

EDITORIAL

A segunda edição do Caderno Geral da Revista Formadores: Vivências e Estudos no ano de 2020, traz relevantes discussões sobre o empreendedorismo feminino, a negociação integrativa e o marketing sensorial, abordando a importância destes temas para os empreendimentos atuais – principalmente com foco no relacionamento e na experiência de consumo. Além disso, são abordadas vivências e estudos sobre a mediação tecnológica e o uso das tecnologias de informação na educação, expandindo o debate sobre o papel das novas tecnologias no contexto escolar.

O artigo de abertura deste caderno se intitula “**Empoderamento e empreendedorismo feminino: um estudo multicaso com as Jovens Empreendedoras do Salvador**”. O estudo de caso analisa a Associação de Jovens Empreendedores em Salvador para compreender como o empreendedorismo feminino pode gerar empoderamento econômico e social. O estudo se debruça em uma série de questionários aplicados às empreendedoras para compreender as principais motivações para o empreendimento de mulheres.

Em seguida o estudo “**Mediação tecnológica: uma análise das contribuições do uso do aplicativo Agenda Tellme na comunicação entre o Colégio Adventista da Bahia e as famílias**” aborda a importância da mediação tecnológica nos processos de comunicação escolar entre os diversos atores escolares. Por meio do estudo de caso do Colégio Adventista é possível perceber como os aplicativos podem mediar e estreitar o relacionamento entre pais e educadores, possibilitando um maior acompanhamento da vida estudantil dos discentes.

No artigo “**Relações públicas e negociação integrativa: contribuições para relacionamentos com públicos de interesse**”, o papel do profissional de relações públicas é destacado por sua atuação estratégica na comunicação organizacional, pois este profissional é elemento central no processo de negociação com os públicos de interesse das organizações. Nesse estudo busca-se evidenciar a negociação integrativa como uma técnica viável para a prática dessa profissão, especialmente quando utilizada para nutrir as relações entre os públicos essenciais – aqueles tidos como imprescindíveis e que devem ser mantidos a longo prazo pela organização.

“**O uso das tecnologias da informação pelos educadores nas escolas urbanas públicas e particulares brasileiras**” aborda as diferenças entre o uso das tecnologias de informação no contexto das escolas públicas e particulares, enaltecendo as disparidades entre essas duas realidades. O artigo aborda ainda como a empregabilidade da tecnologia pode resultar em um processo de ensino-aprendizagem mais homogêneo que beneficia os estudantes e os aproxima da sala de aula, melhor usufruindo dos conteúdos ministrados pelos docentes.

Por fim, o Caderno Geral 2 é concluído com o artigo “**O papel do marketing sensorial na**

EDITORIAL

experiência de consumo em estabelecimentos gastronômicos". O trabalho explora a experiência de marketing sensorial a partir do estudo de caso do restaurante Casa de Tereza. O artigo expõe como este tipo de marketing modifica e redimensiona as experiências de consumo na contemporaneidade, impactando na forma como o consumidor passa a fruir da experiência gastronômica.

Boa leitura a todos e todas!

Profa. Dra. Tânia Moura Benevides

UNEB/UFBA

Victor Said

DCH-I/UNEB