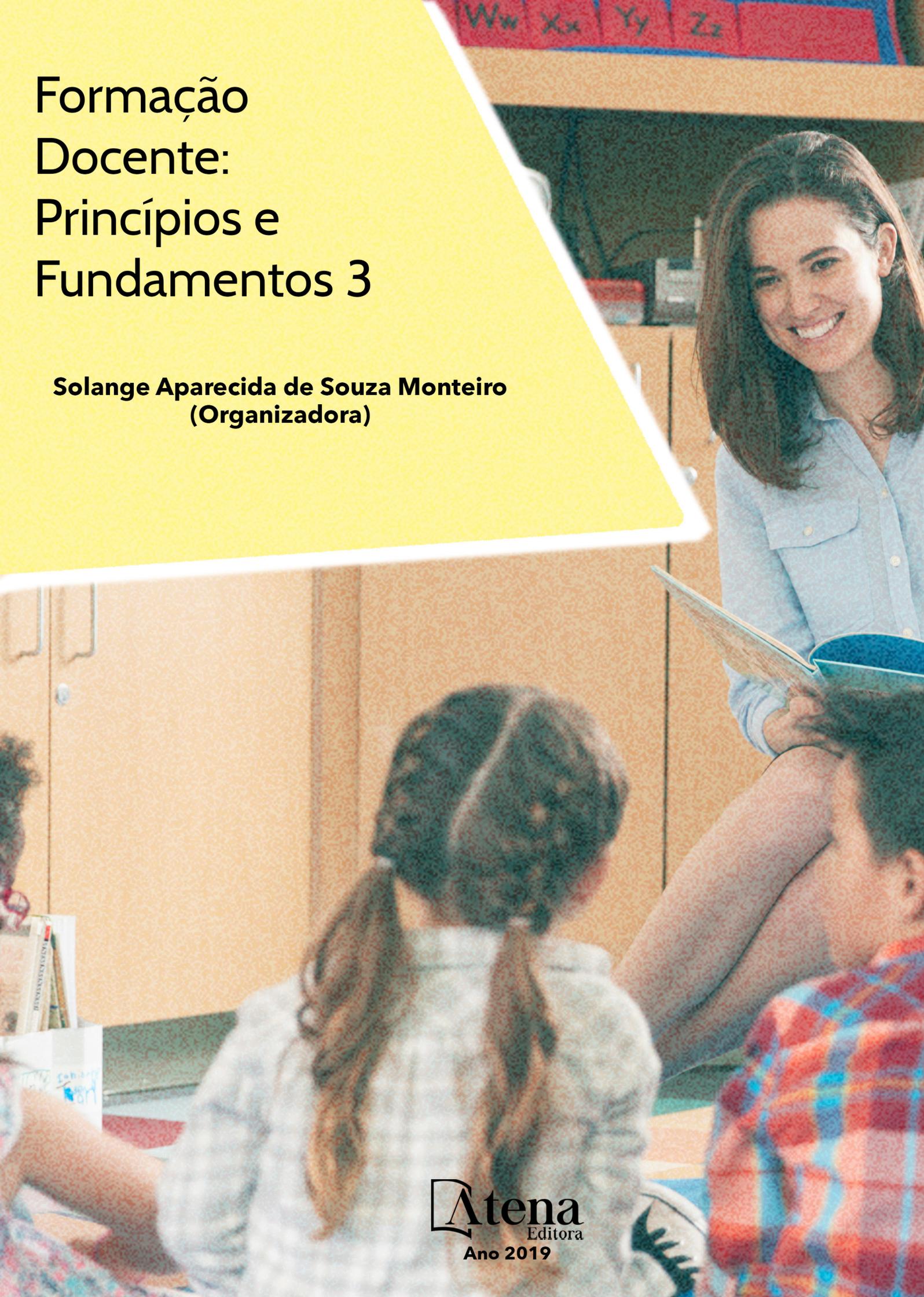


# Formação Docente: Princípios e Fundamentos 3

**Solange Aparecida de Souza Monteiro  
(Organizadora)**



**Solange Aparecida de Souza Monteiro**  
(Organizadora)

# **Formação Docente: Princípios e Fundamentos 3**

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Executiva: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Geraldo Alves  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista  
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
F723	Formação docente [recurso eletrônico] : princípios e fundamentos 3 / Organizadora Solange Aparecida de Souza Monteiro. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Formação Docente: Princípios e Fundamentos; v. 3)  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-370-5 DOI 10.22533/at.ed.705193005  1. Educação. 2. Professores – Formação. I. Monteiro, Solange Aparecida de Souza. II. Série.  CDD 370.71
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná - Brasil

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

Atena  
Editora

Ano 2019

## APRESENTAÇÃO

E o lugar de perspectiva formativa e pedagógica para a escola e para a universidade este lugar refere-se ao movimento da práxis criadora entre uma e outra criação, como uma trégua em seu debate ativo com o mundo, o homem reitera uma práxis já estabelecida. Por essas e outras questões de cunho político, pedagógico e formativo no âmbito da Escola e da universidade, o trabalho coletivo entre escola, docentes, discentes e universidade (professores formadores), ancorado no movimento da práxis criadora, favorece a qualidade dos processos formativos da escola e da universidade, bem como a formação emancipatória dos sujeitos. A partir de um trabalho coletivo, de perspectiva interdisciplinar, entre educadores em formação e professores-formadores, se faz claro que a realidade concreta, social e escolar se apresenta dinâmica e complexa do trabalho pedagógico crítico, de perspectiva emancipatória, necessita de condições históricas para sua concretização, e, sobretudo, da atuação do Estado ampliado, garantindo, por meio de políticas sociais, os direitos sociais aos povos. E, ainda, que não se deva desconsiderar que nem o curso de formação, nem a escola, nem o sujeito são ilhas isoladas do contexto social mais amplo. O trabalho coletivo é força motriz na produção de conhecimentos sobre a realidade social e para enfrentamento do contexto pedagógico, formativo e do trabalho docente na Escola e na universidade dessa maneira, as relações de parceria e trabalho coletivo entre docência, escola e formação podem fazer avançar a organização do trabalho pedagógico, no sentido da qualidade dos processos formativos realizados no âmbito da escola, da comunidade e da universidade.

No artigo **A VOZ DO PROFESSOR DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR – EXPRESSIVIDADE E BEM ESTAR NO TRABALHO DOCENTE**, os autores **REGINA ZANELLA PENTEADO** e **SAMUEL DE SOUZA NETO** buscam apontar algumas implicações, desafios e possibilidades para a formação de professores, relacionando a expressividade do professor ao projeto de profissionalização do ensino. No artigo **ALFABETIZAÇÃO CIENTÍFICA E A APLICAÇÃO DO NÍVEL REPRESENTACIONAL SIMBÓLICO NA BIOQUÍMICA: INVESTIGANDO POSSÍVEIS INTERFACES** os autores Giovanni Scataglia Botelho Paz, Paulo de Avila Junior, Sérgio Henrique Bezerra de Sousa Leal buscam analisar os dados obtidos em um curso gratuito de formação continuada promovido por uma universidade pública federal, que contou com a participação de 21 professores em serviço nas disciplinas de química, biologia e ciências. No artigo **AMPLIANDO O CAMPO DE VISÃO NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES: A RELAÇÃO ENTRE EDUCAÇÃO E CULTURA**, os autores Dianlyne Daurea de Oliveira, Mariana Lira Ibiapina Mariana de Vasconcelos Neves, Ângela de Fátima Lira Ibiapina buscaram refletir sobre o exercício da disciplina Educação, Cidadania e Movimentos Sociais e da experiência de Estágio Supervisionado, componentes do curso de Pedagogia da Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA e teve como lócus para investigação a Associação Cultural Estrela do luar - ACEL, em Sobral - CE. No artigo **ANÁLISE DE PRÁTICA NO CAMPO DA EDUCAÇÃO FÍSICA: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE DUAS PROFESSORAS INICIANTEs**, os autores Taynara Franco de Carvalho,

Daniela dos Santos, Samuel de Souza Neto buscam relatar a experiência de duas professoras de Educação Física em início de carreira, a partir da análise de prática, bem como identificar a mobilização dos saberes docentes na prática dessas professoras. No artigo **ANÁLISIS SITUACIONAL PERUANO-LATINOAMERICANO DE LAS HABILIDADES INVESTIGATIVAS EN ENFERMERÍA, ¿CUÁLES SON Y COMO PROPICIARLAS?** a autora Janet Mercedes Arévalo Ipanaqué busca Enlistar las deficiencias en las habilidades investigativas que se han identificado en el profesional de Enfermería Peruano y Latinoamericano, proponer las habilidades investigativas que deben promoverse en el Enfermero Peruano, Presentar alternativas que propician el desarrollo de las habilidades investigativas en Enfermería. No artigo **APRENDIZAGEM DA DOCÊNCIA E O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL NA PERSPECTIVA DE CARLOS MARCELO GARCÍA**, os autores Aline Costa, Felipe Fernando Talarico, Lílian de Assis Monteiro Lizardo, Rita André, Rosa Eulália Vital da Silva, Tânia Mara de Andrade Oliveira e Silva buscaram identificar concepções que tratam da aprendizagem da docência e o desenvolvimento profissional do professor. No artigo **AS PESQUISAS SOBRE APRENDIZAGEM ESCOLAR NO ENSINO MÉDIO: UM RECORTE PARA A REALIDADE BRASILEIRA**, os autores Kauana Martins Bonfada Perini e Eduardo Adolfo Terrazzan buscam caracterizar a produção acadêmico-científica veiculada em periódicos nacionais sobre a temática “Aprendizagem Escolar no Ensino Médio”. No artigo **AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE MÃES MACHADENSES SOBRE A PUBLICIDADE INFANTIL**, a autora Gabriela Amorin Ferruzzi busca analisar e discutir as representações sociais de mães de crianças que vivem em Álvares Machado – cidade de pequeno porte localizada no interior do Estado de São Paulo, acerca da publicidade infantil, bem como suas preocupações e o que nós enquanto professores, pais e pesquisadores podemos fazer para preservar as crianças do poder de persuasão da mídia. No artigo **AS TDIC - TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA EJA – EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS**, os autores Rodrigo Martins Bersi e José Carlos Miguel buscam além da implementação do Blog na escola, por meio de produção de textos e interação entre os sujeitos, situam-se também na produção de subsídios teóricos-metodológicos para a utilização das TIC no contexto da EJA. No artigo **ASSESSORIA PEDAGÓGICA UNIVERSITÁRIA EM CONTEXTOS DE INOVAÇÃO CURRICULAR: A PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DOCENTE NO ENSINO SUPERIOR**, os autores Amanda Rezende Costa Xavier, Maria Antonia Ramos de Azevedo, Lígia Bueno Zangali Carrasco buscam, através de uma pesquisa qualitativa identificar os desafios vividos por docentes universitários em um contexto de inovação curricular. O resultado da pesquisa apontou fragilidades acerca de conceitos que são fundamentais para o estabelecimento da inovação das práticas pedagógicas em contextos de inovação curricular. Excelente trabalho, vale a pena ler! No artigo **ATIVIDADES COMPLEMENTARES AO CONTEÚDO CURRICULAR: UMA EXPERIÊNCIA COM A 1ª SÉRIE DO ENSINO MÉDIO** os autores Cibele Diogo Pagliarini, Andrezza Santos Flores, Gabriela Pinto de Oliveira, Larissa de Oliveira Rezende, Letícia Alves Ramos, Lucivânia da Silva Mendes Ramon Trevizan Barros, Ângela Coletto Morales Escolano, buscam complementar com atividades diferenciadas as aulas regulares de Biologia do segundo semestre das 1ª séries de uma escola Pública Estadual de Ensino Médio, parceira do PIBID.

No artigo **AZIZ NACIB AB'SÁBER E A PROPOSTA ESCOLANOVISTA CONTIDA NO "PROJETO BRASILEIRO PARA O ENSINO DE GEOGRAFIA" (1975)** os autores Thiago José de Oliveira e Márcia Cristina de Oliveira Mello buscam analisar a proposta didática de Aziz Nacib Ab'Sáber, para o ensino de Geografia no então segundo grau, contida no "Projeto brasileiro para ensino de Geografia (1975)". No artigo **BASES PARA A ELABORAÇÃO DE UM INSTRUMENTO AVALIATIVO DAS ESTRATÉGIAS DE LEITURA**, as autoras Maria Lígia Sachs Zulmires de Campos e Dirce Charara MONTEIRO buscam avaliar as dificuldades de leitura de um grupo de alunos do 4º ano do Ensino Fundamental I, de uma escola pública, relacionando essas dificuldades com o domínio das estratégias de leitura necessárias para se tornarem leitores competentes. No artigo **CARACTERIZAÇÃO DOS ITENS DE BIOLOGIA DO ENEM DE ACORDO COM A TAXONOMIA DE BLOOM REVISADA: UMA EXPERIÊNCIA COM PROFESSORES DO ENSINO MÉDIO**, os autores Giovanna Vianna Mancini, Amaury Celso Marques Júnior, Elaine Pavini Cintra buscam realizar um estudo das provas de Ciências da Natureza do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), aplicadas no período de 2009 a 2014, com ênfase nos itens envolvendo conceitos de biologia. No artigo **COMUNICANDO A AVALIAÇÃO POR MEIO DE RUBRICAS: UMA EXPERIÊNCIA FORMATIVA EM DISCIPLINA DO CURSO DE PSICOLOGIA**, a autora Thais Cristina Rades busca relatar uma experiência de comunicação de avaliação realizada na disciplina Psicologia Escolar ministrada no curso de Psicologia do Centro Universitário São Camilo, no ano letivo de dois mil e dezessete. No artigo **CURRÍCULO É CULTURA: PRÁTICAS DE FORMAÇÃO CONTINUADA JUNTO AO PROGRAMA ESCOLA DA FAMÍLIA DA REDE PÚBLICA ESTADUAL PAULISTA**, os autores Paulo César CEDRAN, Carlos Fonseca BRANDÃO, Chelsea Maria de Campos MARTINS analisar como o material "Currículo é cultura" vem sendo utilizado junto aos vice-diretores do PEF. Esta análise foi realizada sob a ótica dos responsáveis pelo Programa identificando quais foram os filmes mais utilizados e seu grau de abrangência que ultrapassa o âmbito do processo de educação formal. No artigo **FORMAÇÃO DE PROFESSORES PARA O ATENDIMENTO EDUCACIONAL DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL**, a autora Simone Gomes Ghedini, busca avaliar o conhecimento e a compreensão de professores acerca da DI, bem como as condições das escolas para atender esses alunos nas salas regulares e de recurso multifuncionais e oferecer formação e orientação aos professores, favorecendo a educação inclusiva dessas crianças nas salas regulares de ensino. No artigo **DESIGN THINKING PARA ENSINAR E APRENDER SOCIOLOGIA**, os autores Paulo Sergio de Sena, Maria Cristina Marcelino Bento, Messias Borges Silva buscam relatar o ajuste conceitual do método de "Design Thinking" para municiar professores, alunos, comunidade educativa e o espaço pedagógico das Escolas, para fazer a leitura de um conteúdo de Sociologia (Positivismo de Auguste Comte como estudo de caso) para os Bacharelados em Enfermagem. No artigo **DIMENSÕES DO DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE LICENCIANDAS DO PIBID DA PEGAGOGIA**, as autoras Vanessa Lopes Eufrázio e Rita de

Cássia de Alcântara Braúna buscam identificar quais saberes foram aprendidos, construídos e mobilizados pelas licenciandas nos contextos de formação/atuação e como se articulam ao seu desenvolvimento profissional. No artigo **educação física na escola e A BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR: APONTAMENTOS PARA PROCEDIMENTOS NO ENSINO DE PRÁTICAS CORPORAIS**, as autoras Yasmin Dolores Lopes, Hitalo Cardoso Toledo, José Augusto Victória Palma, Ângela Pereira Teixeira Victória Palma buscam estudar a construção de procedimentos didático-pedagógicos para o ensino de duas unidades temáticas das práticas corporais como conteúdos nas aulas de Educação Física escolar: a) Esporte - Futebol Americano; e b) Dança - Danças Urbanas/Hip-Hop. No artigo **EDUCAÇÃO MATEMÁTICA PARA CRIANÇAS COM SÍNDROME DE DOWN: CONTRIBUIÇÕES PARA FORMAÇÃO DE PROFESSORES**, os autores Mônica DE FARIA E SILVA, Guilherme Saramago de Oliveira, Maria Isabel SILVA buscam identificar as dificuldades e desafios relatados pelos educadores, quando do planejamento das atividades educacionais e estratégias didáticas direcionadas para alunos com síndrome de Down. No artigo **ENSINO DE FÍSICA COM HISTÓRIAS EM QUADRINHOS: O ASTRONAUTA EM MAGNETAR**, os autores Gustavo Ferraz de Barros Eugenio Maria de França Ramos, João Eduardo Fernandes Ramos, buscaram pesquisar e analisar uma História em Quadrinhos que pudesse ser utilizada em aulas de Física. No artigo **ENTRE O DIREITO À TERNURA, A LITERATURA DE AUTOAJUDA E OS SABERES DOCENTES: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS DE ESCOLARIZAÇÃO E UNIVERSITARIZAÇÃO NA PEDAGOGIA**, os autores Mariana Fiório, Samuel de Souza Neto, Rebeca Possobom Arnosti, buscam identificar e analisar como os estudantes de Pedagogia refletem sobre a dimensão humana em seu período de escolarização e universitarização. No artigo **FATO OU DESAFIO? O TDAH NA FORMAÇÃO DOS PROFESSORES DE EDUCAÇÃO BÁSICA DE DUAS ESCOLAS DE RIBEIRÃO PRETO/SP** Rafael Petta Daud, o autor buscou analisar a formação de 10 professoras do ensino fundamental I (que normalmente lidam com o processo de alfabetização), atuantes em duas escolas da rede estadual de ensino do interior de São Paulo, para trabalhar com o TDAH em sala de aula e avaliar as relações entre a formação profissional obtida e a forma como elas lidam com o transtorno na escola. Finaliza o segundo volume o artigo **FONTES DE CONSTITUIÇÃO DAS CRENÇAS DE AUTOEFICÁCIA DOCENTE DE PÓS-GRADUANDOS EM ENGENHARIA**, os autores Mayara da Mota Matos e Roberto Tadeu laochite os autores buscam identificar as fontes de constituição das crenças de autoeficácia docente de pós-graduandos em Engenharia. Utilizou-se um questionário sociodemográfico, a Escala de Autoeficácia do Professor e da Escala de Fontes de Autoeficácia Docente. Teve-se como participantes 340 pós-graduandos de instituições públicas do Sul e Sudeste do Brasil.

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A VOZ DO PROFESSOR DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR – EXPRESSIVIDADE E BEM ESTAR NO TRABALHO DOCENTE	
Regina Zanella Penteado Samuel De Souza Neto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930051</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>14</b>
ALFABETIZAÇÃO CIENTÍFICA E A APLICAÇÃO DO NÍVEL REPRESENTACIONAL SIMBÓLICO NA BIOQUÍMICA: INVESTIGANDO POSSÍVEIS INTERFACES	
Giovanni Scataglia Botelho Paz Paulo de Avila Junior Sérgio Henrique Bezerra de Sousa Leal	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930052</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>28</b>
AMPLIANDO O CAMPO DE VISÃO NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES: A RELAÇÃO ENTRE EDUCAÇÃO E CULTURA	
Dianlyne Daurea de Oliveira Mariana Lira Ibiapina Mariana de Vasconcelos Neves Ângela de Fátima Lira Ibiapina	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930053</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>39</b>
ANÁLISE DE PRÁTICA NO CAMPO DA EDUCAÇÃO FÍSICA: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE DUAS PROFESSORAS INICIANTES	
Taynara Franco de Carvalho Daniela dos Santos Samuel de Souza Neto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930054</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>50</b>
ANÁLISIS SITUACIONAL PERUANO-LATINOAMERICANO DE LAS HABILIDADES INVESTIGATIVAS EN ENFERMERÍA, ¿CUÁLES SON Y COMO PROPICIARLAS?	
Janet Mercedes Arévalo Ipanaqué	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930055</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>64</b>
APRENDIZAGEM DA DOCÊNCIA E O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL NA PERSPECTIVA DE CARLOS MARCELO GARCÍA	
Aline Costa Felipe Fernando Talarico Lílian de Assis Monteiro Lizardo Rita André Rosa Eulália Vital da Silva Tânia Mara de Andrade Oliveira e Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930056</b>	

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>73</b>
AS PESQUISAS SOBRE APRENDIZAGEM ESCOLAR NO ENSINO MÉDIO: UM RECORTE PARA A REALIDADE BRASILEIRA	
Kauana Martins Bonfada Perini Eduardo Adolfo Terrazzan	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930057</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>88</b>
AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE MÃES MACHADENSES SOBRE A PUBLICIDADE INFANTIL	
Gabriela Amorin Ferruzzi	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930058</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>98</b>
AS TDIC - TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA EJA – EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS	
Rodrigo Martins Bersi José Carlos Miguel	
<b>DOI 10.22533/at.ed.7051930059</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>108</b>
ASSESSORIA PEDAGÓGICA UNIVERSITÁRIA EM CONTEXTOS DE INOVAÇÃO CURRICULAR: A PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DOCENTE NO ENSINO SUPERIOR	
Amanda Rezende Costa Xavier Maria Antonia Ramos de Azevedo Lígia Bueno Zangali Carrasco	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300510</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>121</b>
ATIVIDADES COMPLEMENTARES AO CONTEÚDO CURRICULAR: UMA EXPERIÊNCIA COM A 1ª SÉRIE DO ENSINO MÉDIO	
Cibele Diogo Pagliarini Andrezza Santos Flores Gabriela Pinto de Oliveira Larissa de Oliveira Rezende Letícia Alves Ramos Lucivânia da Silva Mendes Ramon Trevizan Barros Ângela Coletto Morales Escolano	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300511</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>131</b>
AZIZ NACIB AB’SÁBER E A PROPOSTA ESCOLANOVISTA CONTIDA NO “PROJETO BRASILEIRO PARA O ENSINO DE GEOGRAFIA” (1975)	
Thiago José de Oliveira Márcia Cristina de Oliveira Mello	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300512</b>	

<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>143</b>
BASES PARA A ELABORAÇÃO DE UM INSTRUMENTO AVALIATIVO DAS ESTRATÉGIAS DE LEITURA	
Maria Lígia Sachs Zulmires de Campos Dirce Charara Monteiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300513</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>152</b>
CARACTERIZAÇÃO DOS ITENS DE BIOLOGIA DO ENEM DE ACORDO COM A TAXONOMIA DE BLOOM REVISADA: UMA EXPERIÊNCIA COM PROFESSORES DO ENSINO MÉDIO	
Giovanna Vianna Mancini Amaury Celso Marques Júnior Elaine Pavini Cintra	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300514</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>165</b>
COMUNICANDO A AVALIAÇÃO POR MEIO DE RUBRICAS: UMA EXPERIÊNCIA FORMATIVA EM DISCIPLINA DO CURSO DE PSICOLOGIA	
Thais Cristina Rades	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300515</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>172</b>
CURRÍCULO É CULTURA: PRÁTICAS DE FORMAÇÃO CONTINUADA JUNTO AO PROGRAMA ESCOLA DA FAMÍLIA DA REDE PÚBLICA ESTADUAL PAULISTA	
Paulo César Cedran Carlos Fonseca Brandão Chelsea Maria De Campos Martins	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300516</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>180</b>
FORMAÇÃO DE PROFESSORES PARA O ATENDIMENTO EDUCACIONAL DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL	
Simone Gomes Ghedini	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300517</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>192</b>
DESIGN THINKING PARA ENSINAR E APRENDER SOCIOLOGIA	
Paulo Sergio de Sena Maria Cristina Marcelino Bento Messias Borges Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300518</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>203</b>
DIMENSÕES DO DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE LICENCIANDAS DO PIBID DA PEGAGOGIA	
Vanessa Lopes Eufrazio Rita de Cássia de Alcântara Braúna	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300519</b>	

<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>215</b>
EDUCAÇÃO FÍSICA NA ESCOLA E A BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR: APONTAMENTOS PARA PROCEDIMENTOS NO ENSINO DE PRÁTICAS CORPORAIS	
Yasmin Dolores Lopes Hitalo Cardoso Toledo José Augusto Victória Palma Ângela Pereira Teixeira Victória Palma	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300520</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>228</b>
EDUCAÇÃO MATEMÁTICA PARA CRIANÇAS COM SÍNDROME DE DOWN: CONTRIBUIÇÕES PARA FORMAÇÃO DE PROFESSORES	
Mônica de Faria e Silva Guilherme Saramago de Oliveira Maria Isabel Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300521</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>237</b>
ENSINO DE FÍSICA COM HISTÓRIAS EM QUADRINHOS: O ASTRONAUTA EM MAGNETAR	
Gustavo Ferraz de Barros Eugenio Maria de França Ramos João Eduardo Fernandes Ramos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300522</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>252</b>
ENTRE O DIREITO À TERNURA, A LITERATURA DE AUTOAJUDA E OS SABERES DOCENTES: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS DE ESCOLARIZAÇÃO E UNIVERSITARIZAÇÃO NA PEDAGOGIA	
Mariana Fiório Samuel De Souza Neto Rebeca Possobom Arnosti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300523</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>268</b>
FATO OU DESAFIO? O TDAH NA FORMAÇÃO DOS PROFESSORES DE EDUCAÇÃO BÁSICA DE DUAS ESCOLAS DE RIBEIRÃO PRETO/SP	
Rafael Petta Daud	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300524</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>280</b>
FONTES DE CONSTITUIÇÃO DAS CRENÇAS DE AUTOEFICÁCIA DOCENTE DE PÓS-GRADUANDOS EM ENGENHARIA	
Mayara da Mota Matos Roberto Tadeu Iaochite	
<b>DOI 10.22533/at.ed.70519300525</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>289</b>

## AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE MÃES MACHADENSES SOBRE A PUBLICIDADE INFANTIL

**Gabriela Amorin Ferruzzi**

Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”

Presidente Prudente – SP

**RESUMO:** As propagandas infantis estão em todas as partes e em todos os lugares por onde olhamos. Assim, debater sobre elas se configura como algo essencial. O presente trabalho, derivado de uma pesquisa de mestrado, busca analisar e discutir as representações sociais de mães de crianças que vivem em Álvares Machado – cidade de pequeno porte localizada no interior do Estado de São Paulo – acerca da publicidade infantil, bem como suas preocupações e o que nós enquanto professores, pais e pesquisadores podemos fazer para preservar as crianças do poder de persuasão da mídia. Para tanto, realizamos uma pesquisa qualitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados um questionário semiestruturado para as mães de alunos matriculados em uma escola pública e em uma escola particular, de Ensino Fundamental (anos iniciais), localizadas no município citado. Como referencial teórico temos os estudos de Moscovici (2005) sobre a Teoria das Representações Sociais e utilizamos Bauman (2008) e Baudrillard (2011) para discutir as relações de consumo presentes

no mundo moderno. Para analisar os dados usamos a técnica de análise de conteúdo de Bardin. As respostas coletadas sugerem que as mães machadenses tem a representação da propaganda infantil atrelada ao crescimento do consumo/consumismo e que elas acreditam na importância do diálogo para subverter o poder de persuasão da publicidade. Assim, podemos afirmar que mesmo diante de tantos debates em relação às propagandas infantis, estas estão presentes no dia-a-dia das crianças e cabe a nós, pais e professores, prepará-las para uma leitura crítica sobre os conteúdos veiculados nas mídias.

**PALAVRAS-CHAVE:** Representações Sociais, Consumo, Publicidade infantil.

**ABSTRACT:** Children’s advertisements are everywhere and everywhere we look. So debating about them is essential. The present work, derived from a master’s research, seeks to analyze and discuss the social representations of mothers of children living in Álvares Machado – small city located in the interior of the State of São Paulo – about children’s advertising, as well as their concerns and what we as teachers, parents and researchers can do to preserve children from the power of media persuasion. For this, we performed a qualitative research, using as a data collection instrument a semi-structured questionnaire for the mothers of

students enrolled in a public school and a private elementary school (initial years), located in the mentioned municipality. As a theoretical reference, we have Moscovici's (2005) studies on Theory of Social Representations and use Bauman (2008) and Baudrillard (2011) to discuss consumer relations in the modern world. To analyze the data we use the Bardin content analysis technique. The collected responses suggest that Machado's mothers have the representation of children's advertising linked to the growth of consumption / consumerism and those they believe in the importance of dialogue to subvert the power of persuasion of advertising. So, we can say that even in the face of so many debates regarding children's advertisements, they are present in the daily lives of children and it is up to us, parents and teachers, to prepare them for a critical reading of the contents conveyed in the media.

**KEYWORDS:** Social Representations, Consumption, Children's advertising.

## 1 | INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, pesquisar e estudar as relações entre os campos da educação e da comunicação faz-se necessário, pois diante da globalização e da presença frequente dos meios de comunicação, possuir um olhar crítico no que tange as relações entre consumo infantil, mídia e infância é algo fundamental.

Diante desse contexto, este trabalho, resulta de uma pesquisa maior de mestrado, realizada no ano de 2016, para analisar e discutir as representações sociais das mães das crianças residentes em Álvares Machado sobre as propagandas destinadas ao público mirim.

O intuito deste trabalho consiste em discutir brevemente as transformações que levaram a sociedade a tornar-se uma sociedade de consumidores, debater um pouco a questão da mídia e das propagandas infantis, trazer os resultados acerca das representações sociais das mães machadenses sobre a publicidade infantil e discutir como a escola e o professor podem atuar para que os alunos tenham uma formação crítica para as mídias.

## 2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Relações entre consumo e sociedade

Para compreender a atual conjuntura do consumo é preciso antes realizar uma reflexão acerca da sociedade em que vivemos. Por isso, trataremos uma discussão baseada nos estudos do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008) sobre a atual sociedade contemporânea, marcada pela instabilidade e por velozes transformações.

De acordo com sociólogo (2008), a sociedade pós-moderna tornou-se uma sociedade de consumidores a partir do momento em que o consumo deixou de ser uma prática cotidiana para tornar-se seu eixo organizador.

Em seu livro *Vida para Consumo* (2008), Bauman explica que atualmente o que tem acontecido ainda é uma deslocação do consumo para o consumismo. Ou seja, o consumo, que tem relação com as satisfações das necessidades básicas do indivíduo, tem cedido lugar ao consumismo, que por sua vez, tem relação com os desejos e vontades rotineiras do sujeito.

Nas palavras do autor, este consumismo aparece no momento em que o consumo toma a função que até então era ocupada pelo trabalho na sociedade de produtores. Para melhor exemplificar esta transição, Bauman (2008) utiliza duas metáforas acerca da sociedade denominadas como sociedade sólido-moderna e sociedade líquido-moderna.

A sociedade sólido-moderna, também conhecida como sociedade de produtores, tinha como característica a segurança, a estabilidade e o duradouro. Buscavam apropriação e a posse de bens que lhes garantissem conforto e respeito. Almejavam-se grandes posses como imóveis e joias raras, cujo valor assegurava um futuro tranquilo e confortável. A satisfação desta sociedade não estava no prazer imediato, mas sim na segurança a longo prazo e na garantia que apenas os bens duráveis podiam oferecer (BAUMAN, 2008).

Em contrapartida, a sociedade líquido-moderna, conhecida como sociedade de consumidores, está associada ao instantâneo, ao efêmero e às rápidas substituições de mercadorias. De acordo com Bauman (2008), esta é uma sociedade de excessos e desperdícios, onde já não há satisfação. O movimento está nas insatisfações que acontecem o tempo todo. Agora surgem “novas necessidades que exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos” (BAUMAN, 2008, p. 45).

Na sociedade líquida não existe planejamento ou investimento duradouro, uma vez que os produtos são descartados com a mesma velocidade em que são produzidos. E é neste ciclo, onde a mercadoria comprada é instantaneamente usada e descartada, que a sociedade progride, na ânsia de possuir novos produtos que atendam as necessidades e a insatisfação que o próprio sistema capitalista cria, isto é, ela progride por meio da não satisfação de seus membros (BAUMAN, 2008).

O sociólogo francês Baudrillard (2011) vem completar a visão de Bauman ao afirmar que além do desejo de posse, o consumo tem se estendido devido aos valores atribuídos aos objetos, pois nesta sociedade o valor da mercadoria tem sido associado ao seu valor simbólico e não ao seu valor de uso. Consomem-se signos e não o produto propriamente dito. Ao realizar uma compra, o indivíduo interessa-se mais pelo significado do produto do que pela sua própria funcionalidade.

Dessa maneira, o homem acaba por adquirir objetos não pela sua função, mas pelo significado que o produto tem para ele e para a sociedade. Desde o canal que assiste até a roupa que veste, nesta sociedade, são indicadores de status do sujeito. Baudrillard (2011) esclarece que o objeto concreto passa a ser um objeto de consumo quando ele se converte em um signo, tomado por conotações pessoais. Portanto, o

signo cumpre uma função de representação que configura o status de indivíduo.

A sociedade do consumo, por sua vez, é responsável por promover o mundo do signo, o simulacro. Nas palavras de Baudrillard (2011): “o que se vive hoje é a simulação”, finge-se ter o que não se tem. Para o autor, a simulação ocorre pela ilusão de satisfação que a lógica do consumo provoca nos indivíduos, que quando não encontrada faz o sujeito sentir-se novamente vazio e acreditar que este espaço vago só poderá ser preenchido por meio de um novo consumo. Deste modo o homem segue relacionando a posse de objetos à sua realização pessoal.

É nesse contexto que a mídia, associada à cultura do consumo, passa a orientar a vida social (SCHMIDT; SANTOS; DONES, 2014). De acordo com Baudrillard (2011), as relações sociais se baseiam no consumo e são conduzidas pelo mercado. Um indivíduo pertence a um grupo porque consome determinados bens, e consome tais bens porque pertence a um grupo, ou seja, o consumo é quem molda as relações entre os indivíduos (BAUDRILLARD, 2011).

A sociedade líquido-moderna reforça o estilo de vida consumista e força o indivíduo a consumir, uma vez que consumir consiste em investir em si próprio. Bauman (2008) também traz discussões pautadas nesse cunho e denomina o termo comodificação à transformação dos indivíduos em mercadorias vendáveis. Segundo o autor, o indivíduo comodificado precisa consumir para estar à frente, para ser incluso na sociedade, para manter a posição social que deseja, caso contrário, seu “valor social” se enfraquece, e junto com ele sua autoestima também diminui.

O sujeito deseja se mostrar ao outro de modo a vender uma imagem atraente e desejável de si mesmo e assim inserir-se em grupos sociais. Esta não é uma tarefa fácil, pois o indivíduo precisa estar atento e disposto a atender às condições determinadas pelos padrões do mercado, que consideradas possíveis, exclui os indivíduos que não se encaixam nela tornando-os consumidores falhos, inúteis para a sociedade (BAUMAN, 2008).

## **Propaganda e consumo**

Como já apresentado neste trabalho, sabemos que as mídias têm o poder de reforçar as relações de consumo dos indivíduos, e algo que está presente em todos os meios de comunicação e que contribui de maneira significativa para a expansão do consumo são as propagandas.

O objetivo principal da propaganda consiste na divulgação de produtos e bens de serviços com a intenção de convencer os indivíduos a adquiri-los (PINTO, 2015). Assim, a propaganda não passa despercebida, ainda mais quando entendemos que as informações oferecidas nas mídias não estão alheias aos seus telespectadores.

Martín-Barbero (2009) assinala que as mensagens propagadas pelos meios de comunicação possuem interferências na vida dos sujeitos, despertando vontades e interesses. Isto é, a recepção dos conteúdos recebidos não acontece de forma passiva, pois o indivíduo receptor participa do processo de comunicação, interpretando

e ressignificando as informações de acordo com sua realidade social.

Ainda assim, no intuito de persuadir o consumidor, a propaganda, por sua vez, faz uso de inúmeras estratégias de argumentação, linguagens, textos, cores, dentre outras coisas para motivar e convencer seu público. Por isso ela é uma importante ferramenta nos estudos de mídia e recepção.

Uma das classes mais afetadas pela propaganda, de acordo com Pereira (2010), é o público infantil, que veem a mídia mais como um instrumento de entretenimento e retenção de atenção do que pela sua função de comunicação. É neste sentido que temos uma gama de propagandas que se direcionam as crianças.

As empresas publicitárias têm dedicado seus investimentos nas crianças, com propagandas nos mais variados locais, desde a TV até nos assentos do parquinho. Estamos cercadas por elas para onde quer que nos voltemos. Pilger e Schmidt (2013) exemplificam esta afirmação ao dizerem que a criança moderna está cada vez mais em evidência, seja qual for o espaço/ambiente em que ela se encontra e hoje se tornou impossível pensá-la sem relacioná-la com o consumo.

Outro aspecto que tem feito com que as propagandas se centralizem nas crianças é pelo fato delas serem consideradas pelo mercado como poderosos agentes de vendas de produtos que se direcionam também aos adultos (SCHMIDT, 2012). O uso de imagens de crianças nos anúncios destinados aos seus genitores, por exemplo, são formas de apelo que geram sensibilidade nos receptores e aumentam as chances de tornar o consumidor cada vez mais fiel à determinada marca.

Ou seja, a presença de crianças nos mais variados anúncios é sinônimo de sucesso e lucro, uma vez que, a sensibilização dos adultos diante das propagandas com crianças é notória. Por meio dessas estratégias a publicidade convence e convoca o indivíduo ao consumo, explorando e provocando sentimentos de poder e notoriedade.

Nesse contexto, alguns autores citam a necessidade de uma educação voltada para uma análise crítica da mídia, os indivíduos sejam capazes de entender e ainda questionar os conteúdos transmitidos (MICHELAN, 2011).

A escola é um espaço onde essa criticidade poderia ser trabalhada. No entanto, vale lembrar que a discussão sobre mídias não está inserida nos conteúdos curriculares das instituições de educação e, muitas vezes, o professor, durante sua licenciatura, também não recebe esse tipo de formação. Fato estes que dificultam a realização das discussões acerca das mensagens propagadas pelos meios de comunicação.

Assim, destacamos a importância de preparar os docentes sobre “os aspectos técnicos, estéticos, culturais e políticos envolvendo as questões de mídia” (BACCO, 2016, p. 50).

### **3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nesse sentido, para alcançar o objetivo de identificar e analisar as representações

sociais das mães sobre a propaganda dirigida às crianças, o processo metodológico contou com uma abordagem qualitativa, com delineamento descritivo-explicativo, uma vez que busca “proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses”, além de identificar a relação entre variáveis (GIL, 1991).

O processo de coleta de dados deu-se por meio de questionário semi-estruturado com questões abertas e fechadas. Como local de realização das coletas de dados fizemos uso do espaço escolar e enviamos os questionários por meio da agenda das crianças.

O instrumento utilizado deu-se por meio da aplicação de questionários com as mães, com perguntas abertas e fechadas e também com questões relacionadas à técnica de evocação livre, bastante comum nos estudos de representações sociais (SÁ, 1996).

Quanto às escolas, selecionamos uma da rede municipal - Escola Municipal de Ensino Infantil e Fundamental Professora Aparecida Marques Vaccaro – e uma da rede particular – Escola Anglo/Aquarela. Em relação à cidade, Álvares Machado foi escolhida por ser a cidade natal da pesquisadora. A pequena cidade localizada no extremo Oeste Paulista, a 576 Km da Capital São Paulo pela Rodovia Raposo Tavares e a 13 Km de Presidente Prudente – Capital da Alta Sorocabana – tem o comércio e a agropecuária como atividades principais.

Tivemos como participantes 17 mães com idades entre 21 e 50 anos, mães de crianças de idades entre 07 e 09 anos matriculadas em uma das duas escolas do município de Álvares Machado selecionadas para a realização de toda esta pesquisa. As mães selecionadas foram aquelas que se dispuseram a participar.

E a análise de dados foi realizada por meio da técnica de Análise de Conteúdo, cujo método exige três fases: pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados (BARDIN, 1977).

#### **4 | APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Tendo em vista a discussão apresentada no desenvolver do texto, nos interessamos em identificar e analisar as representações sociais das mães machadenses sobre a publicidade infantil. Para tanto, nos respaldamos na Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 2005), que busca perceber a maneira como os sujeitos se compreendem perante a sociedade.

De acordo com Moscovici (2005), as representações sociais são constituídas por uma forma particular de conhecimento, o senso comum. Este, ainda que não seja um conhecimento científico, pode ser considerado, segundo o autor, como algo verdadeiro, uma vez que as representações se originam da realidade.

Para Moscovici (2005), o senso comum é produzido e reproduzido o tempo todo

em nossa sociedade, principalmente onde os conhecimentos estão popularizados. Além disso, ele ainda afirma que o conhecimento do senso comum é responsável por explicar as práticas dos sujeitos.

Assim, no intuito de compreender as representações das mães, enviamos a elas os questionários. Demos início utilizando a técnica de evocação livre, que consiste em possibilitar que o sujeito escreva vocábulos que lhes venham à mente a partir da palavra indutora (SÁ, 1998). As palavras indutoras utilizadas foram “propagandas infantis”. As mães colocaram diversos termos que representassem o que lhes vinha à mente ao ouvirem tais palavras e para uma melhor compreensão organizamos suas respostas em categorias de acordo com a semântica das palavras. Dez mães relacionaram as propagandas infantis com o consumo, oito com apelação, sete com brinquedos e vestuários, quatro com divulgação, três com interesse, três com sentimentos ruins, três com cuidados, duas com supérfluo e duas com crianças.

Ao iniciarmos as demais questões, perguntamos às mães se as crianças se atentam a propagandas infantis. Das 17 mães, 14 afirmaram que as crianças prestam sim atenção nas propagandas, três disseram que seus filhos se atentam a elas apenas de vez em quando e, cabe ressaltar que, não houve respostas negando a atenção das crianças pela propaganda infantil.

As propagandas infantis parecem estar sendo bem elaboradas e atingindo seu objetivo de conquistar a atenção do seu público-alvo, pois devido às grandes criações que apresentam, capazes de mexer com a fantasia e com a imaginação das crianças, elas têm despertado cada vez mais a atenção e os desejos das mesmas (CRIVELARO *et al.*, 2006, p. 02).

Tendo em vista, portanto, que as crianças prestam atenção à publicidade, perguntamos às mães sobre quais os produtos da propaganda infantil mais atraem seus filhos. Dentre as 18 respostas obtidas, 12 disseram ser os brinquedos, três não souberam responder o que seus filhos mais gostavam de ver nas propagandas e as demais se dividiram entre roupas, maquiagem e produtos infantis em geral (Tabela 01).

<b>Categorias*</b>	<b>f</b>
Brinquedos	12
Roupas	01
Maquiagens	01
Produtos infantis em geral	01
<b>Total</b>	<b>15</b>

Tabela 01: Frequência de categorias sobre os produtos da propaganda infantil que mais atraem as crianças segundo as mães participantes.

Fonte: organizado pela autora, a partir da coleta de dados, 2017.

\* A frequência refere-se ao número de argumentos e não ao número de sujeitos participantes.

Posteriormente, perguntamos às mães participantes sobre o que elas acreditam ser o objetivo da publicidade infantil. As respostas foram categorizadas como chamar atenção, vender e induzir a criança a pedir para os pais comprarem.

Não podemos negar que as três categorias se complementam, se pensarmos que o objetivo da propaganda é justamente persuadir os indivíduos e convencê-los a comprar (PINTO, 2015). Isso se torna mais simples quando o alvo são as crianças, devido a pouca criticidade que apresentam decorrentes da idade as quais se encontram.

Outro aspecto que nos preocupamos em saber foi sobre a existência ou não de diálogos entre as mães entrevistadas e seus filhos sobre os conteúdos da propaganda infantil. Do total de entrevistados, dez disseram que conversam com as crianças sobre o que a publicidade exhibe e sete disseram não dialogar sobre este assunto.

As mães que disseram conversar com seus filhos sobre o teor da propaganda infantil, justificaram suas respostas relatando que discutem sobre os produtos da publicidade, sobre o discurso persuasivo da propaganda, sobre o consumo desnecessário e ainda incentivam uma reflexão crítica acerca da propaganda.

Podemos salientar a importância desse diálogo, pois a compreensão das informações se faz necessária para a formação de uma sociedade participativa (BÉVORT e BELLONI, 2009). Pode-se destacar o quanto estas mães estão colaborando para que seus filhos sejam cidadãos críticos e conscientes.

Perguntamos às mães se, para elas, as propagandas infantis auxiliam ou prejudicam o seu filho. Das respostas obtidas, seis mães disseram que depende da propaganda para afirmarem se são prejudiciais ou se auxiliam; cinco, as mães disseram que as propagandas são prejudiciais e três disseram que elas auxiliam os filhos. Foram desconsideradas duas respostas por não atenderem os objetivos da pergunta e um participante não respondeu a esta questão.

As mães que disseram que dependendo da propaganda ela pode auxiliar ou prejudicar as crianças, justificaram a resposta considerando que o poder do diálogo pode subverter o discurso das propagandas.

As mães que disseram que as propagandas são prejudiciais, justificaram a resposta considerando que as propagandas criam falsas necessidades e incentivam o consumo.

E as mães que disseram que as propagandas podem auxiliar seus filhos, justificaram a resposta considerando que as propagandas podem ser positivas e que o diálogo pode subverter o discurso da mesma.

Por fim, nos interessamos em saber se as mães consideram haver relações entre as propagandas infantis e o consumo. Do total de 17 mães, 14 disseram que sim, duas acreditam que só às vezes estas relações são estabelecidas e uma não respondeu.

Das mães que afirmaram que há relações entre as propagandas infantis e o consumo, argumentaram que a propaganda infantil desperta o interesse das crianças, além de estimular o consumo/consumismo. Ainda de acordo com estas mães, a relação da propaganda com o consumo está na compra e venda de produtos.

Em suma, por meio das análises das respostas destas mães participantes em relação às representações sociais delas sobre a propaganda infantil, notamos que elas acreditam que há relação das propagandas destinadas às crianças com o consumo e que o conteúdo das publicidades precisa ser discutido com seus filhos, principalmente, em relação ao consumismo.

## 5 | CONCLUSÕES

Para as mães machadenses, o objetivo da propaganda televisiva infantil consiste em chamar atenção, induzir as crianças a pedirem para os pais comprarem aquilo que viram na TV e vender seus produtos.

As representações das propagandas infantis para as participantes possuem relações diretas com o consumo, uma vez que além da relação de compra e venda, para elas, a publicidade desperta os interesses das crianças, fato este que acaba por incentivar o consumo/consumismo.

Também podemos notar que a publicidade se faz presente na vida das crianças, interfere no ritmo da sociedade e ainda é responsável por despertar desejos e vontades. Assim, o diálogo torna-se elemento essencial capaz de subverter o discurso das propagandas.

Faz-se necessário, portanto, nos atentar à realidade a qual estamos imersos, refletindo e ponderando sobre as necessidades do consumo/consumismo e sobre as mensagens midiáticas, de forma a permitir que a recepção dos conteúdos possa acontecer de maneira significativa e “correta”. Considerando a eficácia da publicidade, acreditamos que uma educação voltada para a mídia seria o primeiro passo para permitir essas reflexões.

## REFERÊNCIAS

BACCO, **Grupo colaborativo e o uso da mídia na escola: avaliação de uma proposta formativa de professores**. 2016. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente – SP.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2011.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BÉVORT, E; BELLONI, M. L. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas.

**Educação e Sociedade**, Campinas, vol. 30, n. 109, p. 1081-1102, set./dez., 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>> Acesso em: 01 mai. 2018.

CRIVELARO L. P. et al. **A publicidade na TV e sua influência na obesidade infantil**. UNIrevista -

vol. 1, nº 3. 2006. Disponível em: <<http://docslide.com.br/documents/publicidade-na-tv.html>> Acesso em: 09 abr. 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MICHELAN, C. S. **Crianças, consumo e negociações de sentidos: modos de brincar, uso da TV e da internet**. 2011. 156f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo – SP.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

PEREIRA, R. M. R. **Infância, mídia e consumo**. Congresso Sineperio. 2010.

PILGER, C. R.; SCHMIDT, S. P. **Criança e Consumo nas Páginas do Jornal: Um Estudo Sobre Mídia, Educação e Cultura Infantil**. Anais do Comunicon, 2013.

PINTO, A. C. L. **Criança, consumo e publicidade: análise dos anúncios veiculados pelo canal Discovery Kids Brasil**. 2015. 121f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte – MG.

SÁ, C. P. **Núcleo central das representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SCHMIDT, S. P. **Mídia e consumo infantil: um desafio da comunicação e educação**. In: Anais da Reunião da ANPED SUL, 2012.

SCHMIDT, S. P.; SANTOS, M.; DONES, V. L. **Um debate sobre consumo, criança e formação universitária**. In: IV Congresso Internacional de Comunicação e Práticas de Consumo, 2014, São Paulo. IV Congresso Internacional em Comunicação e Práticas de Consumo. São Paulo: ESPM/SP, 2014. P. 1-13.

## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**Solange Aparecida de Souza Monteiro** - Mestra em Processos de Ensino, Gestão e Inovação pela Universidade de Araraquara - UNIARA (2018). Possui graduação em Pedagogia pela Faculdade de Educação, Ciências e Letras Urubupunga (1989). Possui Especialização em Metodologia do Ensino pela Faculdade de Educação, Ciências e Letras Urubupunga (1992). Trabalha como pedagoga do Instituto Federal de São Paulo campus São Carlos(IFSP/Câmpus Araraquara-SP). Participa dos núcleos: -Núcleo de Gêneros e Sexualidade do IFSP (NUGS); -Núcleo de Apoio às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (NAPNE). Desenvolve sua pesquisa acadêmica na área de Educação, Sexualidade e em História e Cultura Africana, Afrobrasileira e Indígena e/ou Relações Étnico-raciais

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-370-5

