

- LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO -

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIRECIONADAS A CRIANÇAS NA INTERNET

(dissertações de mestrado e teses de doutorado)



Consultoria em pesquisas

Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana

Agosto 2016

Pâmela Saunders Uchôa Craveiro

Dr.^a em Comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 REFERÊNCIAS.....	4
2.1 Dissertações de Mestrado	4
2.2 Tese de Doutorado.....	4
3 CONSIDERAÇÕES	5

1 INTRODUÇÃO

Este documento tem como objetivo complementar os resultados do levantamento de publicações, realizado e apresentado no mês de agosto, a respeito de possíveis formatos e estratégias utilizados na internet para persuadir as crianças para o consumo de produtos e serviços. A fim de atender uma das recomendações mencionadas no capítulo “Considerações” do documento apresentado no mês de agosto, acerca da ausência de teses de doutorado nos resultados, realizou-se uma busca no portal de dissertações e teses da Capes¹ e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)². Seguiram-se os mesmos critérios de busca: recorte temporal de 2008 a 2016; uso das palavras-chave “publicidade infantil” e “internet”. Na seleção das publicações, também foram seguidos os mesmos critérios da pesquisa anterior. Desse modo, consideraram-se tanto trabalhos que discutissem estratégias mercadológicas na internet especificamente direcionadas a crianças, assim como trabalhos que abordassem as tendências na comunicação mercadológica digital aos vários públicos, visto que esse tipo de trabalho também contribuiria para a compreensão da relação do mercado com as crianças na internet.

Foram verificados³ os primeiros 300 resultados da busca. Essa decisão foi tomada após a percepção de que, a partir do resultado 301, os temas das publicações começavam a distanciar-se do interesse desta pesquisa. Foram identificados 6 trabalhos com referência direta ou indireta ao tema pesquisado. Entre eles, há:

- 4 dissertações de mestrado que discutem, em sua totalidade ou em capítulos específicos, estratégias mercadológicas dirigidas a crianças na internet;
- 1 dissertação de mestrado que discute estratégias mercadológicas na internet direcionadas ao público em geral (independente da faixa etária);
- 1 tese de doutorado que, em alguns de seus capítulos, aborda temáticas de interesse para esta pesquisa, embora não se refira especificamente ao público infantil.

¹ Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>>. Acesso em: 1 set. 2016.

² Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: 10 set. 2016.

³ A verificação se deu a partir da leitura do título e dos resumos das publicações.

2 REFERÊNCIAS

2.1 Dissertações de mestrado

DISSERTAÇÕES DE MESTRADO ESPECÍFICAS SOBRE INFÂNCIA	
1	BRITTO, Elaine Mandotti de Oliveira. A relevância da internet para a construção de marcas para o público infantil . 2008. 128 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: < http://zip.net/byttZm >. Acesso em: 5 set. 2016.
2	SILVA, Michelle Sprandel da. Webmarketing: processos interativos no site barbie.com . 2008. 198 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2008. Disponível em: < http://zip.net/bbttny >. Acesso em 8 set. 2016.
3	CANATO, Bruno Gonçalves. A marca e o elemento lúdico: uma análise de sites para o público infantil . 2010. 179 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: < http://zip.net/brttzl >. Acesso em: 6 set. 2016.
4	Chiantia, Fabrizio Cezar. A publicidade abusiva direcionada à criança nas mídias digitais . 2015. 102 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2015. Disponível em: < http://zip.net/bwts2H >. Acesso em: 6 set. 2016.

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO NÃO ESPECÍFICAS SOBRE INFÂNCIA	
1	CHAVES, Taís Regina da Silva. Consumo e tecnologia: uma análise da bibliografia dedicada à publicidade online . 2008. 148 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: < http://zip.net/bltsZZ >. Acesso em: 5 set. 2016.

2.2 Tese de doutorado

TESES DE DOUTORADO NÃO ESPECÍFICA SOBRE INFÂNCIA	
1	FIGUEIREDO NETO, Celso. Persuasão e entretenimento: a publicidade-entretenimento se configura como estratégia comunicativa que resgata a retórica

aristotélica. 2008. 175 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://zip.net/bxtvsQ>>. Acesso em: 5 set. 2016.

3 CONSIDERAÇÕES

A busca por publicações no banco de dissertações e teses da Capes resultou em um número de trabalhos menor do que o esperado. Muitos resultados dessa busca apontaram para a publicidade infantil nos meios tradicionais (televisão e mídia impressa) e para uma discussão da questão mais voltada para o âmbito jurídico, portanto, não atendendo aos objetivos desta pesquisa. Apesar do número reduzido (5 dissertações de mestrado e 1 tese de doutorado), ressaltamos que as publicações aqui encontradas complementam e ampliam os resultados do levantamento realizado e apresentado no mês de agosto.

Pâmela Saunders Uchôa Craveiro

Dr.^a em Comunicação

Consultoria em pesquisas – Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana