

Discursos, Práticas, Ideias e Subjetividades na Educação

Américo Junior Nunes da Silva
Ilvanete dos Santos de Souza
Reinaldo Feio Lima
(Organizadores)

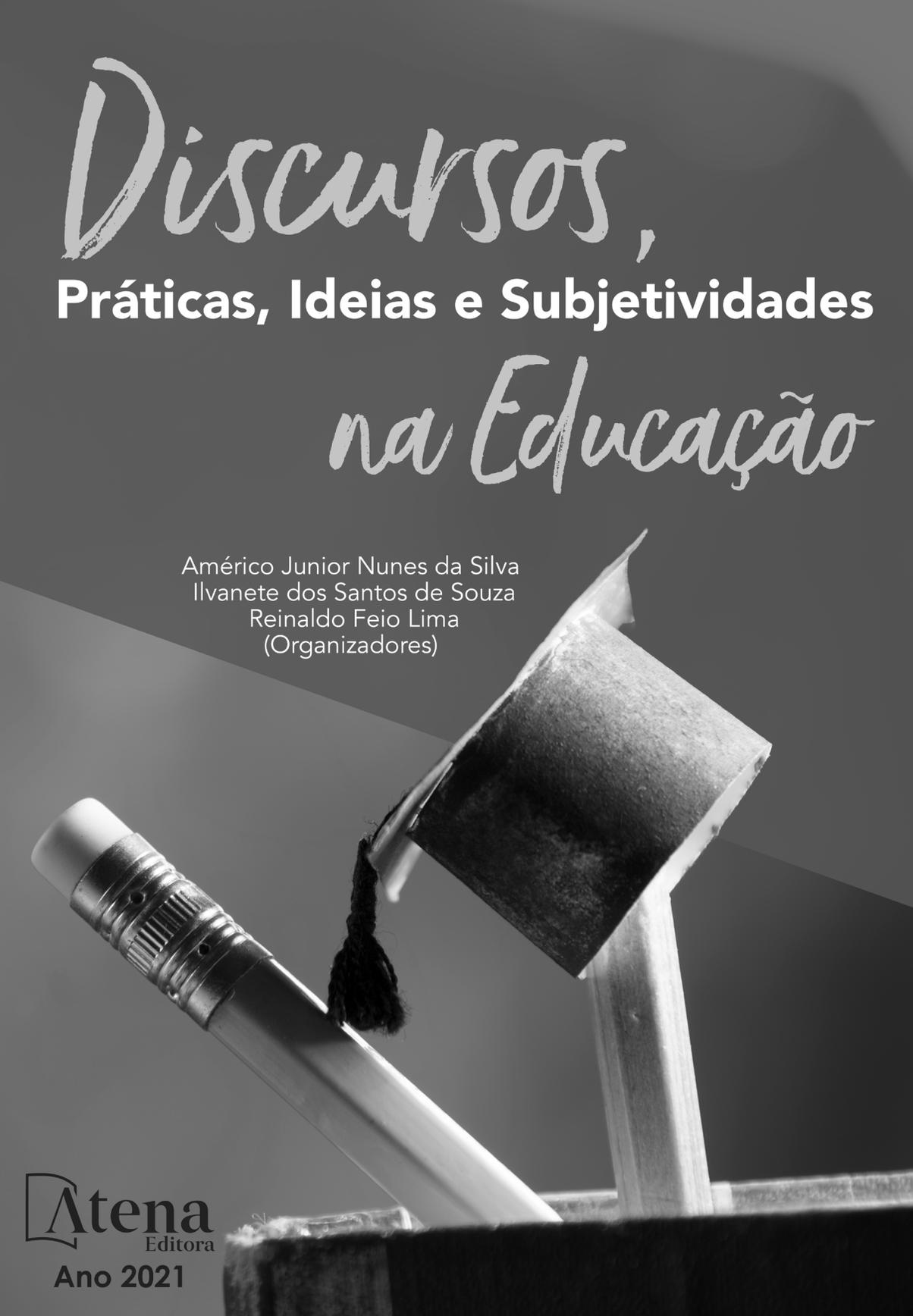


Atena
Editora

Ano 2021

Discursos, Práticas, Ideias e Subjetividades na Educação

Américo Junior Nunes da Silva
Ilvanete dos Santos de Souza
Reinaldo Feio Lima
(Organizadores)



Atena
Editora

Ano 2021

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

Shutterstock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 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-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

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
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – 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 Internazionale 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
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
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. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
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
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
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 Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
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 Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
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 Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
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. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
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 Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl 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
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
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
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
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
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
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. Dr. Adailson 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
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andreza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
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. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª 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. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
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
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
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 Albornoz – 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. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia 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. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
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. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
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
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
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

Discursos, práticas, ideias e subjetividades na educação

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Vanessa Mottin de Oliveira Batista
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizadores: Américo Junior Nunes da Silva
Ilvanete dos Santos de Souza
Reinaldo Feio Lima

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D611 Discursos, práticas, ideias e subjetividades na educação / Organizadores Américo Junior Nunes da Silva, Ilvanete dos Santos de Souza, Reinaldo Feio Lima. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-029-9

DOI 10.22533/at.ed.299212904

1. Educação. I. Silva, Américo Junior Nunes da (Organizador). II. Souza, Ilvanete dos Santos de (Organizadora). III. Lima, Reinaldo Feio (Organizador). IV. Título.

CDD 370

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

Inicialmente localizamos o leitor quanto ao contexto de organização desta obra; pois, nesse momento, (sobre)vivemos em um contexto pandêmico no qual os desafios enfrentados perpassam as “(...) relações entre a preservação da vida e as necessidades sociais tão preciosas a nós humanos, seres gregários que somos, bem como as dificuldade relativas ao trabalho, à economia e à sustentabilidade das instituições.” (GATTI, 2020, p. 30¹).

Neste contexto, é com entusiasmo de dias melhores que apresentamos o livro: **“Discursos, Práticas, Ideias e Subjetividades na Educação”** cujas temáticas focam a problematização da educação em relação as práticas, discursos, subjetividades e ideias, voltadas a formação de professores, gestão educacional, contexto pandêmico, inclusão, gênero e diversidade, ensino de Ciências e Matemática, práticas interdisciplinares, profissionalização e trabalho docente, Educação à Distância, entre outros.

Uma obra estruturada a muitas mãos e que tem por objetivo socializar as diferentes produções, desde relatos de experiências a textos de pesquisas, vinculados a diferentes instituições nacionais e internacionais, ampliando o olhar acerca das temáticas que evidenciamos anteriormente. O número expressivo de artigos encaminhados para este livro e os resultados aqui apresentados, revelou a relevância da temática e dos estudos e pesquisas que vêm sendo realizados por diferentes pesquisadores, bem como reafirma o entendimento da imprescindível necessidade de Discursos, Práticas, Ideias e Subjetividades na Educação.

Dessa forma, esperamos que esta obra seja a mola propulsora para futuras reflexões e inspirações para docentes em formação e/ou exercício da docência. Que ao ler os textos que apresentamos nesse volume inspiremos investigações e práticas exitosas, permitindo um ressignificar dos processos de formação, ensino e de aprendizagem. Os artigos que compõe este livro – cada um sob olhares, discursos, práticas, ideias e impressões de seus autores – buscam galgar por questões que inquietam o cotidiano social da educação, principalmente, contribuir com as discussões que promovam a qualificação do ensino no Brasil, reafirmando a necessidade de olhares mais apurado para subjetividade que compõem as diferentes práticas e discursos educacionais.

Nesse sentido, portanto, desejamos a todos uma ótima e profícua leitura.

Américo Junior Nunes da Silva
Ilvanete dos Santos de Souza
Reinaldo Feio Lima

1 GATTI, A. B. Possível reconfiguração dos modelos educacionais pós-pandemia. Estudos Avançados. vol.34 no. 100 São Paulo Sept./Dec. 2020.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
TRABALHO DOCENTE NA PÓS-GRADUAÇÃO: PRECARIZAÇÃO, SOFRIMENTO E ESTIGMA	
Robson Sueth	
DOI 10.22533/at.ed.2992129041	
CAPÍTULO 2	19
NUEVAS FORMAS DE ASESORAMIENTO EDUCATIVO	
Tulio Barrios Bulling	
DOI 10.22533/at.ed.2992129042	
CAPÍTULO 3	34
A CONCEPÇÃO DE CIÊNCIA NA PERSPECTIVA FILOSÓFICA	
Tiago Martins Dias	
Izalto Júnior Conceição Matos	
Paulo Martins Dias	
DOI 10.22533/at.ed.2992129043	
CAPÍTULO 4	49
MIDIATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS PEDAGÓGICAS NO PROCESSO DE CIRCULAÇÃO DE SABERES EM CURSOS DE MODALIDADE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	
Arnaldo Oliveira Souza Junior	
DOI 10.22533/at.ed.2992129044	
CAPÍTULO 5	58
O ENSINO REMOTO EMERGENCIAL NA PERCEPÇÃO DE DISCENTES DO NÍVEL SUPERIOR DURANTE A PANDEMIA DO SARS-COV-2 EM UM CONTEXTO AMAZÔNICO	
Paulo Weslem Portal Gomes	
Arilson Jeans Monteiro dos Santos	
Mateus Silva Paixão	
Igor dos Santos Soares	
Davison Marcio Silva de Assis	
Paulo Wender Portal Gomes	
Luiza Helena da Silva Martins	
Alcindo da Silva Martins Junior	
Renata Valéria de Araujo Lima	
DOI 10.22533/at.ed.2992129045	
CAPÍTULO 6	75
A FUNÇÃO SOCIAL DA ESCOLA E OS CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA GESTÃO DEMOCRÁTICA E PARTICIPATIVA	
Ricardo Sérgio da Silva	
André Ricardo Nunes Nascimento	
Eliânica Rodrigues de Assunção	
Rosana Maria da Silva	
David Gadelha da Costa	

Daniel Leonardo Ramírez Orozco
Francisco Renato Silva Ferreira
Sivoneide Maria da Silva
Samuel Lima de Santana
Juliana Mendes Correia

DOI 10.22533/at.ed.2992129046

CAPÍTULO 7..... 86

**INICIAÇÃO CIENTÍFICA NA EAD: UMA EXPERIÊNCIA DE MEDIAÇÃO COM
TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**

Maria Gorett Freire Vitiello
Eliza Adriana Sheuer Nantes

DOI 10.22533/at.ed.2992129047

CAPÍTULO 8..... 96

**UTILIZAÇÃO DE METODOLOGIAS E INCLUSÃO DAS TIC'S NO ÂMBITO EDUCACIONAL,
NAS ESCOLAS PÚBLICAS NO ENSINO FUNDAMENTAL II**

Alexsânia Araújo de Lima
Acylena Coelho Costa

DOI 10.22533/at.ed.2992129048

CAPÍTULO 9..... 110

HÁ LUGAR PARA O BRINCAR NO CURRÍCULO DA CRECHE?

Lenilda Cordeiro de Macêdo
Mariana Pereira de Souza

DOI 10.22533/at.ed.2992129049

CAPÍTULO 10..... 122

**O USO DAS TECNOLOGIAS E OS DESAFIOS IMPOSTOS PELA PANDEMIA: O QUE
REVELAM PROFESSORES DE MATEMÁTICA DE UMA CIDADE DO SEMIÁRIDO
BAIANO?**

Ana Cleice Souza de Menezes
Américo Junior Nunes da Silva

DOI 10.22533/at.ed.29921290410

CAPÍTULO 11..... 134

O PAPEL DAS DIFERENTES MÍDIAS E SUA RELAÇÃO COM O CONSUMO NA INFÂNCIA

Barbara Bombonato
Bárbara Gabriele Camargo
Ana Carolina Kastein Barcellos

DOI 10.22533/at.ed.29921290411

CAPÍTULO 12..... 141

**INTERDISCIPLINARIDADE NO ENSINO DE HISTÓRIA E GEOGRAFIA (SEGUNDA FASE
DO ENSINO FUNDAMENTAL)**

Adelmar Santos de Araújo
Madalena Pereira da Silva
Valdir Pereira de Souza

DOI 10.22533/at.ed.29921290412

CAPÍTULO 13	150
<i>DISCURSO E CONSUMO CONSCIENTE: UM OLHAR VOLTADO À CULTURA DE CONSUMO DE MODA</i>	
Isabella Filipini Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.29921290413	
CAPÍTULO 14	159
CONTRIBUCIONES DE LA FOTO-ELICITACIÓN A LA FORMACIÓN REFLEXIVA DEL PSICOPEDAGOGO	
Laura Barrios Valenzuela	
DOI 10.22533/at.ed.29921290414	
CAPÍTULO 15	181
A INCLUSÃO COMO MATRIZ DE EXPERIÊNCIA: JOGOS DE PODER, SABER E ÉTICA	
Adriano de Oliveira Gianotto	
DOI 10.22533/at.ed.29921290415	
CAPÍTULO 16	196
EDUCAÇÃO INCLUSIVA NO BRASIL: CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DOS DISCURSOS DA DEFICIÊNCIA E DA INCLUSÃO	
Alliny Kássia da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.29921290416	
CAPÍTULO 17	207
PROJETO DE MONITORIA DE MATEMÁTICA EM TEMPOS DE PANDEMIA	
Anna Luiza Alino dos Santos	
Claudia Brunosi Medeiros	
Ana Beatriz Vasconcelos Pereira	
Barbara de Falchi	
Gabriel Di Angelo Martins Tognato	
DOI 10.22533/at.ed.29921290417	
CAPÍTULO 18	213
PAZ E SUSTENTABILIDADE NAS PRÁTICAS EDUCATIVAS	
Cristiane de Souza Amaral Hax	
Jefferson Marçal da Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.29921290418	
CAPÍTULO 19	225
O ENSINO DE HISTÓRIA E A PERSPECTIVA DA EDUCAÇÃO HISTÓRICA NA EDUCAÇÃO DO CAMPO	
Gerson Luiz Buczenko	
DOI 10.22533/at.ed.29921290419	

CAPÍTULO 20	232
NOÇÕES DE ESTATÍSTICA NA EDUCAÇÃO BÁSICA NOS ANOS INICIAIS: UMA REFLEXÃO SOBRE A FORMAÇÃO DE PROFESSORES	
Vera Debora Maciel Vilhena	
Maria de Fátima Vilhena da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.29921290420	
CAPÍTULO 21	243
REFLEXÕES SOBRE O TRABALHO DOCENTE NO ENSINO SUPERIOR E ESTRESSE	
Viviane Bernadeth Gandra Brandão	
Jessyca Viviane Torres de Souza	
Lucianna Aparecida Fernandes Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.29921290421	
SOBRE OS ORGANIZADORES	255
ÍNDICE REMISSIVO	257

DISCURSO E CONSUMO CONSCIENTE: UM OLHAR VOLTADO À CULTURA DE CONSUMO DE MODA

Data de aceite: 28/04/2021

Data de submissão: 15/03/2021

Isabella Filipini Mendes

Mestranda em Comunicação e Linguagens pela
Universidade Tuiuti do Paraná
Curitiba- PR
<http://lattes.cnpq.br/0548187248614338>

RESUMO: A partir de uma abordagem teórica, o objetivo é entender como os discursos das marcas de moda que se posicionam de maneira consciente podem impactar a maneira de consumir e a cultura de consumo de uma sociedade. O estudo surgiu da necessidade de compreender as influências que o discurso exerce, buscando estabelecer uma ligação entre a maneira cultural de consumir e seu impacto social.

PALAVRAS - CHAVE: Comunicação; Consumo consciente; Moda consciente; Cultura de Consumo; Discurso.

DISCOURSE AND CONSCIOUS CONSUMPTION: A LOOK TOWARDS THE FASHION CONSUMER CULTURE

ABSTRACT: From a theoretical approach, the objective is to understand how the discourses of fashion brands that position themselves consciously can impact the way of consumption and the culture of consumption of a Society. The study arose from the need to understand the influences that the discourse has, seeking

to establish a link between the cultural way of consuming and its social impact.

KEYWORDS: Communication; Conscious consumption; Fashion conscious; Consumer Culture; Discourse.

INTRODUÇÃO

O consumo consciente é um assunto que vem se destacando cada vez mais entre as pautas ligadas ao desenvolvimento sustentável e a moda. Nossos modelos de produção estão atrelados ao “desperdício”, consumimos muitas vezes apenas por um “modismo”, e não por necessidade (BAUDRILLARD, 1995, p.38). O setor de confecção é o quinto segmento que mais polui, esgota bens naturais, e explora mão-de-obra no mundo (COLERATO, 2017). Nessa corrida capitalista, muitas marcas utilizam o discurso como estratégia de marketing para vender mais, e criar uma necessidade de consumo nesses indivíduos. Infelizmente, vemos hoje marcas que se apropriam de um discurso consciente ou responsável em busca de uma inserção neste mercado cada vez mais competitivo. As inúmeras nomenclaturas que envolvem a sustentabilidade e a moda, ainda fora de um consenso geral, possibilitam para proliferação de discursos muitas vezes falaciosos. O que favorece o surgimento de novos nichos de mercado, podendo chamar nessa pesquisa de novas tribos, pessoas

que compartilham modelos de pensamentos, de vida e hábitos de consumo parecidos (MAFFESOLI, 1944).

O objetivo desse artigo é refletir e gerar discussão sobre a forma como os discursos produzidos pelas marcas que se posicionam de maneira responsável estão sendo disseminados pelas **mídias** digitais, e quais são suas possíveis influências sobre a cultura de consumo de uma sociedade. Para a presente pesquisa vamos analisar o discurso verbal de três marcas na plataforma Instagram, fazendo uma comparação entre elas, a fim de buscar elementos que possam estabelecer um modelo de pensamento sobre como essas marcas estão se comunicando com seus consumidores.

Consumo consciente além do caráter sustentável, e sua relação com o discurso

Quando discutimos sobre consumo e moda consciente, automaticamente pensamos em sustentabilidade. O termo sustentabilidade vem sendo muito discutido, principalmente no século XXI por consequência de vários eventos ambientais, como a aceleração do aquecimento global, a ameaça à biodiversidade e ecossistemas, o esgotamento de recursos naturais, a poluição, enfim, entre muitos outros elementos. Em Estocolmo (1972) e Rio de Janeiro (1992), junto ao termo sustentabilidade surge também o conceito de desenvolvimento sustentável, com suas características ambientais (biológicas) e sua relação com o desenvolvimento e bens finitos para esse processo (econômicas) (NASCIMENTO, 2012). Sendo assim, um produto para se designar inteiramente sustentável deve atender os três pilares sustentáveis: seu caráter ambiental, social e econômico (BRUNDTLAND; GWIL, 2014). Esses acontecimentos podem gerar insegurança nos consumidores, que por sua vez passam a questionar suas atitudes, escolhas, e por consequência cobrar maior transparência do mercado e das marcas que consome.

Dentro desse espectro imenso que é a sustentabilidade, encontramos o consumo consciente. O termo pode ser definido como uma prática de consumo a fim de minimizar os danos ao planeta, ou ajudar nas escolhas de produtos e serviços com menor impacto ambiental (AKATU, 2001). Porém, muitas vezes o conceito acaba não atendendo a expectativa, pois o simples fato de consumir algo com menor impacto não é a transformação necessária para gerar consciência, esse aspecto vai depender do empenho do consumidor para pensar de maneira responsável. Buscar entender os efeitos desse consumo, de onde vem o produto que está consumindo, como foi produzido, quais suas finalidades, por quanto tempo vai ser utilizado, enfim, tornar o consumidor consciente das suas escolhas e atos independentemente de serem positivas ou negativas (BERLIM, 2012). No entanto ainda não existe um consenso único sobre o que é o consumo consciente. É interessante salientar que no Brasil o autor da definição do termo - O Instituto Akatu (Organização não governamental sem fins lucrativos) é uma organização formada por empresas, que propaga uma mudança cultural na forma de consumir. O que nos faz pensar que ao contrário de outros países a ideia de consumo consciente no Brasil foi criada pelo próprio

mercado, e que empresas podem passar a se apropriar desse “benefício” para ganhar visibilidade na mídia.

Segundo a Nielsen Company (empresa global de informação e pesquisas mercadológicas), os resultados de pesquisas em 2019 apontam que os brasileiros estão mais conscientes e sustentáveis. Os dados mostram que 42% dos consumidores estão preocupados em reduzir seu impacto ambiental, e que 58% não adquirem produtos de empresas que fazem testes em animais, e ainda 65% não consomem de empresas envolvidas ao trabalho escravo. Além de mais conscientes, também estão mais conectados, ou seja, utilizam o celular para interações em redes sociais (48%) e fazem compras online (41%), dados importantes para salientar que existe uma interação dos consumidores com as marcas por meio das redes sociais e mídias.

Entretanto, mesmo com o aumento da consciência por parte dos consumidores e uma preocupação em realizar compras mais sustentáveis e conscientes, pode-se perceber uma incoerência entre seu modo de pensar e agir. Essa divergência entre atitude e comportamento pode ser chamado de *Attitude behaviour gap* (hiato entre atitude e comportamento), no qual os consumidores precisam equilibrar os benéficos sociais e coletivos com os individuais (JACKSON, 2008). Pesquisas mostram que os indivíduos acabam consumindo de forma sustentável apenas quando tem vantagem, ou quando os produtos produzidos de forma consciente e ética se igualam os que já consomem (JOERGENS, 2006; LYON, 2006, VOGEL, 2005).

Os dados que podem confirmar essas divergências, são os perfis de consumidores criados a partir das pesquisas da Nielsen Company (2019), no qual 27% da população brasileira foi classificada como equilibrista, o consumidor que negocia, que pesquisa e busca consumir tudo que deseja porém de forma inteligente. Em segundo com 22% ficaram os aspiracionistas, pessoas antenadas, que consomem muitas vezes por impulso e buscam consumir produtos orgânicos e sustentáveis. E apenas em terceiro lugar com 21% os conscientes pragmáticos, pessoas com um senso crítico mais elevado, que procuram verificar os produtos independente do preço, e seguem fieis às preferências.

O propósito dessa reflexão é esclarecer que nosso modelo produtivo atual, mesmo com atuação correta, ou que buscam minimizar seus impactos ambientais, não conseguem obter uma mudança significativa de produção e comercialização de seus produtos (NASCIMENTO, 2012). O consumo sustentável serviria para a reorganização desses modelos, porém, acabou se tornando apenas um novo mercado (CIETA, 2017). O que podemos perceber é um aumento de marcas que se apropriam de um discurso, a fim de uma inserção, ou então, uma readequação das antigas atividades. Esses dados podem trazer a reflexão para o surgimento de Novas Comunidades ou tribos de Szmigin, Carrigan & Bekin (2007), pois os hábitos de consumo analisados não trazem o fim do consumo, mas formas mais brandas nos conceitos sobre consumo consciente e sustentável.

Essa adequação pode ser vista nos discursos, e nas práticas por parte das empresas,

fazendo com que elas busquem diversos caminhos para se tornar mais sustentáveis, porém nem sempre podem se dizer totalmente ecologicamente corretas, o que gera uma certa dúvida no consumidor ou até mesmo fazendo com que associe essas várias maneiras de adequação a um produto “100% sustentável”. Podemos citar os modelos de negócios, e nomenclaturas existentes dentro dessas inúmeras possibilidades que englobam o consumo consciente entre suas práticas:

O *eco fashion* ou produção *eco-friendly*; que faz uso de tecidos reciclados, orgânicos, tingimentos com corantes naturais, o *upcycling* (modelo de reutilização de resíduos têxteis), sempre buscando uma produção e produtos mais sustentáveis (ETHICAL FASHION FORUM). O *Slow fashion* (moda lenta), que utiliza de coleções que não seguem tendências de mercado, ou seja, são atemporais. Com uma produção em menor escala, redução de estoque, maior qualidade, sempre voltadas para a valorização do manual, artesanal, e da mão-de-obra (FLETCHER,2007). A moda autoral e afetiva; que busca a valorização da produção artística e dos criadores. A moda ética; que visa pelas pessoas, pelo preço justo, comércio justo, e comportamentos aceitáveis perante à moral (OXFAM,1970). A responsabilidade social também é um termo que se destaca entre as marcas e seus discursos, a associação com movimentos, causas, criação de manifestos, ativismos, projetos, entre muitos outros. Por exemplo, marcas veganas, marcas associadas ao feminismo, racismo, etc... (ETHICAL FASHION FORUM).

Os discursos produzidos por essas marcas são fatores que influenciam os consumidores, pois o ato de consumir faz parte da sua própria cultura (CANCLINI, 1997). A intenção dessa análise não é ser pejorativa quanto as marcas e ao próprio consumo, mas sim, colocar em discussão a existência de instituições comprometidas com a mudança, e as que estão preocupadas apenas com a lucratividade do negócio. Os discursos estão presentes não só nos textos, mas também nas imagens, atingido a sensibilidade dos seus receptores (BAKTHIN, 1997). O que nos leva a entender que a verdadeira mudança se encontra em como as pessoas entendem esses discursos e como ele age para uma mudança de pensamento de uma sociedade. A mídia é um dos meios mais utilizados para disseminação de tais discursos, pois utilizam mecanismos para despertar emoções, trazendo uma organização dos sentidos discursivos, suas regularidades e repetições (FOUCAULT, 1996).

Uma metodologia de reflexão

A pesquisa organiza elementos presentes nos discursos produzidos por três marcas que possuem uma filosofia ligada à moda e ao consumo consciente. Analisa os discursos das últimas campanhas publicitárias, nos textos dentro das suas respectivas páginas na plataforma Instagram. As hashtags também podem ser adotadas, para legitimar a confiança dos indivíduos sobre os discursos difundidos, levando em conta o compartilhamento dentre os consumidores. A escolha das marcas foi feita a partir de algumas reflexões ao próprio

sentido e associação que se dá ao tema sustentabilidade e consumo consciente.

As três marcas de moda escolhidas para o recorte empírico do presente estudo seguem alguns critérios. A pesquisadora acompanhou pela rede social Instagram 100 páginas de empresas de roupas e acessórios ao longo do primeiro semestre de 2020 e, na seleção, optou pelas marcas que nasceram inseridas no âmbito que envolvem a moda e o consumo consciente, ou seja, não são empresas que passaram por readequação dos seus valores e missões. As três marcas escolhidas são genuinamente brasileiras, possuem páginas na plataforma Instagram onde interagem com seus consumidores, e possuem mais de 30 mil seguidores. Observa-se que as demais não cumpriam todos os critérios apontados.

A primeira marca 1 – Insecta shoes (quadro 1) escolhida nasceu em 2014, suas atividades são a produção de calçados e acessórios (considerados por ela veganos, ecológicos e éticos), gerados a partir de peças de brechó e reaproveitamento de couro. Sua página da plataforma Instagram conta com 220 mil seguidores. Seus ideais são o comprometimento com o meio ambiente, o cuidado com os animais, o incentivo ao feminismo e empreendedorismo, e a administração de um modelo de produção com menor impacto ambiental e responsabilidade social.

A segunda marca 2 – Flavia Aranha (quadro 1) teve início 2009, foi uma das precursoras da moda *slow fashion* no Brasil. Seu diferencial é o tingimento natural, com utilização de produtos orgânicos, tecidos reciclados e menos poluentes. No Instagram a marca conta com 46,7 mil seguidores. Seus princípios sugerem a valorização das matérias primas e produção nacionais, a valorização do manual e artesanal, a utilização de técnicas e ações (parcerias) menos impactantes para o meio ambiente, a valorização das pessoas e da mão-de-obra, e o compartilhamento de conhecimento.

A terceira marca 3- Alle Röcke (quadro 1) começou suas atividades em 2013 e defende que as peças que vestimos devem expressar quem somos, e que a partir delas, fazemos a diferença. Conta com 34,7mil seguidores. Dissemina a valorização das peças feitas de forma ética e sustentável, incentiva a economia local e peças atemporais (que não seguem tendências), as produções em pequena escala (*slow fashion*), além de buscar minimizar os impactos ambientais e conscientização das pessoas.

Primeiramente analisamos como cada marca se apresentava no texto dos seus respectivos perfis na rede social Instagram, seguido de suas postagens por um período de trinta dias, e também as hashtags utilizadas, a frequência de postagens e suas associações com eventos (causas, selos, manifestos) externos às marcas. O quadro comparativo abaixo, auxilia nas análises propostas para esse artigo. Busca-se interpretar as palavras no seu sentido literal para que exclua a caráter pessoal de leitura dos levantamentos.

	1 – Insecta	2 – Flavia Aranha	3 -Alle Röcke
Princípios/ normas	Comprometimento com o meio ambiente; Cuidado com os animais (vegano); Incentivo ao feminismo e empreendedorismo; Modelo de produção com menos impacto ambiental e responsabilidade social; À gêneros; Vegano.	Valorização da matéria prima e produção nacional; Valorização do manual e artesanal; Utilização de técnicas e ações (parcerias) menos impactantes para o meio ambiente; Valorização das pessoas e da mão-de-obra; Compartilhamento de conhecimento.	Incentivam a economia local; Peças atemporais (que não seguem tendências); Produções em pequena escala (<i>slow fashion</i>); Minimizar os impactos ambientais; Conscientizar as pessoas.
Palavras recorrentes nas publicações	Empreendedorismo; Alimento/ comer/comida, impacto; meio ambiente; respeito; signo; sustentável; redução de consumo	Algodão orgânico; tricot; possibilidade; transformar; criar/ criativa; tramas; histórias; fios vivos; tecer; conforto; natural; colorido	Saia; Tricot; sonhar; Idealizar; Confortável; cor; Felicidade; encomenda.
Hashtags	# govengan # calceumacausa # veganshoes # sustentabilidade # repense #modavegana	#algodaoorganico # roupasvivas # designessencial	#roupassobmedida # sobencomenda # slowfashion # tricot # ateliedecostura # maxicardigan
Frequência de postagem	Média de uma postagem por dia	Média de uma postagem por dia	Média de uma postagem por dia
Associação a causas sociais	- <i>Collabs</i> com marcas; Coletivo de ilustração e Artistas; e projetos sociais	- <i>Collab</i> com a Roupateca. -Fashion Revolution. -Projetos próprios da marca	-Fashion Revolution.
Selos e certificações	- Empresa B certificada - Peta – approved vegan - selo EuReciclo	- Empresa B certificada	- Não possui certificações nem selos.

Quadro 1. Comparativo das marcas pesquisadas

Autoria: própria (dados retirados das plataformas do Instagram das respectivas marcas) 2020.

Os elementos encontrados nas últimas campanhas feitas pelas marcas, a forma de apresentação em suas páginas e os debates e informações associadas aos produtos oferecidos por elas utilizam narrativas semelhantes. Alguns pontos se repetem nas abordagens e discursos produzidos, como a atuação de movimentos de conscientização sobre o consumo, porém promovendo o consumo dos seus respectivos produtos; a

associação com organizações, comunidades e movimentos para potencializar ou legitimar seus discursos; a postura de denúncia (contra a supremacia das empresas e do marketing).

O que vem sendo representado como norma ou verdade é a preocupação com a forma de produção, sua postura perante o consumidor, como ela se comunica e dissemina os discursos ligados as suas atividades, ou ideias. Para Foucault (1996) os discursos são entendidos não só como comunidade de signos, mas como relações de poder. “O discurso é socialmente construído e socialmente legitimado... é aquilo pelo que se luta; é o poder pelo qual nós queremos nos apoderar (FOUCAULT, p.10, 1996)”. Ou seja, ele atua como lugar onde o saber e o poder se vinculam em uma dinâmica de diversas reações como, verdade e mentira, controle e resistência, como processos de competição, de disputa. No qual quem é visto como referencia em determinado assunto, no caso a marca, passa ser vista como autoridade, ocupando um lugar de poder. O grande problema desse sistema de dominância das informações ou, na relação de verdade que se cria na mente dos consumidores é de estar contribuindo para a sustentabilidade do planeta consumindo um produto que se diz responsável, e não procurando outras fontes de conhecimento sobre o tema, ou sobre as práticas dessa marca.

Outra questão percebida nesse comparativo são as palavras recorrentes nas publicações e nas hashtags. A marca 1 e 2, acompanham as mesmas linhas de discurso presente nas normas ou princípios adotados pelas mesmas, porém a marca número 3 ocorre um distanciamento dos seus conceitos, a questão ambiental passa ser deixada de lado ocorrendo uma incoerência entre o discurso e a prática. Nesse caso adotamos a ideia de que a escolha das palavras reforça que “toda enunciação constitui um ato (prometer, sugerir, afirma, perguntar...) que visa modificar uma situação (MAINGUENEAU, p.25, 2015), além de que a linguagem verbal é interativa, envolve outros indivíduos. No caso das hashtags, os próprios consumidores atuam como locutores e disseminadores dos discursos das próprias marcas (MAINGUENEAU, 2015). Esse processo de interatividade discursiva entre marca, consumidores e consumidores a partir de uma rede (Instagram) ativa uma noção de pertencimento, na qual fazer parte da dissipação de uma responsabilidade ecológica, um bem maior, acaba por se transformar em uma tribo, um novo mercado. **A própria associação com causas sociais, bandeiras, debates, entre outras pautas levantadas pelas marcas atua como rede de troca, formando novas tribos (MAFFESOLI, 2018).**

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os elementos analisados pela pesquisa servem para entender como as relações entre os discursos produzidos pelas marcas podem ter impacto na visão sobre a conscientização do consumo consciente, sobre a questão da responsabilidade ambiental, e ainda na cultura de consumo da sociedade. As marcas assumindo um lugar de fala, de poder, são responsáveis por informar, educar, e ajudar seus consumidores. O objetivo

dessa discussão é entender a formação das tramas envolvidas em um campo de interesses que ao mesmo tempo passa a ser ferramenta de mediação de relações de poder envolvidas com a problemática ambiental e a conscientização sobre a forma de consumir e produzir. Por fim, conclui-se que a produção do discurso das marcas perpassa toda esfera social e simbólica dos indivíduos, atua como conscientizador e produtor de diálogos, mas também pode utilizar de tais artifícios em prol das empresas apenas para se sobressair em um mercado cada vez mais competitivo. A pergunta que surge é de como as inúmeras classes, dentro da sociedade estão compreendendo tais problemáticas, e de como estão sendo orientadas nas diversas perspectivas que envolvem seu cotidiano.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal: Os gêneros do discurso**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70. 1995.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012.

BRUNDTLAND, Gru et al. **Our common future** ('brundtland report'). 1987. Disponível em: https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-_-milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

CIETTA, Enrico. **A economia da moda**. Tradução: Adriana Tulio Baggio. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

COLERATO, Marina. **A moda não é a segunda indústria que mais polui o meio ambiente**, 2017. Disponível em: <http://www.modifica.com.br/moda-segunda-industria-poluente-sustentabilidade/#.XknmrWjAQ2x>

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

JACKSON, Tim. **The challenge of sustainable lifestyles**. In: **State of the world: innovations for the sustainable economy**. New York: Worldwatch Institute, pp. 45-60, 2008. 0

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massas**. Tradução: Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Tradução: Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. **Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico.** Estudos avançados, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10624/12366>.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Alunos 4, 5, 7, 11, 12, 51, 52, 53, 54, 56, 70, 73, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 96, 98, 99, 100, 101, 103, 105, 106, 107, 109, 114, 127, 128, 130, 138, 141, 142, 144, 145, 147, 182, 191, 192, 197, 200, 202, 203, 207, 208, 209, 210, 211, 216, 217, 218, 222, 224, 227, 231, 232, 233, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 245, 246, 248, 250, 251

Análise de Discurso 196, 197, 200, 204

Aprendizagem 5, 10, 36, 37, 40, 49, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 64, 69, 70, 73, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 86, 88, 89, 90, 93, 94, 96, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 112, 114, 115, 119, 120, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 148, 191, 219, 221, 222, 226, 227, 229, 231, 233, 234, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 245, 256

Asesoramiento 6, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33

B

Brincar 7, 38, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 134, 135

C

Circulação 6, 49, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 181, 182, 189

Comunicação 7, 10, 49, 50, 51, 52, 54, 56, 58, 61, 69, 72, 77, 86, 88, 92, 93, 94, 96, 97, 98, 100, 107, 114, 119, 122, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 136, 144, 150, 208, 241

Condições de trabalho 2, 3, 4, 8, 11, 17, 81, 119, 120, 243, 246, 250, 252, 254

Consumo consciente 8, 150, 151, 152, 153, 154, 156

Covid-19 59, 60, 61, 70, 71, 72, 73, 74, 123, 125, 129, 212

Criança 111, 112, 113, 114, 115, 117, 119, 120, 121, 134, 135, 137, 215

Cultura da Paz 213, 214, 218, 221, 222

Cultura de Consumo 8, 150, 151, 156

Currículo 7, 3, 22, 23, 26, 78, 85, 96, 97, 110, 115, 117, 118, 119, 120, 127, 139, 203, 209

D

Deficiência 8, 118, 187, 191, 192, 196, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206

Direitos 6, 8, 101, 110, 111, 114, 117, 121, 143, 189, 191, 201, 202, 203, 222, 223, 250

Discurso 8, 15, 42, 57, 110, 120, 147, 150, 151, 152, 156, 157, 167, 175, 181, 182, 186, 193, 196, 197, 198, 199, 200, 202, 204, 205, 206

Docente 5, 6, 9, 1, 3, 4, 6, 10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 32, 34, 57, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 69, 73, 76, 78, 79, 80, 83, 85, 96, 97, 100, 102, 104, 108, 124, 127, 130, 144, 159, 164, 168,

182, 189, 190, 192, 194, 203, 217, 234, 238, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 255

E

Educação 2, 5, 6, 8, 9, 1, 3, 5, 10, 18, 34, 48, 49, 50, 54, 56, 57, 58, 59, 61, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 80, 81, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 103, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 130, 132, 133, 134, 135, 137, 139, 140, 141, 142, 144, 147, 148, 182, 188, 189, 191, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 202, 203, 204, 205, 206, 208, 212, 213, 214, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 239, 241, 242, 243, 245, 246, 252, 255, 256

Educação Básica 9, 34, 75, 77, 83, 98, 107, 124, 126, 139, 147, 232, 233, 234, 255

Educação do Campo 8, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 255

Educação Histórica 8, 225, 226, 227, 230, 231

Educação Inclusiva 8, 196, 197, 199, 200, 203, 204, 205, 206

Educação Infantil 110, 111, 112, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 148, 241, 242

Enfoques Tradicionales 19, 32

Ensino 5, 6, 7, 8, 9, 6, 9, 10, 16, 17, 49, 53, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 116, 118, 119, 120, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 182, 191, 192, 196, 197, 200, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 212, 219, 221, 223, 225, 226, 227, 230, 231, 233, 234, 237, 238, 241, 243, 245, 246, 252, 253, 255, 256

Ensino da Matemática 122, 127, 212

Ensino interdisciplinar 141, 145

Ensino Superior 9, 58, 59, 60, 61, 70, 71, 73, 87, 89, 94, 95, 104, 108, 243, 245, 246, 252, 255

Equipe Gestora 75, 76, 77, 78, 81, 83, 84

Estatística 63, 72, 107, 184, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240, 241, 242, 255, 256

Estigma 6, 1, 3, 10, 15, 16, 17, 18

Estresse 9, 8, 9, 11, 12, 13, 16, 100, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254

F

Foto-elicitación 8, 159, 160, 163, 164, 165, 178, 179

G

Geografia 7, 72, 141, 144, 145, 146, 147, 148, 149

Gestão Democrática 6, 75, 77, 82, 83, 84, 85, 229

Governo 181, 183, 185, 186, 187, 188, 190, 192

H

História 7, 8, 34, 111, 112, 121, 137, 138, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 183, 184, 194, 197, 198, 199, 200, 201, 205, 206, 214, 217, 219, 225, 226, 227, 229, 230, 231, 244, 255

I

Inclusão 5, 7, 8, 4, 96, 99, 107, 124, 133, 139, 181, 182, 183, 184, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 200, 203, 204, 205, 206, 233, 238, 256

Indagación narrativa visual 159, 163

Iniciação Científica 7, 86, 87, 88, 89, 94, 95

Inovação metodológica 141

M

Matriz de experiência 8, 181, 183, 184, 188, 190, 192, 194

Mediação e Formação 86

Mídia 57, 134, 136, 138, 139, 152, 153, 189, 212

Midiatização 6, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57

Moda consciente 150, 151

Multimodalidad 159

N

Nuevas Concepciones 19

P

Pandemia 5, 6, 7, 8, 1, 9, 17, 58, 59, 60, 61, 62, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 99, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 207, 208, 212

Pós-Graduação 6, 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 56, 69, 84, 87, 121, 141, 194, 196, 197, 246, 254, 255

Práticas Pedagógicas 6, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 80, 97, 110, 117, 119, 120, 127, 130, 222, 232, 233

Precarização 6, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 17

Professor 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 69, 73, 79, 80, 85, 89, 93, 100, 108, 109, 125, 128, 130, 131, 133, 134, 135, 139, 141, 144, 145, 146, 147, 181, 208, 210, 216, 219, 221, 224, 227, 232, 233, 234, 237, 238, 241, 243, 246, 248, 249, 253, 254, 255, 256

Psicopedagogía 23, 159, 164

R

Reflexión Docente 159

S

Saberes 6, 39, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 60, 72, 79, 84, 89, 90, 91, 93, 96, 109, 120, 127, 131, 133, 145, 148, 161, 181, 182, 183, 188, 189, 190, 192, 199, 204, 205, 216, 222, 223, 229

Saúde Docente 243

Sufrimento 6, 1, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 201, 244, 249, 252, 254

Subjetivação 181, 183, 188, 189, 190, 192

Sustentabilidade 5, 8, 150, 151, 154, 155, 156, 157, 158, 213, 214, 215, 216, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224

T

Tecnologia 48, 53, 58, 72, 89, 91, 94, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 128, 133, 136, 191, 215, 241, 246

Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação 7, 61, 86, 88

Tecnologias educacionais 59, 60, 192

TIC 7, 51, 57, 70, 96, 98, 101, 102, 104, 106, 108, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 131, 133

Trabalho docente 5, 6, 9, 1, 3, 4, 10, 17, 18, 243, 245, 248, 249, 250, 252

U

Ubíqua 96, 99, 105, 108

V

Vídeos 10, 50, 51, 56, 90, 91, 92, 207, 209, 210, 211, 212

Discursos, Práticas, Ideias e Subjetividades na Educação

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

 **Atena**
Editora

Ano 2021

Discursos,

Práticas, Ideias e Subjetividades

na Educação

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

 **Atena**
Editora

Ano 2021