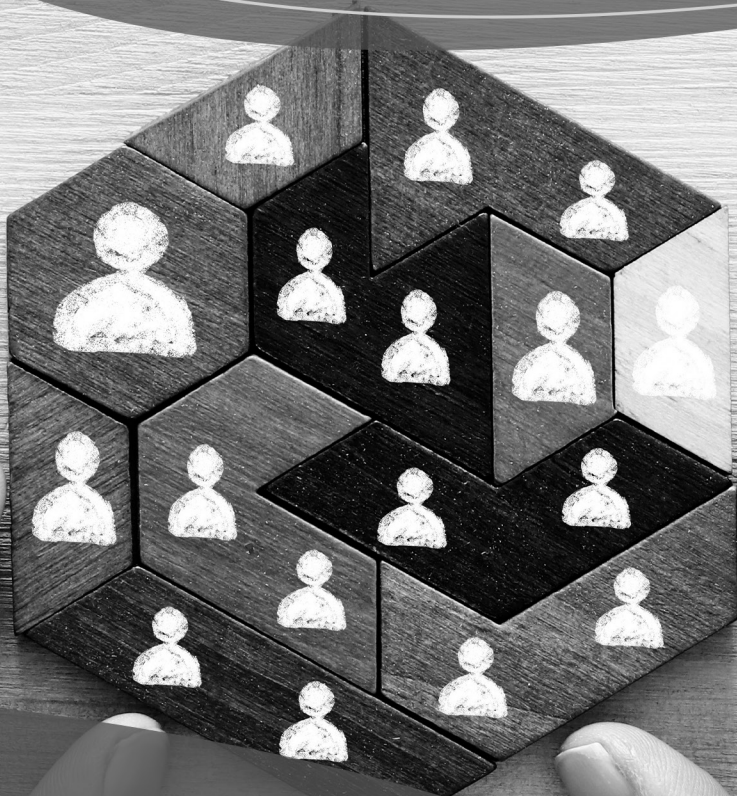


# *Ciências Sociais Aplicadas: Necessidades Individuais & Coletivas*



*Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)*

# *Ciências Sociais Aplicadas: Necessidades Individuais & Coletivas*



*Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)*

**Atena**  
Editora

**Ano 2020**

### **Editora Chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

### **Assistentes Editoriais**

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

### **Bibliotecário**

Maurício Amormino Júnior

### **Projeto Gráfico e Diagramação**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremona

Karine de Lima Wisniewski

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

### **Imagens da Capa**

Shutterstock

### **Edição de Arte**

Luiza Alves Batista

### **Revisão**

Os Autores

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena

Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

A Atena Editora não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação.

### **Conselho Editorial**

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

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

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

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

## **Ciências Biológicas e da Saúde**

- Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília  
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves -Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª 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. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá

Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí  
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia  
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais  
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar  
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas  
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília  
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa  
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia  
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases  
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí  
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora  
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé  
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas  
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo  
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina  
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza  
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College  
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social  
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe  
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay  
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco  
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis  
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR  
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
Profª Drª Lúvia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe  
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados  
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná  
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos  
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior  
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo  
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará  
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal

Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba

Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão

Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo

Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana

Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí

Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo

Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista



## Ciências sociais aplicadas: necessidades individuais & coletivas

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
**Bibliotecário** Maurício Amormino Júnior  
**Diagramação:** Luiza Alves Batista  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os Autores  
**Organizadora:** Luciana Pavowski Franco Silvestre

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências sociais aplicadas [recurso eletrônico] :  
necessidades individuais & coletivas / Organizadora  
Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa,  
PR: Atena, 2020.

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader.  
Modo de acesso: World Wide Web.  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-5706-364-4  
DOI 10.22533/at.ed.644200909

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I.  
Silvestre, Luciana Pavowski Franco.

CDD 340

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

### Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A Atena Editora apresenta o e-book “Ciências Sociais Aplicadas: Necessidades Individuais & Coletivas”, são ao todo trinta e dois artigos organizados e apresentados em dois volumes.

As pesquisas abordam temas relevantes que visam identificar, analisar e refletir sobre as relações estabelecidas entre os fenômenos sociais, econômicos e políticos no atual contexto.

No primeiro volume apresenta-se quatorze artigos com pesquisas relacionadas a três eixos temáticos: Desenvolvimento tecnológico, inovação e sustentabilidade; Consumo, comunicação e informação e Educação e processos de formação voltados para a cidadania e práticas emancipatórias.

O segundo volume é composto por dezoito artigos que tratam sobre políticas públicas e gestão pública e os impactos no atendimento das demandas relacionadas a área de saúde, profissionalização, socioeducação, sistema judiciário e processos de institucionalização. Os artigos analisam também os aspectos políticos e coligações partidárias.

Os artigos possibilitam o reconhecimento e análise de maneira mais aprofundada dos temas abordados, bem como, podem contribuir para a realização de novos questionamentos e pesquisas, com aproximações sucessivas das relações sociais e desvelamento das necessidades individuais e coletivas existentes no atual contexto

Boa leitura a todos e a todas.

Luciana Pavowski Franco Silvestre.

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

**COLIGAÇÕES E ASSOCIAÇÕES PARTIDÁRIAS NA COMPETIÇÃO ELEITORAL:  
TRAJETÓRIA E SELEÇÃO DE CANDIDATURAS (MARABÁ 2015 - 2016)**

Samuel Martins de Lima

Marilza Sales Costa

**DOI 10.22533/at.ed.6442009091**

### **CAPÍTULO 2..... 16**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS FIBRAS PRESENTES NO BAGAÇO DO CAJU NAS  
PROPRIEDADES FÍSICAS DO CONCRETO ARMADO E ALVENARIA ESTRUTURAL**

Lucas Emanuel Fernandes Araújo

Francisco Gustavo Pessoa Jovino

Juscelino Chaves Sales

**DOI 10.22533/at.ed.6442009092**

### **CAPÍTULO 3..... 24**

**PRÁTICAS EMERGENTES NA ARTICULAÇÃO ENTRE SUSTENTABILIDADE E DESIGN  
DE VESTUÁRIO**

Valdecir Babinski Júnior

Mariana Moreira Carvalho

Jussara Dagostim

Ana Paula Voichinevski da Silva Milanese

Neide Köhler Schulte

Lucas da Rosa

**DOI 10.22533/at.ed.6442009093**

### **CAPÍTULO 4..... 38**

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR INFANTIL: O CONSUMO PELOS TWEENS E  
SUAS RELAÇÕES SOCIAIS**

Mariana Tomaz Silva

Rita de Cássia de Faria Pereira

Patrícia Lacerda de Carvalho

**DOI 10.22533/at.ed.6442009094**

### **CAPÍTULO 5..... 53**

**PUBLICIDADE E CULTURA: A ANÁLISE DA LINGUAGEM DISCURSIVA REGIONAL NO  
ANÚNCIO AUDIOVISUAL**

Alessandro Luchini Zadinello

**DOI 10.22533/at.ed.6442009095**

### **CAPÍTULO 6..... 67**

**QUEM ESCOLHE O QUE VOCÊ LÊ? O IMPACTO DA PLATAFORMIZAÇÃO DA  
SOCIEDADE NO CONSUMO DE NOTÍCIAS**

Cristina Siqueira Pacheco

Sandra Portella Montardo

**DOI 10.22533/at.ed.6442009096**

**CAPÍTULO 7..... 74**

**O CONSUMISMO EM PROL DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: UM DILEMA CRESCENTE DO SÉCULO XXI**

Helena Francisco de Oliveira Lima

Priscila Silva Esteves

**DOI 10.22533/at.ed.6442009097**

**CAPÍTULO 8..... 82**

**MERCADOS DE INFORMAÇÃO: PRODUTOS E SERVIÇOS NA ARQUIVOLOGIA**

Ismaelly Batista dos Santos Silva

**DOI 10.22533/at.ed.6442009098**

**CAPÍTULO 9..... 92**

**DIPLOMA E PROFISSÃO, PARADOXOS DA FORMAÇÃO SUPERIOR**

Elane Luís Rocha

Mara Rúbia Alves Marques

**DOI 10.22533/at.ed.6442009099**

**CAPÍTULO 10..... 105**

**“O SINAL ESTÁ FECHADO PRA NÓS, QUE SOMOS JOVENS”? AS RELAÇÕES E INTERAÇÕES CONSTRUÍDAS (OU NÃO) ENTRE A DISCIPLINA DE SOCIOLOGIA E JUVENTUDES EM UMA ESCOLA PÚBLICA DE TERESINA/PI**

Marcos Rangel de Sousa Costa

Luciano de Melo Sousa

Gabriel Eidelwein Silveira

**DOI 10.22533/at.ed.64420090910**

**CAPÍTULO 11..... 120**

**CURRÍCULO E PRÁTICAS EMANCIPATÓRIAS: UM ESTUDO DE CASO**

Juliana de Souza Ramos

**DOI 10.22533/at.ed.64420090911**

**CAPÍTULO 12..... 131**

**A SOCIOLOGIA NA EDUCAÇÃO BÁSICA E O ESTUDO DO CONCEITO DE CIDADANIA A PARTIR DA PEDAGOGIA HISTÓRICO-CRÍTICA**

Michel Gustavo de Almeida Silva

Vitor Machado

**DOI 10.22533/at.ed.64420090912**

**CAPÍTULO 13..... 143**

**POR UMA ESCOLA PÚBLICA INCLUSIVA: A INTEGRAÇÃO SOCIAL DE IMIGRANTES BOLIVIANOS NA EMEF ESCRITORA CAROLINA MARIA DE JESUS**

Israel Filipe Santos Nascimento

Marina Nascimento Simão

**DOI 10.22533/at.ed.64420090913**

<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>157</b>
FERROVIA, IMPRENSA, ESPORTES E SOCIEDADE NAS PRIMEIRAS DÉCADAS DO SÉCULO XX EM PONTA GROSSA – PARANÁ	
Cláudio Jorge Guimarães	
Alfredo César Antunes	
Constantino Ribeiro de Oliveira Júnior	
<b>DOI 10.22533/at.ed.64420090914</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA .....</b>	<b>171</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO .....</b>	<b>172</b>

## O CONSUMISMO EM PROL DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: UM DILEMA CRESCENTE DO SÉCULO XXI

*Data de aceite: 01/09/2020*

*Data de submissão: 05/06/2020*

### **Helena Francisco de Oliveira Lima**

Instituto Federal de Educação Ciência e  
Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus  
Viamão  
Viamão - Rio Grande do Sul  
<http://lattes.cnpq.br/1175423274826679>

### **Priscila Silva Esteves**

Instituto Federal de Educação Ciência e  
Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus  
Viamão  
Porto Alegre - Rio Grande do Sul  
<http://lattes.cnpq.br/7378075538874291>

**RESUMO:** O consumismo é a ação de comprar excessivamente e sem necessidade, sendo motivada por impulso ou desejo de comprar. A partir disso, este trabalho tem por objetivo abordar as consequências e impactos do consumo em excesso, como eles influenciam e como estão presentes na sociedade atual. A justificativa para desenvolver o presente trabalho deu-se pela hipótese do consumismo não ter uma causa específica e por esse comportamento ser motivado por uma série de fatores que envolvem desde a mídia até as estratégias de marketing utilizadas por empresas. O problema do consumismo surge em vários fatores, como o interesse das empresas de vender cada vez mais. Desmembrando isso, chega-se ao ponto da obsolescência programada, que é uma tática

utilizada por produtores/fabricantes, onde eles desenvolvem produtos que simplesmente param de funcionar ou se tornam obsoletos em um curto prazo de tempo. Assim, os consumidores são levados a adquirir versões mais novas daquele bem ou serviço. Foi realizada uma análise bibliográfica sobre o tema em questão buscando responder aos seguintes questionamentos: Como o marketing dos produtos faz com que o consumidor queira comprar em excesso? Como esse consumismo, juntamente com a obsolescência programada, impactam a atual sociedade e quais seus efeitos sociais, ambientais e econômicos? Optou-se por uma postura mais reflexiva e crítica para a análise destes fatores, buscando teorias, entre outras hipóteses de solução reais. Com base nas análises feitas até o momento pode-se concluir que com o aumento da procura por produtos, mais recursos naturais precisam ser explorados para atender a essa demanda, que muitas pessoas relacionam de forma extrema o sentimento de satisfação e alegria com o ato de comprar sem necessidade e que o consumo desenfreado pode acarretar no comprometimento financeiro por meio de uma quantidade excessiva de dívidas, através da compra de produtos desnecessários e supérfluos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumismo, Impacto, Obsolescência Programada.

### THE CONSUMERISM IN FAVOR OF PROGRAMMED OBSOLESCENCE: A GROWING DILEMMA OF THE XXI

**ABSTRACT:** Consumerism is the action of buying excessively and without necessity, being

motivated by impulse or desire to buy. From this, this work aims to address the consequences and impacts of excessive consumption, how they influence and how they are present in today's society. The justification for developing this work was the hypothesis that consumerism does not have a specific cause and that this behavior is motivated by a series of factors that involve from the media to the marketing strategies used by companies. The problem of consumerism arises in several factors, such as the interest of companies to sell more and more. This brings us to the point of planned obsolescence, which is a tactic used by producers/manufacturers, where they develop products that simply stop working or become obsolete in a short period of time. Thus, consumers are led to acquire newer versions of that good or service. A bibliographical analysis has been carried out on the subject in question seeking to answer the following questions: How does the marketing of products make the consumer want to buy in excess? How does this consumerism, together with planned obsolescence, impact the current society and what are its social, environmental and economic effects? A more reflexive and critical posture was chosen for the analysis of these factors, seeking theories, among other real solution hypotheses. Based on the analyses made so far, it can be concluded that with the increase in demand for products, more natural resources need to be exploited to meet this demand, that many people relate in an extreme way the feeling of satisfaction and joy with the act of buying without necessity and that unbridled consumption can lead to financial commitment through an excessive amount of debt, through the purchase of unnecessary and superfluous products.

**KEYWORDS:** Consumerism, Impact, Programmed obsolescence.

## 1 | O CONSUMISMO

O consumismo é caracterizado pela compulsão de compras em excesso e, na maioria, de produtos ou de serviços que não são necessários para a pessoa. O conceito também se relaciona com maneiras inconscientes e alienadas de comprar, sem avaliar o impacto social e ambiental. Também é possível que o consumismo evolua, em algumas pessoas, para um quadro clínico, como a síndrome de Diógenes. Nessa situação o indivíduo, tem tal apego pelos bens materiais adquiridos que não consegue parar de comprar nem se desfazer de produtos antigos. O marketing e a publicidade, somados aos padrões veiculados na mídia, foram, por muito tempo, responsabilizados por essa intensificação do consumo. Entretanto, profissionais da área têm mostrado que novos caminhos são possíveis, incluindo essas profissões em campanhas para um consumo mais ético e consciente.

O consumismo parte do conceito inicial da palavra “consumo”.

É o ato de adquirir bens ou serviços por meio da compra e pode ser compreendido como uma das etapas da atividade econômica, portanto, é a fase em que os bens e serviços chegam ao consumidor final, que irá adquiri-los para a satisfação de suas necessidades - este é o final desse ciclo econômico. (CARVALHO, 2019)

A atual sociedade, considerada capitalista, é marcada pela necessidade intensa de consumo, o que resulta numa maior necessidade de produção, que para atender a esta

procura, gera cada vez mais empregos, que aumentam o dinheiro disponível na economia e que tem por intuito de ser revertido para o próprio consumo. O excesso de todo este processo leva a uma intensificação da produção e, conseqüentemente, a um aumento da extração de matérias-primas e do consumo de energia, muitas vezes, de fontes não-renováveis. Para além disso, o amontoo cada vez maior de bens supérfluos leva a nossa sociedade a uma deterioração dos hábitos e dos valores, uma vez que as pessoas se tornam gradualmente escravas do consumo, em detrimento da reflexão crítica, de uma sociedade que privilegie a pessoa e a sua intelectualidade.



Imagem 1: Pirâmide de Maslow (adaptado de Heringer (2012, p. 97)).

## 2 | ONEOMANIA: A DOENÇA DO CONSUMISMO

O estímulo para a compra de produtos e serviços se dá pela crença de que o dinheiro é sinônimo de felicidade e a falta dele faz com que a pessoa sinta-se desamparada, a vida se torna “trágica”, e o maior incentivo para a compra é feito pelo sistema de marketing, com propagandas através de mídias sociais e todos os outros meios de indução. O Núcleo IPÊ, equipe produtora do site “Minuto Psicologia”, aponta que a sociedade atual se estruturou através do capitalismo e do consumo, e numa breve tentativa de parafrasear Descartes, pode-se dizer: “Consumo, logo existo”. A população é feita de consumidores, que são avaliados por aquilo que possuem, ostentam ou podem adquirir. Geralmente o que leva uma pessoa a comprar é a necessidade, a diversão, os modismos, a importância, o status e o apelo mercadológico do comércio. Mas existe quem consuma pelo simples prazer de comprar, de adquirir alguma coisa que não utilidade ou significado.

A “doença da dívida” está cada vez mais frequente, não é uma doença rara e se



chama Oneomania, um transtorno psiquiátrico marcado pela vontade sem controle de comprar. O Núcleo IPÊ também apresenta um levantamento em que pesquisas apontam que já chega a 3% os compradores compulsivos com esta patologia. Estes compradores têm em comum a vontade incontrolável de comprar, sem nenhum critério e, ou consciência da sua verdadeira necessidade condizente com a sua condição financeira.

Os oneomaniacos têm o consumo como vício, assim como um alcoólatra que necessita de bebida. Essa compulsão é suscetível a qualquer pessoa, independentemente de classe social, condição econômica e formação intelectual. Quando a pessoa está comprando, é sentido um alívio e prazer dos sintomas, que após um pequeno espaço de tempo voltam. A compra é realizada por impulso, sem estar precisando daquele produto/serviço, para compensar a angústia, ansiedade, alguma dor e, ou diminuir o desconforto físico e psicológico. Logo após a compra ela se arrepende. Normalmente essas pessoas são viciadas em consumo descontrolado e estão sempre devendo a algum credor. É considerada por alguns uma doença obsessiva-compulsiva mas nesse caso o indivíduo apresentaria outros comportamentos característicos, além do ato de comprar. Caso os próximos sintomas a serem apresentados estarem ausentes, a oneomania é considerada um distúrbio no controle dos impulsos.

O pesquisa apresentada no site “Minuto Psicologia” aponta que alguns sinais da compulsão são:

- a)** Sempre está procurando maneiras de conseguir dinheiro para cobrir o rombo da conta bancária;
- b)** Compra itens que não são necessários ou em quantidades exageradas;
- c)** Acaba sempre gastando mais dinheiro e mais tempo do que o planejado;
- d)** Tem problemas familiares e desgaste em suas relações sociais por conta dos gastos excessivos;
- e)** Tem dívidas que superam o valor que pode pagar;
- f)** mente, omite e esconde as compras excessivas e também as dívidas.
- g)** Tem preocupação excessiva em comprar;
- h)** Sempre se arrepende logo após as compras e sente-se frustrado com isto;
- i)** Toma empréstimo para cobrir os gastos realizados;
- j)** Quando está triste ou frustrado sempre busca comprar algo.

A doença pode estar associada a transtornos do humor e de ansiedade, dependência de substâncias psicoativas como álcool, tóxicos ou medicamentos. Transtornos alimentares como bulimia, anorexia e de controles de impulsos. A oneomania também surge para aliviar sentimentos de grande frustração, vazio e depressão.

Os compradores compulsivos devem buscar atendimento psiquiátrico e frequentar sessões de psicoterapia para tratar o problema, afirmam os médicos. A Oneomania é

uma doença que nunca melhora, somente piora, com o passar do tempo. É uma doença progressiva em sua natureza, que não pode jamais ser curada, mas pode ser vencida.

Daniel Fuentes, neuropsicólogo e coordenador de Ensino e Pesquisa do Ambulatório do Jogo Patológico e Outros Transtornos do Impulso (AMJO), do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, segundo o seu estudo, a proporção é de quatro mulheres para cada homem com a doença. Os especialistas ainda não sabem precisamente o porquê da oneomania ser mais comum em mulheres, mas acreditam que o motivo está diretamente relacionado a condições culturais.

[...] A mulher sempre fica responsável pelas compras da casa e da família. Ela é que vai ao supermercado, ao shopping e compra presentes para todos os parentes. Sem contar que acaba se endividando comprando artigos que compõem sua identidade, como roupas e acessórios”, comenta a psicóloga. “Entretanto, a mulher busca mais tratamento do que os homens. Ela aceita mais o fato de estar com o problema e vai em busca de soluções. (FILOMENSKY, 2015)

### **3 I OBSOLESCÊNCIA TÉCNICA VS. OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA**

O fenômeno intitulado de obsolescência programada, pode ser dividido em dois eixos: o técnico e o psicológico. No eixo técnico, os aparelhos param de funcionar sem um motivo prévio, logo assim, fazendo com que os clientes comprem um novo daquele mesmo produto. Alguns estudos levantam que o início do fenômeno pode estar associado à Grande Depressão que ocorreu em 1929. Durante a crise econômica absurda que foi um marco desse período, o mercado consumidor encontrou-se impotente, foi observado que havia muitos produtos industrializados em estoque e que não eram comercializados, isso fez com que, obviamente, o lucro das empresas caísse, o desemprego subiu e, conseqüentemente, reduziu o consumo e aumentou a crise. Diante disso, observou-se que produtos duráveis desfavoreciam a economia e o mercado, pois reduziavam o consumo. Um grande exemplo foi um cartel organizado em torno da década de vinte, entre fabricantes europeias e americanas de lâmpadas. Seus produtos tinham vida útil reduzida, o que fazia com que as vendas aumentassem. Já a segunda classificação, a obsolescência psicológica, acontece quando o consumidor, mesmo com um produto em perfeito estado de conservação, não se sente satisfeito com o item adquirido. Os avanços tecnológicos têm estimulado esta nova geração da sociedade, que enfatiza o surgimento e a criação de novos desejos e de necessidades. Assim, a produção e o consumo são regidos sob a lei do fenômeno, sob a sedução e a diversificação, impondo que, o que é novo será sempre superior ao antigo, assim fazendo com que haja o desuso e o descarte antecipado dos produtos consumidos. Isso, geralmente, ocorre porque o dono do produto considera-o ultrapassado, “fora de moda”, obsoleto, por conta do lançamento de novos modelos em um pequeno espaço de tempo. Temos como exemplo a Apple, empresa conhecida mundialmente por

ser uma empresa “verde”, lançou no território nacional o *iPad 4*, poucos meses depois de ter colocado em circulação o *iPad 3* no Brasil. Os usuários desse produto, diante do lançamento de uma nova versão que não apresentava consideráveis diferenças técnicas, mas exibia novo design, notaram que seu produto recém-adquirido, tornou-se obsoleto. Tal fato ensejou uma ação judicial, objetivando a substituição imediata do produto considerado obsoleto. (DANNORITZER, 2011, 17min33s).

O Superior Tribunal de Justiça (STJ, 2012) já decidiu pela abusividade da prática de obsolescência programada, por ocasião do julgamento do Recurso Especial nº 984106/SC, em 04 de outubro de 2012. Na oportunidade, o Tribunal consignou os seguintes exemplos de ocorrência do fenômeno:

São exemplos desse fenômeno: a reduzida vida útil de componentes eletrônicos (como baterias de telefones celulares), com o posterior e estratégico inflacionamento do preço do mencionado componente, para que seja mais vantajoso a recompra do conjunto; a incompatibilidade entre componentes antigos e novos, de modo a obrigar o consumidor a atualizar por completo o produto (por exemplo, softwares); o produtor que lança uma linha nova de produtos, fazendo cessar a fabricação de insumos ou peças necessárias à antiga.

Para o Tribunal, essas práticas abusivas devem ser combatidas pelo Poder Judiciário, visto que contrariam a Política Nacional das Relações de Consumo, de cujos princípios se extrai a “garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho” (artigo 4º, inciso II, alínea “d”, do Código de Defesa do Consumidor). Como se percebe, a jurisprudência brasileira já pacificou o entendimento pela abusividade da obsolescência programada frente à vulnerabilidade do consumidor. Entretanto, é necessária a análise do fenômeno sob a perspectiva dos impactos causados ao meio ambiente pelo lixo eletrônico.

#### **4 | JOGADAS DE MARKETING QUE SÃO VIESES DO CONSUMO COMPULSIVO E “COMBUSTÍVEL” PARA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA**

Com consumismo fazendo parte da realidade atual, o ato de ter é algo crucial, mesmo que nem sempre seja necessário. Diante desse comportamento, a sensação de comprar e poder comprar se torna algo limitado e até mais prazerosa e, naturalmente, as marcas já perceberam isso. Assim surge o marketing de escassez, tem como foco explorar justamente esse tipo de atitude, ou seja, a sensação de urgência para ter algo que pode se esgotar a qualquer momento. Além disso, o trabalho também é fabricado em cima do medo do consumidor em ficar sem aquele produto, já que ele “tende” a esgotar rapidamente.

Não havia mais a necessidade de fomentar o consumo, e as empresas passaram a seduzir o consumidor por meio do marketing e do designer. O enfoque americano era criar consumidores frequentemente insatisfeitos com o produto que desfrutavam, desejando sempre o modelo mais recente. A felicidade somente seria conquistada através da satisfação mutável dos

Após análises bibliográficas e das mídias sociais, nota-se que uma das maiores estratégias para fazer com que algo se torne obsoleto além dos recortes dos aparelhos eletrônicos, é o mercado da moda, em que as tendências estão sempre mudando e fazendo com que as pessoas se adaptem às novas mudanças. Nos últimos 3 a 4 anos, a moda dos anos 80 e 90 vieram a tona, numa tentativa de ser uma nova tendência, com uma intitulação “*vintage*”, “*retrô*”. Muitos dos jovens já tinham esse estilo de roupa em casa, de outras gerações (mães e avós), mas a mídia trouxe uma visão e fez com que as pessoas consumissem de algo que já tinham. Numa tentativa de combater essa “reviravolta” houveram muitos *influencers* digitais com a customização de roupas consideradas velhas e fora de moda. A linha tênue entre consumir o novo e reciclar o velho, foi inevitável, mas ainda sim a indústria da moda manteve seus lucros em crescimento com o lançamento de tendências que não passam modas que já foram consideradas ultrapassadas.

## 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas análises feitas até o momento, foi corroborado que com o aumento da procura por produtos, mais recursos naturais e matérias-primas precisam ser explorados para atender a essa demanda, e isso conseqüentemente gera impactos ambientais, como o acúmulo de lixo eletrônico. Em janeiro de 2020, o Brasil foi considerado o país líder em produção de lixo eletrônico na América Latina, gerando 1,5 milhão de toneladas por anos e apenas 3% desse lixo é reciclado ou descartado de maneira adequada. A principal solução para esse problema tem sido o desenvolvimento sustentável, que está combatendo diretamente a crise ambiental. Por impactos sociais, além da oneomania, que muitas pessoas relacionam de forma extrema o sentimento de satisfação e alegria com o ato de comprar sem necessidade, há a degradação das relações sociais e até mesmo a alienação. E como impactos econômicos, tem-se que o consumo desenfreado pode acarretar no comprometimento financeiro pessoal e familiar por meio de uma quantidade excessiva de dívidas, contraídas por meio da compra de produtos desnecessários e supérfluos. A partir de todos os dados e teorias apresentados, é válido abrir a incógnita de como a sociedade como um todo pode se unir para mudar essa série de acontecimentos. Pode-se notar que há um problema intrínseco a população que é alimentado, na maior parte, através do sistema capitalista, sistema da procura, compra e venda, oferta e demanda. Como mudar esse ciclo vicioso? Se todos estão inseridos nesse meio, mas como conscientizar uma população inteira? Encontrar de onde surge o erro? Não há uma única conclusão diante de todos os debates apresentados, mas sim novos horizontes sendo mostrados, trazendo uma nova perspectiva da sociedade de consumo e suas deficiências.

## REFERÊNCIAS

AMARANTE, Raquel; SIMÕES, Dora. **Publicidade em websites de redes sociais: caso da skol**, 2014. Revista de Humanidades. 29. 231. 10.5020/23180714.2014.29.2.231-250. Acesso em: 30 mai. 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Direito do Consumidor. Vício Oculto. Defeito Manifestado Após O Término da Garantia Contratual Observância da Vida útil do Produto. nº 0506. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Informativo de Jurisprudência. Brasília. Acesso em: 29 mai. 2020

CARVALHO, Talita. **Significado de Consumo**. 2019. Disponível em: <https://www.significados.com.br/consumo/>. Acesso em: 30 maio 2020.

DANNORITZER, Cosima. **Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada**. Produção de Cosima Dannoritzer. [S.l.], Arte France, Televisión Española, Televisió de Catalunya, 2011. (52min18s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7Uhd pOAO>>. Acesso em: 30 mai. 2020.

FILOMENSKY, Tatiana. **Oneomania: a Doença do Consumismo**: oneomania atinge principalmente as mulheres. Oneomania atinge principalmente as Mulheres. Disponível em: <https://bit.ly/2MwXujp>. Acesso em: 29 mai. 2020.

FIORENTIN, Renata Angelis Jamardo; LEMOS, Tiago. **Análise da teoria de Zygmunt Bauman: do consumismo ao superendividamento**. Seminário Internacional em Direitos Humanos e Sociedade, Criciúma, v. 1, n. 1, p.1-8, 1 set. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2RXOUwg>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

HERINGER, B. I. D. F.; CASTO, M. D. L. V. de. **A eficácia das redes sociais no 249 Publicidade em websites de redes sociais: caso da skol**, Rev. Humanidades, Fortaleza, v. 29, n. 2, p. 231-250, jul./dez. 2014 marketing de relacionamento no Varejo. Revista de Administração da FATEA, São Paulo, v. 5, n. 5, p. 91-108. Acesso em: 30 mai. 2020

HOTMART. **Quais são as tendências do consumismo no Brasil?**, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2XscTts>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

NOGUEIRA, Natália. **Marketing Segmentado e Consumismo**. Disponível em: <<https://bit.ly/327lwbo>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

OLIMPIO, Junior Araujo. **O que é Obsolescência Programada? - Dicionário do Marketing Digital**. Gestordemarketing, 2016. (3 min.), color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qZTmOf6c-Fk>. Acesso em: 27 mai. 2020.

PINTO, Igor de Souza et al. **A construção do iPhone como símbolo do consumismo no Pós-Moderno**. Bocc: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Pará, v. 1, n. 1, p.1-7, ago. 2008. Disponível em: <<https://bit.ly/2xw6SfA>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiana. **Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade**. Estudos Avançados, [s.l.], v. 30, n. 88, p.77-92, dez. 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2JoUbc5>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Alvenaria Estrutural 16, 22

Anúncio Audiovisual 53, 55, 57, 59, 61, 65

Arquivologia 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90

### B

Bagaço do Caju 16, 17, 20, 21, 22

### C

Cidadania 106, 109, 110, 118, 126, 127, 128, 131, 132, 133, 136, 137, 138, 139, 140, 156, 171

Comportamento 18, 23, 38, 42, 57, 66, 74, 79, 116, 146, 156

Concreto Armado 16, 18, 22

Conjuntura 102

Consumidor Infantil 38

Consumismo 41, 52, 74, 75, 76, 79, 81

Consumo de Notícias 67, 70, 71

Cultura 35, 37, 39, 40, 46, 51, 53, 54, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 72, 73, 90, 91, 92, 97, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 110, 128, 140, 141, 156, 158, 169

Currículo 120, 121, 123, 124, 126, 127, 128, 130, 132, 133, 139, 141, 142

### D

Design de Vestuário 24, 26, 27, 28, 30, 31, 33, 34

Diploma 92, 94, 99, 100, 102, 103

Disciplina 4, 91, 96, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 126, 128, 134, 136, 140, 164

### E

Educação Básica 13, 109, 117, 118, 131, 132, 133, 134, 137, 138, 139, 141

Escola Pública 48, 105, 106, 120, 129, 143, 149, 155

Esportes 157, 162, 165, 169

Estudo de Caso 120

### F

Ferrovia 157, 158, 159, 160, 161, 162, 166, 167, 168, 169

Fibras 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23

## H

Histórico-Crítica 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 142

## I

Imigrantes Bolivianos 143, 145, 146, 153

Imprensa 15, 73, 129, 157, 159, 162, 165, 167, 169

Inclusiva 37, 143, 145, 146, 149, 151, 155

Integração Social 143, 145

Interações Construídas 105

## J

Juventude 13, 14, 105, 106, 107, 108, 110, 111, 114, 115, 116, 118, 119

## L

Linguagem Discursiva Regional 53, 65

## M

Mercados de Informação 82, 83, 84, 85, 87, 88

## O

Obsolescência Programada 33, 74, 78, 79, 81

## P

Pedagogia 127, 129, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 142

Plataformização 67, 68, 69, 72, 73

Práticas Emancipatórias 120, 121

Produtos 16, 17, 26, 28, 29, 31, 32, 34, 36, 39, 42, 43, 45, 49, 51, 56, 59, 69, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 94, 95, 96, 123, 160, 161

Profissão 92, 99, 102

Publicidade 39, 40, 53, 54, 55, 56, 57, 65, 67, 72, 75, 81

## S

Serviços 13, 14, 27, 39, 75, 76, 79, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 102, 121, 153

Sociologia 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 126, 128, 131, 132, 133, 134, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 153, 169

Sustentabilidade 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 81


## T

Tweens 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 47, 48, 49, 51, 52

# *Ciências Sociais Aplicadas: Necessidades Individuais & Coletivas*

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

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

@atenaeditora 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

*Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)*

 **Atena**  
Editora

**Ano 2020**



# *Ciências Sociais Aplicadas: Necessidades Individuais & Coletivas*

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

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

@atenaeditora 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

*Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)*

 **Atena**  
Editora

**Ano 2020**