizados criando arranjos locais em diversos segmentos a fim de estimular o crescimento coletivo por meio de inovações. As cooperações podem ser de várias formas entre ideias, materiais,

tecnologias ou outros, feita sempre por interesses similares entre os envolvidos (CASTELLS, 2005).

Beluzzo (2014) afirma que as redes devem ser analisadas em relação ao seu valor como meio de alteração das políticas públicas e das ações do setor privado apoiando o desenvolvimento sustentável, pois estas partem do objetivo da criação de valor pelos seus membros coletivamente. Além do desenvolvimento da capacidade de pesquisa e comunicação adquirindo competências importantes para o mercado de trabalho e as relações sociais.

Esse modo de trabalhar com redes colaborativas também é integrada pela área educacional com a formação de redes de aprendizagem. Segundo os autores Harasim et al. (2005), as redes de aprendizagem, são formadas por pessoas das mais diferentes origens e formações, reunidas numa intenção educacional comum entre eles. As interações dos envolvidos são baseadas na resolução de problemas específicos de um grupo. Assim, têm a potencialidade de gerar um conteúdo genuíno que se aplica integralmente a seu cotidiano e não a mais um conteúdo produzido em massa.

A formação de redes de aprendizagem vem sendo potencializada criando um universo ilimitado de pessoas sem impedimentos de distâncias geográficas devido aos avanços das tecnologias de informação e comunicação (TICs) porém, a educação em plataformas virtuais possui alguns empecilhos para se efetivar. De acordo com Pinochet et al. (2005), as tecnologias ideais que permitam uma comunicação eficiente entre pessoas e organizações, é a dificuldade principal na criação das redes colaborativas. Por vezes, os participantes perdem o interesse nos encontros à medida que sentem dificuldades no acesso ao ambiente virtual. Por este motivo, as mídias sociais podem também serem utilizadas como uma plataforma educacional.

Levy (1993) afirma que há diferença no aprender de forma tradicional com livros e apostilas e aprender com as tecnologias. O digital permite fazer simulações muito próximas da atividade intelectual de uma pessoa, enquanto que o teórico pode ter enunciados insuficientes não susceptíveis a críticas, que podem ser interpretados de forma inequívoca. O raciocínio humano utilizado nas atividades diárias tem pouca relação com a lógica formal. O ensino em sua versão formal é uma forma de comunicação para apresentação do conhecimento e persuasão. Na simulação digital ocorre o contrário, pois corresponde às etapas da atividade intelectual antes mesmo da exposição formal racional: imaginação, bricolagem mental.

Monteiro (2020) apresenta as redes sociais como potencializadores educacionais destacando suas principais funções: facilidade no uso das ferramentas; construção coletiva de conhecimentos e novos significados; múltiplas bases de informação, com recursos audiovisuais diversos; protagonismo dos estudantes, que podem produzir conteúdos e serem coautores do currículo; sociabilidade. Segundo o autor, as redes sociais são responsáveis por uma resignificação no ensino aprendizagem, pois extinguem todas as escalas e substituindo tudo por uma conectividade global. E termina seus estudos afirmando que há uma importante colaboração das tecnologias de entretenimento na obtenção de competências educacionais.

A plataforma *TikTok*, por exemplo, possui ferramentas de uso educacional com aprendizado criativo e estimula sua utilização. Nessa rede social, os participantes postam vídeos curtos que são utilizados por professores, por exemplo, pedindo aos alunos que produzam vídeos sobre algum tema estudado. Essa atividade exigirá aquisição de competências para a produção do vídeo, poder de síntese, planejamento, criatividade, improvisação, comunicação entre outros. Competências que serão desenvolvidas de forma lúdica com recursos audiovisuais de alta tecnologia (TAMAYO et al, 2014).

O fácil acesso às informações de qualidade pelos meios digitais, contribuem para formar um profissional com mais referências. Esse profissional se diferencia pelas aprendizagens adquiridas com o uso das ferramentas como também, pelo uso racional das informações disponíveis. A utilização dessas tecnologias na educação na forma de ensino eletrônico aborda uma pedagogia específica pois é, centrada no estudante, flexível e atraente (SUÁREZ, 2018).

A criação de uma rede de aprendizagem por mídias sociais (RAMS) irá contribuir para aumentar a oferta de capacitação profissional, a partir da colaboração de seus membros atendendo a uma necessidade local, tornando esse conhecimento efetivo. Além do uso educacional as redes podem contribuir com outros efeitos sociais e econômicos pois, também têm o papel de propaganda e marketing, podendo se utilizar deste recurso para divulgação da cidade, atrair turistas, captação de talentos, propaganda dos estabelecimentos comerciais locais e ainda, ser um incentivo para a educação formal pois, poderá causar uma motivação para a continuação dos estudos.

## 2.1 CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA ATRAVÉS DE REDES DE APRENDIZAGEM VIRTUAIS

As mídias sociais tornaram-se ferramentas relevantes para a promoção de restaurantes, chefs e cultura alimentar. A prevalência destes meios é tal que reflete sobre o alcance global de *hashtags* e imagens que permitem criar tendências gastronômicas, promover campanhas e consumir produtos de moda.

Outra característica importante, destaca Ansón (2014), é o da capacitação, pois as mídias também fomentam a ciência da alimentação, com aprendizagem técnica e cultura, sendo este um fator relacionado à qualidade de vida da população:

O objetivo da cátedra de gastronomia não pode se limitar a formar profissionais ou especialistas. O passo decisivo que uma cadeira de gastronomia deve dar é contribuir e promover a socialização [...] Difundir o conhecimento de forma exponencial, aproveitando todas as possibilidades da Era Digital para atingir os seus objetivos. (Ansón 2014, p. 17)

Tamayo et al (2014) indicam que o emprego das TICs, na gastronomia, promove uma ampla rede de recursos para estratégias didáticas que, irão também

auxiliar os profissionais a serem capazes de utilizar a tecnologia para inovação e aperfeiçoamento do trabalho. Suárez (2018) concorda e defende que as tecnologias utilizadas para o trabalho colaborativo não são apenas mais um recurso didático mas, um componente que pode ser considerado essencial para aprendizagem na era atual. Com esse conceito, o autor agrupou o que seriam as principais vantagens (Quadro 1) e desvantagens (Quadro 2) educacionais das redes sociais.

**Quadro 1:** Vantagens acadêmicas das redes sociais

União do grupo, sensação de pertencimento.
Promove a cooperação entre os alunos.
Permite compartilhar aspectos culturais.
Melhora a relação entre professor e aluno pois, personaliza a aprendizagem.
Motiva a aprendizagem por parte dos alunos.
Promove a participação, mesmo dos alunos mais tímidos.
Amplia a criatividade.
Promove mais leitura científica.
Acesso a informações sob vários formatos, facilitando o entendimento.
Permite deixar áudios e arquivos gravados.
Abrir um canal para expor ideias.
Desenvolve a expressão escrita e a comunicação.
Promove a aprendizagem entre pares.
Plataforma para anúncios que afetem as questões educacionais.
Disponibilidade do grupo para esclarecer dúvidas rapidamente.
Aprender a qualquer hora e lugar.
Melhora o desempenho acadêmico.

Fonte: Elaborado pelas autoras, adaptado de Suárez, 2018, *online*.

Suárez (2018) também cita que para se atingir o objetivo nos trabalhos cooperativos são necessários planejamentos prévios em que o grupo participa gerando comprometimento com os resultados. Indica ainda que, onde há aprendizagem colaborativa deve ocorrer interdependência grupal e responsabilidade individual. Assim, os membros estão comprometidos de tal maneira que o resultado será alcançado apenas se todos cumprirem seus papéis. Esta dinâmica permite que os estudantes trabalhem juntos para maximizar a aprendizagem em grupos formados em termos de interesses em comum e aperfeiçoa as habilidades de comunicação de interação no grupo.

**Quadro 2:** Desvantagens educacionais das redes sociais

Uso em horários inadequados desvia o aprendizado.
Comentários impróprios ou inúteis são uma distração.
Nem todos o utilizam de forma prudente podendo ocasionar desentendimentos.
Receber e responder muitas mensagens pode ser estressante.
A comunicação indireta pode levar a má interpretação das mensagens.

Para alguns alunos é uma distração e tira seu tempo de estudo.
A qualidade das participações que podem não ser contributivas.
A possibilidade de recortar e colar textos para se expressar.
Uso incorreto da linguagem.
Relutância por parte dos professores pois, acreditam que é trabalho extra o esclarecimento de dúvidas fora do horário de trabalho.
Ainda há professores que não acreditam na sua utilidade pedagógica e alunos que não veem a sua vantagem educativa.

Fonte: Elaborado pelas autoras, adaptado de Suárez, 2018, *online*.

Vázquez et al. (2016) descrevem especificamente que sobre ensino em gastronomia é preciso considerar elementos metodológicos no uso destas ferramentas conforme apresentado no Quadro 3.

### Quadro 3: Elementos metodológicos para ensino de gastronomia em mídias sociais

Associar a um problema contextual.
Especificar as ações por meio de um planejamento.
Estabelecer papéis entre os participantes.
Justificar as ações realizadas e o impacto ou significado.
Esclarecer os principais objetivos da colaboração.
Indicar por meio de uma avaliação o desempenho do processo.
Dar feedback para identificar os acertos e erros no desempenho.

Fonte: Elaborado pelas autoras, adaptado de Vázquez et al., 2016, *online*.

As mídias sociais podem ser um meio de acesso aos estudos porque são atraentes e permitem interações fluidas que não são limitadas pelo julgamento dos professores. Isso promove a criatividade e a concretização das ideias da equipe semelhante aos fóruns de discussão (TAVARES, 2019). Mas deve-se levar em consideração os princípios institucionais e a estratégia didática do plano de estudos. O uso de ferramentas online é necessário para limitar o ambiente de aprendizagem, estabelecer padrões de comunicação, regulamentos e perspectivas dos alunos ao considerar uma ferramenta como um recurso educacional para colaboração.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia do presente estudo está resumida no quadro seguinte:

**Quadro 4:** Procedimentos metodológicos da pesquisa

ETAPAS	TIPO(S) DE PESQUISA
1ª Levantamento acadêmico-teórico	- Pesquisa bibliográfica (livros e artigos científicos)
2ª Etapa – Coleta de Dados / Análise de dados	- Pesquisa de Campo / Aplicada / Exploratória - Entrevista com 7 lideranças - Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011)
3ª Etapa – Proposição	- Caminhos para elaboração de uma Rede de Aprendizagem profissional por meio das mídias sociais

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

A pesquisa bibliográfica realizada em artigos científicos e livros teve como fonte os indexadores: Portal da Capes, Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações, Dialnet, Google Acadêmico e Scielo. Foram selecionados artigos nas línguas portuguesa, inglesa e espanhola, de temas nas áreas de formação profissional em gastronomia, redes de aprendizagem virtuais, aprendizagem em mídias sociais e turismo gastronômico.

A entrevista foi o instrumento utilizado para coleta de dados. O trabalho foi avaliado por um Comitê de Ética em Pesquisa sob o número do parecer: 5.997.659. Foi realizada pessoalmente e individualmente com cada participante, e gravada através do aplicativo de mensagens – *WhatsApp*. Segundo Marconi e Lakatos (2004), a entrevista é uma técnica que representa um instrumento para a coleta dos dados onde por meio de uma conversa oral entre duas pessoas, são obtidas informações com o objetivo de compreender as perspectivas e experiências dos entrevistados. As autoras também advertem que a técnica incluiu uma conversa prévia para informar ao respondente sobre o tema, o interesse, a utilidade e o compromisso com o anonimato. Neste momento também foram assinados os Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A entrevista consistiu em seis perguntas abertas com o objetivo de coletar as percepções dos participantes sobre a criação de uma RAMS para o público da cidade de Campos do Jordão-SP (CAJ). Foram entrevistadas sete lideranças incluindo setor público, empresários da área de alimentos e bebidas (A&B) e um representante da educação profissional, conforme o Quadro 5.

**Quadro 5:** Perfil dos entrevistados

ENTREVISTADO	OCUPAÇÃO	SETOR
E1	Empresário	Privado
E2	Secretário de Turismo/Empresário	Público/Privado

E3	Empresário	Privado
E4	Empresário	Privado
E5	Secretário de Educação	Público
E6	Empresário	Privado
E7	Diretor Escolar	Privado

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

A seguir é apresentada a análise do conteúdo de acordo a metodologia de Bardin (2011), sendo utilizadas as fases: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados com interpretação e inferências.

Foi adotada a inferência que pode "apoiar-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor" (BARDIN, 2011, p. 133). Assim, a percepção dos participantes sobre a criação da RAMS foi investigada no contexto teórico-metodológico descrito.

A cidade de Campos do Jordão-SP foi escolhida como local de pesquisa, justamente por representar um município cujas principais atividades econômicas estão pautadas no turismo. Conhecida como a cidade mais alta do Brasil, está localizada a 180 km da cidade de São Paulo. É destino de 4,5 milhões de turistas todos os anos, atraindo pessoas à procura de baixas temperaturas.

O município ocupa o décimo lugar no ranking de número de turistas do Ministério do Turismo (BRASIL, 2021). Segundo dados do IBGE, no ano de 2021, a cidade possuía 45.935 habitantes e a idade média dos Jordanenses é de 34 anos. A renda per capita tida pelo somatório dos indivíduos dos domicílios particulares permanentes foi de R\$ 27.503,81. Este resultado demonstra um município de alta renda, de acordo com a classificação estabelecida, para distinguir a desigualdade entre os municípios para fins da Política Nacional de Desenvolvimento Regional (BRASIL, 2018).

Sendo assim, alguns tópicos foram analisados nesta pesquisa contribuindo para a elaboração das perguntas:

1. discutir sobre capacitação profissional em gastronomia em cidades turísticas;
2. conhecer o que pensam líderes influenciadores da cadeia gastronômica de Campos do Jordão, a respeito da viabilidade de uma rede de aprendizagem profissional em mídias sociais;
3. apresentar caminhos para a criação de uma rede de aprendizagem profissional, por meio das mídias sociais;
4. agregar conhecimentos à formação de docentes de gastronomia com habilidades e ferramentas que poderão auxiliar as aulas convencionais.

## 4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A primeira pergunta feita foi: "Como você avalia a culinária oferecida aos visitantes da cidade?"

As respostas foram muito similares sobre os restaurantes da cidade. Os relatos dos respondentes mostraram que eles têm uma boa percepção da qualidade dos serviços gastronômicos, vistas em afirmações como:

Os estabelecimentos existentes atendem bem a demanda. (E5)

Há uma boa oferta de serviços de gastronomia. (E3)

Comparado a grandes cidades temos muito o que evoluir, mas comparado a outras cidades turísticas, somos referência. (E6)

Atende a demanda, mas há bastante espaço para aperfeiçoamento. (E2)

A demanda é atendida, mas há muitos restaurantes oferecendo o mesmo cardápio, há uma necessidade de diversificação dos serviços. (E4)

Existem diferentes grupos de pessoas que visitam a cidade; eles foram classificados em A, B e C, baseados no preço médio de uma refeição. Destacou que há restaurantes para os três públicos, mas que para o público "A", devido ao grande número de cervejarias da cidade, há muito espaço para harmonizações diferentes. (E1)

Os respondentes afirmam que há um bom serviço, mas há muito espaço para aperfeiçoamento. Isso é demonstrado nas afirmações e nas opiniões divergentes que não se distanciam totalmente.

A segunda questão diz respeito à formação dos funcionários: "Como você enxerga a qualidade da formação dos profissionais da área de A&B em Campos do Jordão?"

Todos os entrevistados afirmam que a cidade pratica a aprendizagem organizacional (AO), ou seja, os profissionais aprendem o ofício quando aplicado no local de trabalho. Além disso, apareceram nas respostas duas afirmações que chamam a atenção, alta renda e a falta de motivação das pessoas em buscar aprimoramento, em afirmações como:

Habitantes locais com longa tradição de trabalho em hospitalidade. (E1)

A capacitação ocorre de maneira empírica no trabalho. (E6)

A maioria dos profissionais aprende na rotina de trabalho (E3).

Baixo índice de capacitação na cidade. (E4)

Falta de motivação das pessoas em buscar capacitação, porque elas ganham salários acima da média do mercado. (E4)

Os salários altos e a falta de cobrança dos empresários em relação à formação, fazem com que a procura por cursos seja baixa. (E2)

Os empresários têm um bom faturamento e por isso se mantêm em sua zona de conforto, não cobrando, nem oferecendo nenhum tipo de treinamento a seus funcionários. (E5)

O consenso é que a área tem um índice de qualificação baixo. Seis em sete entrevistados, concordaram que a falta de interesse das pessoas em buscar aprimoramento é o principal motivo para a baixa formação. Segundo relatos, a alta rotatividade de funcionários cria uma abundância de oportunidades de trabalho nesta região que, juntamente com a alta renda fazem com que as pessoas não fiquem interessadas em buscar melhores habilidades do que aquelas que adquiriram no trabalho.

A terceira pergunta se refere à capacidade de atrair o público com educação profissional: “Você acha que os profissionais especializados podem trazer mais público e renda para a cidade?”

A positividade do marketing eficaz para atrair turistas foi discutida nas respostas, mas também houveram questões de sazonalidade para os negócios. Como disseram esses empresários, oferecer um serviço diferenciado por pessoas especializadas pode ser uma maneira de atrair mais público, mesmo durante a baixa temporada. Porém, um participante da pesquisa indaga por exemplo que um sommelier de vinhos qualificado cobra um preço alto para um restaurante que, na baixa temporada não tem como pagar por isso.

O serviço de excelência poderia ser uma forma de marketing para a cidade. (E2)

Melhores profissionais poderiam trazer maior visibilidade ao município e ajudar na baixa temporada a ter mais público. (E4)

A capacitação é importante, porém não tenho verba para pagar um profissional altamente capacitado o ano todo (E6).

Em contraste, um empresário observou que pessoas de fora procuram capacitação na cidade objeto de estudo, no centro universitário ou nos restaurantes durante a alta temporada de inverno.

Essas pessoas são muito talentosas, mas os restaurantes não conseguem contratá-los porque só podem contratar pessoas para cargos específicos ou pagar altos salários durante a alta temporada. (E6)

Afirma também que não há procura por serviços diferenciados.

Acredito que não há uma maior especialização nos funcionários porque não há uma exigência de maior qualidade por parte dos clientes. (E6)

A quarta pergunta se refere à viabilidade da RAMS. "Como você vê a possibilidade de funcionamento de uma rede de aprendizagem para formação profissional através das mídias sociais, sua repercussão e viabilidade?"

O não impedimento da formação através das mídias sociais é a primeira afirmação repetida em declarações como:

Abertura de oportunidades de formação. (E2)

Não há nenhum obstáculo para a formação em redes sociais. (E7)

Não vejo nenhum obstáculo neste tipo de formação.

Acho interessante porque falará a linguagem dos jovens que não saem do celular. (E1)

Acho interessante porque falará a linguagem dos jovens que não saem do celular. (E5)

A formação ajuda a combater a alta rotatividade de funcionários. (E1)

Na resposta, a seguir, E7 defende que os donos gestores dos estabelecimentos são responsáveis pela formação. Eles têm maior conhecimento sobre as opções de formação.

Acredito que a sociedade civil e o poder público devem se unir num projeto único de aprimoramento do turismo e a capacitação deve ser um item discutido, traçando um plano a longo prazo, não apenas as necessidades de formação atuais, mas também, de onde queremos chegar, para sermos diferentes de outras cidades turísticas. (E7)

No que diz respeito ao novo tipo de ensino aprendizagem, as declarações demonstraram que não há preconceito a este tipo de metodologia e surgiram respostas que não se opõem à técnica, mas afirmam que alguns cuidados são necessários para que ela funcione bem:

Aprendizagem que ensine atitudes e valores. (E1)

Necessidade de adaptação de metodologias para as redes sociais. (E6) Necessidade de conhecimento na área de gestão dos estabelecimentos de A&B. (E4)

Necessidade de aprendizagem prática supervisionada. (E2 e E3)

Uma espécie de estágio supervisionado, com avaliação de desempenho. (E2)

É necessário complementar o conteúdo aprendido na internet para estes respondentes que propõem que o instrutor responsável pelo curso na rede também seja responsável pelo ensino na prática. Ele também recomenda que os restaurantes da cidade cedam espaço de acordo com um cronograma pré-estabelecido, para que os restaurantes possam continuar operando normalmente.

Isso significa que vários atores sociais devem se unir para criar um plano de educação profissional único com um itinerário formativo contínuo e objetivos futuros que se alinhem com o objetivo geral de melhorar os serviços de turismo do município. É destacável, também, algumas das declarações com as quais os participantes acenaram para o desenvolvimento local:

A profissionalização é fundamental porque a formação também aborda aspectos culturais, importantes para o desenvolvimento. (E1)

O empreendedorismo deve ser abordado nas aulas de modo a trazer consequências para o desenvolvimento da população. (E4)

São discutidos, na quinta pergunta, quais recursos poderiam estar disponíveis para a efetivação da rede. “Você participaria desta ação coletiva? De que forma poderia contribuir?”

De maneira geral, os sete respondentes demonstraram estar dispostos a colaborar com a rede em termos de conhecimentos, empréstimo de local, cessão de funcionários e divulgação nas redes sociais:

Colaboração com as redes de aprendizagem fornecendo local para filmagens e práticas. (E2)

Posso fornecer a cozinha para treinamento nos dias sem movimento. (E6) Adaptação de locais públicos para colaborar com a rede de aprendizagem.

Posso colaborar com as redes de aprendizagem indicando funcionários tanto para estudar quanto para serem instrutores. (E1)

Contribuição com a rede através de divulgação nas redes sociais. (E4 e E5)

Enfim, pode-se concluir que no município de Campos do Jordão, a capacitação profissional é geralmente realizada no local de trabalho conhecida como aprendizagem organizacional. A profissionalização por meio das redes é viável quanto

a metodologia, e as práticas supervisionadas e avaliação deverão ser desenvolvidas. Examinando as respostas dos sete atores sociais pesquisados, é possível afirmar que:

- a) há consenso sobre a viabilidade de uma rede de aprendizagem;
- b) os participantes relataram problemas comuns com profissionais de gastronomia que justificam uma rede de aprendizagem;
- c) existem sugestões de aplicações práticas para tal, como estágios supervisionados e avaliação;
- d) os atores sociais estão dispostos a contribuir para a formação da rede.

A seguir, é apresentado um plano de ação que inclui caminhos para a criação de uma rede de aprendizagem em gastronomia por meio de mídias sociais. Essa rede terá o objetivo de potencializar o turismo, aumentando a profissionalização da cidade e da região, além de promover o desenvolvimento local. A rede também poderá ser expandida e democratizada para outras localidades e áreas profissionais.

## **5 REDE DE APRENDIZAGEM EM MÍDIAS SOCIAIS: UMA PROPOSTA PARA A ÁREA GASTRONÔMICA**

Um projeto de rede de aprendizagem para a cidade de Campos do Jordão é apresentado nesta seção. A teoria pesquisada e apresentada anteriormente, bem como a análise dos dados das entrevistas com atores sociais da cidade, serviram como base para esta proposta. Como caminhos para a criação de uma rede de aprendizagem virtual, foram levadas em consideração as seguintes etapas:

### **5.1 FORMAÇÃO DE PARCERIAS DOS SETORES PÚBLICOS E PRIVADOS**

Parcerias educacionais com escolas profissionalizantes com o objetivo de formar profissionais com certificados válidos em território nacional. Além do apoio material, tecnológico e intelectual, a participação de coordenadores, professores e alunos dos cursos de A&B no desenvolvimento do plano pedagógico e uso da estrutura da escola incluindo computadores públicos, biblioteca, empréstimo de cozinha e espaços para reuniões pontuais. Contrapartidas: o aumento da diversidade na escola; promoção da participação dos alunos em projetos reais; aquisição de novas habilidades a professores; atração de novos alunos advindos da rede; marketing; e contribuição com o desenvolvimento econômico da região ajudando a formar profissionais qualificados.

Parcerias com estabelecimentos comerciais da área, empresas do setor privado, como a Associação Comercial e Empresarial (ACE), e outras entidades, com a capacidade de fornecer recursos, materiais de apoio, espaço para gravações, empréstimo de equipamentos e utensílios, bem como incentivar seus colaboradores a participarem e formarem membros da rede. Contrapartidas: funcionários capacitados gratuitamente, atendimento das necessidades educacionais locais;

funcionários motivados; menor rotatividade; marketing e divulgação da empresa nas redes sociais e contribuição para o desenvolvimento do município.

Parceria com setor público. Prefeituras podem colaborar com prédio público acessível; utilização de espaços para reuniões e gravações; fornecimento de internet; divulgação pública. Contrapartidas: publicidade e divulgação através das redes sociais para atrair mais público, fazer propaganda política para os envolvidos e tornar os cidadãos mais satisfeitos com o gerenciamento de um projeto de baixo custo.

Os recursos materiais necessários incluem principalmente equipamentos para a criação de conteúdo, como celulares com câmera de alta resolução, ferramentas de edição de vídeo; um microfone; iluminação adequada para filmagem; acesso à internet de alta velocidade; colaborações como escolas e estabelecimentos comerciais para fornecer locais e profissionais para gravação.

Para que o projeto cresça e contribua para o desenvolvimento local, é necessário que várias instâncias da cidade se unam. O capital humano se dimensionado pela educação tem um impacto no desempenho do desenvolvimento regional pois as regiões com populações com níveis de escolaridade mais altos têm maiores chances de prosperidade (VIANA E LIMA, 2010). Assim como áreas com níveis baixos tendem a ser menos receptivas e lentas. As disparidades econômico-regionais diminuem quando a escolaridade e a formação são equilibradas entre as regiões.

## 5.2 PLANEJAMENTO PEDAGÓGICO

O objetivo final do planejamento deve ser atrair o público pela qualidade dos serviços oferecidos. Para isso, devem se basear no valor que o cliente vê. Isso pode ser medido por meio da quantidade de sentimentos gratificantes que uma experiência gera. (ANTÓN et al., 2017; VÁZQUEZ et al., 2019).

Deverão ser feitas discussões entre os participantes sobre capacitações mais urgentes e criação de um itinerário formativo composto por cursos de oferta livre. Cursos Livres, são uma forma de educação que não requer nenhuma formação prévia e tem uma duração variável, mas não mais de 800 horas de duração. A LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei nº 9.394/96 (BRASIL, 1996), preconiza que cursos livres são pertencentes à categoria de educação profissional de nível básico, e tem como objetivo, proporcionar ao trabalhador conhecimentos que lhe permitam se qualificar ou atualizar-se para o trabalho. Para a organização do trabalho será necessário:

- Eleição de um coordenador: ou grupo responsável pelo campo educacional. Reunir profissionais envolvidos nos segmentos A&B, para compor um grupo coordenador; Pessoas eleitas pelo grupo que farão a gestão da rede, como traçar cronograma de ações, angariar parcerias e patrocínios, formato de divulgação dos conteúdos, identidade da marca.

- Métodos de avaliação: reconhecimento, validação e certificação desses conhecimentos adquiridos que considere também as experiências dos indivíduos. Permitirão estabelecer uma certa equivalência com a educação formal, admitindo uma vasta gama de níveis de desempenho garantindo reconhecimento de uma aprendizagem ao longo da vida.
- Ferramentas tecnológicas: Alinhar as plataformas que irão atender ao pleno e integral funcionamento da rede de aprendizagem. Uso das tecnologias para promover a troca de conhecimentos. Sugestão: Youtube, Tik Tok, Instagram, WhatsApp, pela facilidade na operação e quantidade de público alcançado.

### 5.3 MOTIVAÇÃO POPULAR

Os cursos devem ser diferentes da educação formal para atrair mais alunos especialmente aqueles que não conseguiram se formar na escola tradicional. Os temas que serão trabalhados de acordo com a cidade devem ser exclusivos, tornando o conteúdo atraente. Os empresários devem incentivar seus funcionários disponibilizando tempo para os estudos, local para as práticas e envolvimento nas atividades.

A AO apontada nas entrevistas, é outra característica importante a ser levada em consideração ao criar planos de cursos e aulas, pois os alunos trarão consigo esse método de aprendizado que tem sido usado por gerações na cidade objeto de estudo. Ao selecionar membros para a rede, deve se considerar as vantagens acadêmicas e as habilidades facilmente adquiridas no local de trabalho.

Um estudo feito por Cheetam e Chivers (2005), incluindo mais de 700 profissionais em cerca de 20 áreas, encontrou 12 mecanismos de AO, ou métodos de aprendizagem informais profissionais: 1. prática e repetição; 2. reflexão; 3. observação e reprodução; 4. feedback; 5. transferência extraocupacional; 6. atividades expandidas; 7. perspectiva de intercâmbio e trocas; 8. interação mentor e coach; 9. absorção inconsciente e osmose; 10. técnicas psicológicas/neurológicas; 11. articulação; 12. colaboração e conexão.

As reflexões demonstram a variedade de maneiras pelas quais os funcionários aprendem em ambientes de trabalho estressantes. Fonseca (2013) realizou uma pesquisa semelhante no Brasil, mas especificamente com funcionários de cozinha em restaurantes da Grande São Paulo. Como resultado, o pesquisador classificou os processos de aprendizagem observados em iniciais, intermediários e avançados (Quadro 6).

**Quadro 6:** Processos de aprendizagem organizacional em cozinha profissional

INICIAL	INTERMEDIÁRIO	AVANÇADO
Observação e imitação	Utilização de medidas e calibragem	Planejamento e Sincronização
Tentativa e erro	Testagem de ingredientes	Antecipação de necessidades

Repetição e Memorização	Busca de novas maneiras de realizar o trabalho	Desenvolvimento apurado dos sentidos
Acompanhamento de profissionais experientes		Criação de novos processos
Superação de medos e desafios		Releitura de pratos

Fonte: Elaborado pelas autoras, adaptado de Fonseca, 2013, *online*.

Na pesquisa foi observado que, no início é necessário acompanhar profissionais experientes ao executar as receitas por etapas, sequências e processos que mudarão com o aprendizado. A insegurança e a superação dos medos estão presentes neste ponto. O aprendiz começa a desenvolver a criatividade na cozinha nas aprendizagens consideradas intermediárias, que se caracterizam pelo início da autonomia na busca de melhores maneiras de fazer um trabalho. Por fim, as aprendizagens avançadas incluem planejamento e antecipação das necessidades, confiança e independência para criar novos pratos e o desenvolvimento dos sentidos durante o trabalho.

#### 5.4 MONETIZAÇÃO DOS CANAIS

Um plano para geração de renda na rede será desenvolvido após a maturação das etapas iniciais. Para financiar a rede e pagar os membros fixos e investir em melhorias e manutenção, a médio e longo prazo. Cursos e e-books vendidos ao público externo, propagandas dentro dos canais, vendas de produtos de membros da rede, patrocínios e apoio de empresas seriam algumas das fontes de receita.

- Criação de um canal profissional;
- Planejamento de postagens;
- Compartilhamento do conteúdo em outras redes;
- Promover conteúdo pago nos vídeos;
- Criar o clube do canal, com financiamento coletivo;
- Criar estante de produtos do canal, para vender produtos exclusivos;
- Ativar a receita do YouTube Premium;
- Propaganda dos estabelecimentos locais;
- Cobrança de taxa de assinatura para os empresários.

#### 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fim de sanar a formação de recursos humanos do setor de serviços, a proposta de uma RAMS para profissionalização na área de A&B capacitará as pessoas para empregos que exigem alto valor agregado. Os aprimoramentos contribuirão para o desenvolvimento local, impactando toda a cadeia do turismo gastronômico, incluindo um aumento na qualidade dos serviços como um fator diferenciador, mas, também, divulgação dos chefs, restaurantes locais e reconhecimento da cidade como polo gastronômico, auxiliando também o aumento do fluxo de turistas na baixa temporada.

Retomando o objetivo geral do estudo, é possível afirmar, de acordo com a análise do conteúdo das entrevistas, que sua realização é possível com a colaboração de organizações já existentes na cidade que se preocupam em promover a identidade gastronômica e atrair mais turistas, bem como instituições que têm como objetivo promover o desenvolvimento humano.

Os empresários se mostraram dispostos a colaborar e se unir ao setor público, fornecendo recursos, funcionários e divulgação em suas redes. Em contrapartida, se beneficiarão da formação desses profissionais com mão de obra qualificada para atender às necessidades locais. A intenção é incentivar a colaboração e a criatividade aumentando as chances de pertencimento à cidade ao incorporar sua cultura e história.

A capacitação mais comum no município é feita há gerações no local de trabalho também conhecida como aprendizagem organizacional. Formato conveniente para empregadores e funcionários que não têm tempo ou dinheiro para capacitações. Isso deve ser considerado relevante, porque mostra como as pessoas aprendem e como estarão motivadas a participar da rede.

A metodologia foi outra preocupação notável. A profissionalização via redes é viável com adaptações de formato, práticas supervisionadas e avaliação, segundo alguns respondentes. As avaliações devem ser feitas de forma organizada e com o apoio das instituições educacionais. Quanto aos conteúdos, foi revelado que é necessário que se inclua em todas as aulas, valores e gestão, com o objetivo de aumentar os resultados do desenvolvimento local e resolver os principais problemas dos funcionários que são as más atitudes.

Os problemas mais comuns com a formação da rede incluem eleger um grupo gestor que participe da organização e busque parcerias; obter recursos e conhecimento técnico para trabalhar com as tecnologias e incentivar o público a uma participação ativa.

As redes de aprendizagem profissional podem contribuir a corrigir os problemas da educação de adultos e permitir que desenvolvam não apenas habilidades e qualificações técnicas, mas também mudanças em suas atitudes, tornando um componente de um plano global de aprendizagem ao longo da vida.

## REFERÊNCIAS

ANSÓN, Rafael. El big bang de la gastronomía en la era digital. **Revista Cuenta y razón**, n. 32, p. 11-20, 2014. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4875391>. Acesso em 12 mai 2023.

ANTÓN, Carmen; CAMARERO, Carmen; LAGUNA-GARCÍA, Marta. Towards a new approach of destination royalty drivers: Satisfaction, visit intensity and tourist motivation. **Current Issues in Tourism**, v.20, p.238-260, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.936834>. Acesso em 10 jun 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. O conhecimento, as redes e a competência em informação na sociedade contemporânea: uma proposta de articulação conceitual. **Perspectivas em Gestão & Amp Conhecimento**, v. 4, p. 48–63, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/21276/11749>. Acesso em: 10 set. 2022.

BRASIL. **Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional**, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/mdr/pt-br/assuntos/desenvolvimento-regional/odr>. Acesso em: 23 jan. 2023.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB**. 9394/1996. BRASIL, 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm). Acesso em 15 ago 2023.

BRASIL. Ministério do turismo. **Anuário estatístico de turismo 2021**, 2020. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-tur-+9,8oismo-2021-ano-base-2020\\_divulgacao-compactado.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-tur-+9,8oismo-2021-ano-base-2020_divulgacao-compactado.pdf). Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. Ministério do turismo. **Gosto pelo Brasil: Programa Nacional de Turismo Gastronômico**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/CartilhaGostopeloBrasil2022.pdf>. Acesso em: 05 jan. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 1.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CHEETHAM, Graham; CHIVERS, Geoff. Towards a holistic model of professional competence. **Journal of European Industrial Training**, Bradford, v. 20, n. 5, p. 20-30, 1996. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090599610119692/full/html>. Acesso em: 10 fev 2023.

FONSECA, Sérgio Ademar. Ingredientes da aprendizagem social: um estudo na cozinha de um restaurante da grande São Paulo. **Tese de doutorado, Universidade Presbiteriana Mackenzie**, São Paulo, SP, 2013. Disponível em:

<https://dspace.mackenzie.br/items/5a9a87c6-0fcd-4721-82d3-b181119f7a78>. Acesso em: 18 jun 2022.

HARASIM, Linda; HILTZ, Starr Rozanne; TELES, Lúcio; TUROFF, Murray. **Redes de Aprendizagem: um Guia de Campo para Ensino e Aprendizagem Online**. São Paulo: Senac, 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 7. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, p. 225, 2014.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: a atuação de professores como booktubers no YouTube. **Humanidades & Inovação**, v. 7, p. 276-285, 2020. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/2448>. Acesso em 15 jun 2022.

PINOCHET, Luis Hernán Contreras; BARBOSA, Alexandre; DA SILVA, Alandey Severo Leite. Preferências na Adoção de Recursos de TIC como Suporte na Rede Colaborativa Organizacional dos Conselhos Regionais de Medicina. In: XXIX ENANPAD – **Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração**. 2005. Disponível em: [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pt-BR&user=F1gPPmgAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation\\_for\\_view=F1gPPmgAAAAJ:3s1wT3WcHBgC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=F1gPPmgAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=F1gPPmgAAAAJ:3s1wT3WcHBgC). Acesso em 14 jul 2022.

SUÁREZ, Belén. **Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas**. p.121-135. 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/328906221\\_Whatsapp\\_su\\_uso\\_educativo\\_ventajas\\_y\\_desventajas](https://www.researchgate.net/publication/328906221_Whatsapp_su_uso_educativo_ventajas_y_desventajas). Acesso em 10 jan 2023.

TAMAYO, Ana Leticia Salcedo; CASTRO, Diana Ricalde; MUÑOZ, Irma Muñoz. Las Tecnologías de la Información y Comunicación: aplicaciones educativas y de vanguardia en el ámbito gastronómico. **Revista virtual especializada en Gastronomía**. n. 7. p. 20 – 49. 2014. Disponível em: [https://scholar.google.com.mx/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=YK8vz2I](https://scholar.google.com.mx/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=YK8vz2I)

AAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation\_for\_view=YK8vz2IAAAAJ:hqOjcs7Dif8C.  
Acesso em: 9 abr 2023.

TAVARES, Cristiano Luiz Silva. O ensino investigativo como ferramenta para despertar interesse em alunos por disciplinas profissionalizantes: relato de experiência. **Revista Brasileira da Educação Profissional e Tecnológica**, v. 2, n. 17, p. e7967. 2019. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/RBEPT/article/view/7967>. Acesso em: 12 jan 2023.

UNESCO. **Relatório Global sobre Aprendizagem e Educação de Adultos**. Brasília: UNESCO. 2010. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000188644/PDF/188644por.pdf.multi>. Acesso em: 28 mar. 22

UNESCO. **Recomendação sobre Aprendizagem e Educação de Adultos**. Brasília: UNESCO. 2015. Disponível em: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245179\\_por](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245179_por). Acesso em: 30 mar. 22

VÁZQUEZ, Jenifer Antonio; HERNÁNDEZ, José Silvano Mosqueda; JUÁREZ, Luis Gibran Hernández; GUZMÁN, Clara Eugenia Calderón; Vázquez, José Manuel Antonio. El trabajo colaborativo y la socioformación: un camino hacia el conocimiento complejo. **Revista Educación y Humanismo**, 19(33), p.334-356. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17081/eduhum.19.33.2648>. Acesso em: 9 mai 2023.

VIANA, Giomar; LIMA, Jandir Ferrera. Capital humano e crescimento econômico. **Revista de Educação**, v. 9, n. 15, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/inter/a/srrRfK6rcbj7gwW6GMyVNHK/?lang=pt>. Acesso em 10 abr 2023.

ZONETTI, Aryadne Marina Figueiredo. **Marketing digital em mídias sociais**. São Paulo: Unicesumar. 2022.