

MEMÓRIA CRÍTICA: A CONSCIENTIZAÇÃO DE ADOLESCENTES SOBRE PUBLICIDADES ABUSIVAS POR MEIO DA GAMIFICAÇÃO

GIOVANA GUTERRES¹; ISABELLA MIOLA²; LUIZ ARTHUR SPANANBERG³;
ALEXANDRE CÔRREA DE OLIVEIRA⁴

¹Universidade Federal de Pelotas - giovanaguterres26@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – isabellamiola1@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – spananberg.luiz@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – oliveiraalec@outlook.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho faz parte do Projeto de Pesquisa Empírica em Direito & Arte: anúncios publicitários brasileiros veiculados entre 1930-2000, seus impactos sociais e a percepção contemporânea do Direito do Consumidor. Sua realização é uma cooperação entre o Grupo de Ensino, Extensão e Pesquisa Inventar: arte e construção do conhecimento jurídico (CNPq), o Grupo de Estudos e Pesquisa em Direito do Consumidor - GECON (CNPq), o Programa de Pós-Graduação em Direito e a disciplina de História do Direito, que faz parte da curricularização extensionista, da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas no ano letivo de 2025. A investigação se propõe, ao final, a construir jogos educativos a serem aplicados junto à rede pública de ensino, na cidade de Pelotas\RS.

A ação de extensão tem como tema central a elaboração de um jogo da memória educativo voltado para adolescentes, com o objetivo de promover a conscientização crítica acerca das práticas publicitárias abusivas e de seus impactos sociais. O estudo parte da análise da publicidade do Motel Studio A., veiculada em 1992, cuja frase “Você ainda não fez 18 aninhos? Que pena...” representa um caso emblemático de *nudges* que induzem à sexualização precoce, caracterizando violação dos direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) (Brasil, 1990a, 1990b).

A problematização que orienta a pesquisa consiste em compreender como os *nudges* presentes em publicidades influenciam os adolescentes e de que forma uma ferramenta prática e educativa, como o jogo da memória, podem contribuir para fortalecer sua capacidade crítica frente a mensagens abusivas.

A fundamentação teórica sustenta-se em diferentes perspectivas. Para (FOUCAULT *apud* GARLAND 2014), a “história do presente” possibilita identificar como práticas históricas moldam condutas atuais, sendo ferramenta essencial para compreender a publicidade analisada. GONÇALVES e MENEZES (2015) destacam que os adolescentes brasileiros iniciam sua vida sexual cada vez mais cedo, o que amplia sua vulnerabilidade diante de conteúdos sexualizantes. CARRASCOZA (2014) descreve a publicidade como um espaço simbólico de indução ao consumo, enquanto RODRIGUES (2021) evidencia o poder dos *nudges* na manipulação de escolhas, nem sempre percebidas pelos consumidores.

Diante disso, o objetivo geral do trabalho é analisar a influência dos *nudges* em publicidades direcionadas a adolescentes e propor, como resposta prática, um jogo da memória que permita relacionar legislações protetivas a imagens representativas de situações de violação de direitos.

Assim, a introdução do jogo da memória neste projeto não apenas reforça a dimensão crítica da pesquisa acadêmica, mas também materializa sua função

social, ao transformar conhecimento jurídico em recurso pedagógico acessível. O trabalho, portanto, contribui para a formação de adolescentes mais conscientes e capazes de identificar práticas abusivas que possam ameaçar seus direitos, unindo teoria, prática e extensão universitária.

2. METODOLOGIA

A extensão será realizada em escolas públicas da cidade de Pelotas, com foco em adolescentes na faixa de 14 a 16 anos. A proposta da extensão consiste na realização de oficinas educativas que irão utilizar o jogo da memória elaborado pelo grupo, com imagens de publicidades e legislações correspondentes, como forma de gerar a reflexão crítica sobre a proteção legal da juventude e os efeitos da publicidade abusiva.

O desenvolvimento do jogo se dá a partir da extensão dentro da disciplina de História do Direito, no primeiro ano da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas. O desenvolvimento do jogo envolve três etapas principais: levantamento e seleção de publicidades reais que apresentam elementos de violação de direitos, especialmente aquelas com cunho sexual ou discriminatório; identificação e seleção de artigos jurídicos (ECA, CDC, Constituição Federal e resoluções do CONAR) que protegem o público infantojuvenil; e elaboração gráfica das peças do jogo, que consistirá em pares de cartas compostas por uma imagem e sua legislação correspondente. As cartas serão impressas em papel resistente, plastificadas e organizadas por cores temáticas (como sexualização, consumismo e discriminação), a fim de facilitar o entendimento visual.

A metodologia utilizada para a criação do jogo combina pesquisa documental, análise crítica de imagens e revisão legislativa. A produção será orientada por critérios pedagógicos e comunicacionais voltados ao público adolescente, buscando respeitar sua linguagem, referências visuais e capacidade de interpretação. O jogo será aprovado em reuniões com os orientadores e testado em oficinas-piloto com turmas menores.

As oficinas serão aplicadas de forma presencial, no contraturno escolar, por estudantes de Direito vinculados ao grupo de pesquisa e extensão, sob a supervisão de orientadores. As atividades ocorrerão de forma dialógica e participativa, estimulando a troca de experiências entre estudantes universitários e adolescentes da comunidade escolar.

A fundamentação metodológica da extensão apoia-se em uma abordagem qualitativa, utilizando métodos indutivos, conforme GIL (2008). A pesquisa também se baseia na análise crítica de imagens, segundo os referenciais de BOHNSACK (2007) e WOLKMER e HENNING (2017). A avaliação será feita por meio de registros escritos, rodas de conversa e observações realizadas durante as oficinas, permitindo o acompanhamento dos impactos da ação e a melhoria contínua da proposta.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A partir da análise documental e imagética da publicidade do Motel Studio A, veiculada em 1992 e identificada como abusiva por induzir adolescentes à sexualização precoce, foram estabelecidas as bases conceituais para a elaboração de um jogo educativo. O estudo demonstrou como a publicidade pode impactar

negativamente a formação de identidades juvenis, ressaltando a necessidade de proteção jurídica prevista no Código de Defesa do Consumidor e no Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990a, 1990b).

Com base nesses resultados preliminares, elaborou-se um projeto de extensão a ser implementado em escolas públicas do município de Pelotas, na forma de um jogo da memória. O objetivo da proposta é verificar a proteção dos adolescentes no ordenamento jurídico brasileiro, compreender os impactos dos *nudges*, examinar criticamente a publicidade do Motel Studio A à luz do Código de Defesa do Consumidor e, por fim, elaborar e aplicar o jogo como prática de extensão junto à comunidade escolar. Atualmente, a ação encontra-se em fase de desenvolvimento, sendo a próxima etapa a seleção das imagens e das normas jurídicas que asseguram os direitos dos consumidores adolescentes.

O jogo será desenvolvido em formato impresso, utilizando cartas ilustradas com imagens que remetem tanto a propagandas reais quanto a elementos do cotidiano dos adolescentes, possibilitando a associação com trechos normativos dos direitos que lhes são garantidos. Cada par de cartas reunirá uma representação visual e uma norma legal correspondente, de modo a incentivar o aprendizado lúdico. Além disso, a produção do material contará com a participação ativa dos acadêmicos, que irão adaptar a linguagem jurídica para torná-la acessível ao público jovem, preservando o conteúdo normativo.

A dinâmica será aplicada em turmas do ensino fundamental e médio, com rodadas coletivas que favoreçam a interação entre os estudantes. Após cada rodada, os facilitadores promoverão discussões rápidas sobre os direitos envolvidos nas cartas encontradas, estimulando a reflexão crítica acerca das mensagens publicitárias e da proteção legal. Essa metodologia permitirá não apenas o contato dos adolescentes com as normas jurídicas, mas também a criação de um espaço participativo, em que suas percepções e experiências em relação à publicidade sejam valorizadas.

Embora o jogo ainda não tenha sido aplicado, espera-se que sua execução promova impactos significativos. Entre os benefícios previstos, destacam-se a conscientização dos adolescentes sobre as estratégias publicitárias abusivas, a formação de senso crítico nos jovens cidadãos quanto às mensagens midiáticas e a aproximação entre teoria jurídica e prática social. Ademais, a iniciativa possibilitará aos acadêmicos envolvidos o desenvolvimento de competências relacionadas à pesquisa, ao ensino e à extensão, fortalecendo o vínculo entre a universidade e a comunidade.

Também se espera que a proposta contribua para o fortalecimento da cidadania, uma vez que ao compreender seus direitos, os adolescentes passam a atuar de forma mais consciente e responsável nas relações de consumo. A experiência poderá ainda gerar multiplicadores, na medida em que os alunos levarão os conhecimentos adquiridos para suas famílias e círculos sociais, expandindo o alcance do projeto. Nesse sentido, o jogo da memória configura-se como uma ferramenta pedagógica capaz de unir aprendizado, criticidade e engajamento comunitário.

4. CONSIDERAÇÕES

O jogo da memória desenvolvido nesta extensão representa uma proposta voltada à formação crítica de adolescentes em relação à mídia e ao consumo. A

atividade permite que conteúdos jurídicos densos sejam traduzidos de forma acessível, mantendo o engajamento e promovendo a identificação dos temas discutidos.

A ação busca além transmitir conhecimento, construir com os adolescentes um espaço de escuta, expressão e reflexão. Espera-se que por meio do jogo, os adolescentes desenvolvam maior capacidade de reconhecer situações que violem seus direitos e se sintam mais seguros para questionar conteúdos digitais, publicitários ou sociais que reforcem desigualdades, estereótipos ou estimulem comportamentos prejudiciais.

Do ponto de vista acadêmico, o projeto também se propõe a qualificar a formação dos estudantes de Direito, que terão a oportunidade de aplicar conhecimentos jurídicos em contextos concretos, exercendo papéis educativos. Por fim, o jogo também é um produto replicável, que poderá ser utilizado em outras escolas e contextos, contribuindo para o alcance da proposta de extensão.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990a. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 18 ago. 2025.

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 16 jul. 1990b. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 18 ago. 2025.

BOHNSACK, R. A interpretação das imagens e o Método Documentário. **Sociologias**, Porto Alegre, v.9, n.18, p.288-311, 2007.

CARRASCOZA, J.A. **Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

GARLAND, D. O que significa escrever uma “História do Presente?” A abordagem genealógica de Foucault explicada. **Revista Justiça e Sistema Criminal**, v. 6, n. 10, p. 73-96, jan./jun. 2014.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, H; MENEZES, A.M. Início da vida sexual entre adolescentes (10 a 14 anos) e comportamentos em saúde. **Revista de Saúde Pública**, Pelotas, v.49, n.1, jan./mar. 2015.

RODRIGUES, L. F. R. Nudges, algoritmos e superendividamento. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 15 dez. 2021.

WOLKMER, A.C; HENNING, A.C.C. Aportes Saidianos para um Direito (Des)Colonial: sobre iconologias de revoluções e odaliscas. **Sequência**, Florianópolis, n.77, p.51-88, nov. 2017.