



Projeto de Pesquisa - A ilusão que a Publicidade e Propaganda impõem sob as crianças

Introdução

Após assistir o documentário “Criança, A Alma do Negócio” (2007) no fim do ano passado, a ideia de que a sociedade de consumo está interferindo no desenvolvimento da infância passou a intrigar-me, e é por meio disto que defino o interesse do tema da minha pesquisa.

Comumente a propaganda está em todos os lugares, em todos os momentos e em diversas faixas etárias. O grupo infantil, não é uma exceção. As crianças são expostas diariamente a comerciais persuasivos de produtos e serviços destinados, não somente para a sua classificação indicativa. Propagandas de brinquedos, alimentos e até de bebidas alcóolicas ou de carros, podem ter características parecidas na sua produção audiovisual, como a composição de desenhos, por exemplo, que incentivam as crianças a desejar aquele produto. Elas são vítimas, uma vez que, ainda não possuem o senso crítico formado, sendo submetidas a acreditar em tudo que a propaganda afirma.

O que caracteriza a abusividade da publicidade dirigida à criança é, principalmente, o fato de ela se aproveitar da ingenuidade dos pequenos para lhes vender produtos (...). Trata-se, portanto, de um jogo desigual, no qual quem anuncia para crianças sabe o que está fazendo, enquanto elas não sabem exatamente o que estão comprando. (CRIANÇA E CONSUMO-2009, p.6).

A televisão é uma fonte atual de disseminação propagandística. Porém, com o advento dos tablets e celulares percebe-se que existe certa migração publicitária nesses meios midiáticos.

A academia Americana de Pediatria afirma que uma criança entre 8 e 10 anos de idade passa em média oito horas por dia com diferentes tipos de mídia eletrônica. A TV continua sendo a mídia dominante, mas computadores, tablets e celulares aos poucos vão ganhando espaço.(FOLHA DE S.PAULO -2015, p.1).

Essa mediação causada pelos publicitários através dos recursos midiáticos citados no grupo infantil problematiza a existência do pequeno telespectador, uma vez que este passa a ter desejos não condizentes com a sua idade, interferindo no desenvolvimento de um futuro adulto saudável.

(...) consequências que o consumo excessivo de alimentos, celulares, maquiagens, roupas, entre outros produtos geram nas crianças. Estas consequências podem ser tanto sociais (exclusão, classificação) como físicas (obesidade infantil, erotização precoce e violência). (NORDI-2011, p.31).

A respeito desta problemática, acredito que a abordagem deste tema possui características importantes a serem refletidas. Através de um questionário que será disponibilizado em salas de aula de uma escola estadual local, para estudantes do ensino fundamental, será pesquisado a influência existente da publicidade e propaganda nas crianças entre os 7 e 9 anos de idade. Buscando responder as questões: Porque essa persuasão ocorre? E como ela acontece?

A faixa etária escolhida permite obter melhores dados da influência midiática - “Sabe-se que até mais ou menos os 12 anos de idade elas (crianças) não têm o pensamento crítico formado e, por isso, são mais suscetíveis aos apelos comerciais.” (CRIANÇA E CONSUMO. 2009. p.4).

Objetivos

- **Geral**

O objetivo geral deste trabalho é confirmar a persuasão que existe na mídia propagandística nas crianças de 7 a 9 anos. Para isso, a pesquisa, tentará esclarecer porque e como essa persuasão acontece.

- **Específicos**

I-Pesquisar em fontes bibliográficas;

II-Determinar a amostra;

III- Desenvolver o questionário para pré-teste;

IV-Aplicar o questionário pré-teste;

V-Desenvolver o questionário oficial;

VI- Aplicar o questionário oficial;

VII- Analisar os dados coletados;

VIII- Elaborar o artigo;

IX- Disponibilizar o artigo;

X- Apresentar o artigo;

Metodologia

Tipo de Pesquisa

Estudo de campo, quantitativo e qualitativo.

Local

Escola local (próxima à Unicamp).

População

Crianças na faixa etária dos 7 a 9 anos de idade da escola local.

I-Pesquisar em fontes bibliográficas;

Através do acervo de livros das bibliotecas da Unicamp levantarei referências sobre o estudo em questão.

II-Determinar a amostra;

A amostra será o número total de alunos de uma sala de aula do ensino fundamental com faixa etária de 7 à 9 anos de idade, menos quatro destes. Nos quais, os quatro alunos farão parte do pré-teste.

III- Desenvolver o questionário para pré-teste;

O questionário está disponível no Apêndice do projeto e deverá ser feito em 4 crianças fora da amostra.

IV-Aplicar o questionário pré-teste;

O pré-teste será realizado em 4 crianças de 7 a 9 anos de idade.

V-Desenvolver o questionário oficial;

Após a aplicação do pré-teste, será feita a correção do questionário.

VI- Aplicar o questionário oficial;

A aplicação será realizada em 56 crianças, valor obtido do cálculo da amostra.

VII- Analisar os dados coletados;

Agrupar e interpretar os dados, colocando-os em gráficos, possibilitando melhor visualização das informações coletadas.

VIII- Elaborar o artigo;

Com a ampliação bibliográfica, aplicação e interpretação dos dados obtidos, será desenvolvido o artigo.

IX- Disponibilizar o artigo;

Será disponibilizado ao Professor Dr. José A. Valente no TelEduc;

X- Apresentar o artigo;

O artigo será apresentado em sala de aula.

Cronograma

Atividade	06/04	13/04	14/04	20/04	21/04	25/04	02/05
Pesquisar em fontes Bibliográficas	X						
Determinar à Amostra	X						
Desenvolver o Questionário Pré-teste	X						
Aplicar o Questionário Pré-Teste		X					
Desenvolver o Questionário Oficial			X				
Aplicar o Questionário Oficial				X			
Analisar os Dados Coletados					X		
Elaborar o Artigo					X		
Disponibilizar o Artigo						X	
Apresentar o Artigo							X

Referências

CRIANÇA, a alma do negócio. Produção: Estela Renner e Marcos Nisti. São Paulo: Maria Farinha Produções, 2007. 90 min. Color. Port.

CRIANÇA e Consumo. **Por que a publicidade infantil faz mal para as crianças.** 2009. Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/por-que-a-publicidade-faz-mal-para-as-criancas.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2016

FOLHA de São Paulo. **Uso de eletrônicos já afeta saúde e desempenho escolar das crianças.** 2015.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2015/07/1652950-uso-de-eletronicos-ja-afeta-saude-e-desempenho-escolar-de-criancas.shtml>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

NORDI. Vanessa. **“Vem ser feliz”:** A necessidade de consumo imposta pela mídia e pela sociedade às crianças. 2011.

Disponível em: < http://www.ufscar.br/~pedagogia/novo/files/tcc/tcc_turma_2008/327530.pdf >.
Acesso em: 24 mar. 2016.

Apêndice

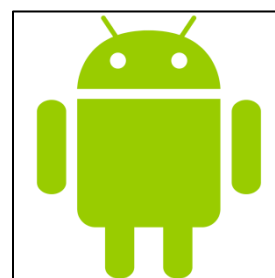
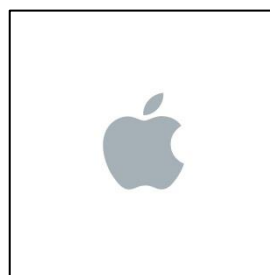
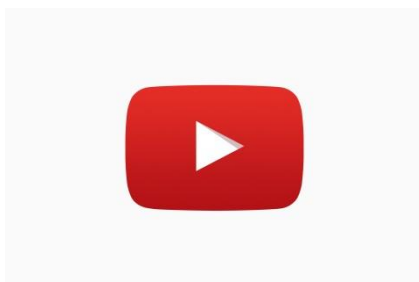
Para a realização desta pesquisa, realizarei o seguinte pré-teste do questionário:

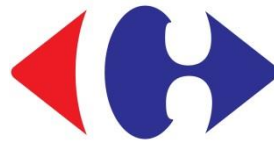


MENINA



MENINO





O que você gostaria de ganhar de presente no seu aniversário? Por quê?



QUANDO VOCÊ COMPRA UM DOCE OU SALGADINHO, VOCÊ GOSTA MAIS DAQUELE QUE TEM DESENHO NA EMBALAGEM?

☐

SIM

☐

NÃO

☐

TANTO FAZ

QUANTAS HORAS DE TELEVISÃO VOCÊ ASSISTE POR DIA?

☐

1 À 4 HORAS

☐

4 À 8 HORAS

☐

MAIS de 8 HORAS

QUANTAS HORAS DE TABLET, CELULAR OU COMPUTADOR VOCÊ CONSOME POR DIA?

☐

1 À 4 HORAS

☐

4 À 8 HORAS

☐

MAIS de 8 HORAS

QUANDO VOCÊ VÊ UMA PROPAGANDA DE UM BRINQUEDO OU COMIDA QUE TEM UM DESENHO QUE VOCÊ GOSTA, VOCÊ FICA COM VONTADE DE COMPRAR?

☐

SIM

☐

NÃO

☐

TANTO FAZ

QUANDO OS SEUS PAIS DISSEM QUE NÃO PODEM COMPRAR ESSE BRINQUEDO OU COMIDA, VOCÊ FICA TRISTE?

☐

SIM

☐

NÃO

☐

TANTO FAZ

QUANDO OS SEUS PAIS COMPRAM O BRINQUEDO VOCÊ FICA FELIZ?

☐

SIM

☐

NÃO

☐

TANTO FAZ

QUAIS DESTES LUGARES VOCÊ MAIS GOSTA ?

<input type="radio"/>	PARQUE	<input type="radio"/>	SHOPPING	<input type="radio"/>	PRAIA	<input type="radio"/>	Não sei
<input type="radio"/>	FICAR EM CASA	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	SUPERMERCADO	<input type="radio"/>	CASA DE UM AMIGO/FAMÍLIA

QUANDO VOCÊ PEDE ALGO PARA OS SEUS PAIS, NA MAIORIA DAS VEZES, ELES COMPRAM O QUE VOCÊ PEDE?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	Não sei
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	---------

VOCÊ JÁ PEDIU ALGUM BRINQUEDO PORQUE VIU NA TELEVISÃO, NO CELULAR, NO TABLET OU COMPUTADOR?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	Outro
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	-------

E DESSES BRINQUEDOS, JÁ TEVE ALGUM QUE VOCÊ SÓ BRINCOU UMA VEZ, OU NEM SAIU DA EMBALAGEM?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO
-----------------------	-----	-----------------------	-----

O QUE VOCÊ MAIS GOSTA DE COMPRAR ASSINALE MAIS DE UMA OPÇÃO:

<input type="radio"/>	ROUPA	<input type="radio"/>	TÊNIS	<input type="radio"/>	SAPATO	<input type="radio"/>	SANDÁLIA
<input type="radio"/>	MAQUIAGEM	<input type="radio"/>	PERFUME	<input type="radio"/>	BRINQUEDO	<input type="radio"/>	CELULAR
<input type="radio"/>	LIVRO	<input type="radio"/>	SALGADINHO	<input type="radio"/>	DOCE	<input type="radio"/>	REFRIGERANTE

VOCÊ GOSTA DOS COMERCIAIS QUE APARECEM NA TELEVISÃO, TABLET, CELULAR OU COMPUTADOR?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	TANTO FAZ
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	-----------

SE TODOS OS TEUS AMIGOS TEM UM BRINQUEDO QUE VOCÊ NÃO TEM, VOCÊ FICA COM VONTADE DE TER ESSE BRINQUEDO?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	TANTO FAZ
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	-----------

SE O COMERCIAL DIZ QUE UM BRINQUEDO É LEGAL, VOCÊ TAMBÉM ACHA QUE ELE É LEGAL?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	TANTO FAZ
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	-----------

VOCÊ JÁ VIU ALGUMA PROPAGANDA DE CARRO OU DE CERVEJA QUE VOCÊ ACHOU LEGAL OU ENGRAÇADA?

<input type="radio"/>	SIM	<input type="radio"/>	NÃO	<input type="radio"/>	TANTO FAZ
-----------------------	-----	-----------------------	-----	-----------------------	-----------

VOCÊ JÁ AJUDOU A ESCOLHER UM PRODUTO DE CASA COMO TELEVISÃO, GELADEIRA, LAVA ROUPA OU CAMA?

☐

SIM

☐

NÃO

DESSES PRODUTOS QUE VOCÊ AJUDOU A ESCOLHER, VOCÊ JÁ TINHA VISTO ELES NUM COMERCIAL ?

☐

SIM

☐

NÃO

VOCÊ GOSTA DE COMPRAR?

☐

SIM

☐

NÃO

PORQUE?