

# **MARKETING DIGITAL E ABA: A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E ABA PARA O DESENVOLVIMENTO E INCLUSÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NEUROATÍPICAS**

Tamires Beatriz Ratis da Silva<sup>1</sup>  
Lucas França Santana<sup>2</sup>

## **RESUMO**

Inclusão é o processo de reconhecer as diferenças, bem como a capacidade de entendê-las, para que dessa forma haja um ambiente com respeito e equidade, logo, a educação inclusiva tem como principal objetivo fornecer possibilidades e igualdades dentro da educação, nesse sentido, a falta de informação, conhecimento e ferramentas adequadas torna o processo de inclusão cada dia um desafio para desenvolver o processo inclusivo de crianças e adolescentes neuroatípicos, portanto, há necessidade de adaptação às estratégias de conscientização sobre a neurodiversidade, com a finalidade de alcançar cada vez mais os indivíduos e promover a inclusão. Além do entendimento sobre a importância da inclusão dos indivíduos neuroatípicos, este artigo fornece estratégias de marketing digital e análise do comportamento aplicada, em que, pode ser possível aumentar a conscientização sobre a neurodiversidade, bem como auxilia a criação de um ambiente mais favorável ao desenvolvimento e inclusão das crianças e adolescentes na escola, ambiente clínico e no social, explicitando como as escolas e os ambientes podem adotar abordagens que gerem inclusão, criando uma experiência positiva, assim como reconhecendo as necessidades de cada indivíduo e assim, promovendo a equidade, pois, entende-se que os indivíduos neuroatípicos desenvolvem o aprendizado de forma eficaz quando os ambientes em que estão inseridos são inclusivos, gerando segurança e promovendo avanços significativos seja no ambiente clínico, escolar ou social, ou seja, esta pesquisa elucida a importância do marketing digital juntamente a estratégias da análise do comportamento aplicada, para o desenvolvimento acadêmico, clínico e social dos adolescentes e crianças neuroatípicas, através de uma análise qualitativa, quantitativa e levantamento bibliográfico de cunho exploratório.

**Palavras-chave:** Autismo, Inclusão, Marketing, ABA, Neuroatípico.

## **ABSTRACT**

Inclusion is the process of recognizing differences, as well as the ability to understand them, so that there is an environment with respect and equity. Therefore, inclusive education has as its main objective to provide possibilities and equality within education. In this sense, the lack of information, knowledge and adequate tools makes the inclusion process a challenge every day to develop the inclusive process of neuroatypical children and adolescents. Therefore, there is a need to adapt to awareness strategies about neurodiversity, in order to reach more and more individuals and promote inclusion. In addition to understanding the importance of including neuroatypical individuals, this article provides digital marketing strategies and applied behavior analysis, in which it may be possible to raise awareness about autism and neurodiversity, but also helps to create an environment more favorable to the development and inclusion of children and adolescents in school, clinical and social environments, explaining how schools and environments can adopt approaches that generate inclusion,

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

creating a positive experience, as well as recognizing the needs of each individual and thus promoting equity, since it is understood that neuroatypical individuals develop learning effectively when the environments in which they are inserted are inclusive, generating security and promoting significant advances whether in the clinical, school or social environment, that is, this research elucidates the importance of digital marketing together with applied behavior analysis strategies, for the academic, clinical and social development of neuroatypical adolescents and children, through a qualitative, quantitative analysis and exploratory bibliographic survey.

**Keywords:** Autism, Inclusion, Marketing, ABA, Neuroatypical.

## INTRODUÇÃO

Marketing digital envolve o uso de tecnologias digitais para alcançar objetivos de marketing. Esses objetivos vão desde a criação de conscientização até a conversão de vendas, assim como aponta Dave Chaffey (2016). Kotler (2012) afirma que o processo de Marketing baseia-se em princípios e técnicas de criação, oferecendo produtos de valor aos indivíduos, tendo como objetivo não apenas o processo lucrativo mas também atender às necessidades humanas através da comunicação e informação, considerando os interesses dos consumidores e da sociedade.

O DSM descreve alguns seguintes transtornos existentes, como podemos explicitar: transtorno do neurodesenvolvimento; comunicação; espectro autista; déficit de atenção e hiperatividade; aprendizagem; motores; depressivos; ansiedades e obsessões compulsivas; nesse sentido, podemos elucidar por exemplo, o autismo, Transtorno do Espectro Autista, em que está no grupo dos Transtornos do Neurodesenvolvimento, dessa forma, pode ser caracterizado por déficits nas habilidades sociais, dificuldades de comunicação e a presença de comportamentos repetitivos e estereotipados (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2000).

Visto isso, a análise do comportamento aplicada (ABA) torna-se ferramenta fundamental para que haja um ensino de forma eficaz bem como adequada ao processo de aprendizagem no Transtorno do Espectro Autista e os demais transtornos do neurodesenvolvimento, Matos (2016).

Visto que a ABA é a ciência, sendo definida como uma forma para avaliar, explicar e modificar comportamentos sendo baseado nos princípios do condicionamento operante

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

introduzidos por Skinner (1953), na concepção do condicionamento operante, compreende que os comportamentos são aprendidos na interação entre os indivíduos e o ambiente físico e social (SKINNER, 1953), dessa forma, entendemos que o desenvolvimento e o processo de inclusão das crianças e adolescente atípicas tem influência com o ambiente em que estão inseridos.

FREIRE (2008) elucida que o processo de inclusão trata-se de um movimento educacional, bem como social e político, em que ratifica a importância dos indivíduos participarem da sociedade sendo respeitado aquilo que os diferenciam dos outros indivíduos, dessa forma, tal posicionamento ratifica alguns dos componentes da educação inclusiva: oportunidade de desenvolvimento, a aceitação, respeitar às diferenças, adequação e educação de qualidade, logo, entendemos a Inclusão como o processo de reconhecer as diferenças, assim como a capacidade de entendê-las, para que haja um ambiente com respeito e equidade.

A inclusão escolar é também uma forma de romper com o preconceito e segregação social, o que ocorre de forma histórica às pessoas com transtorno do desenvolvimento e pessoa com deficiência (MPPE, 2019), dessa forma, temos o direito legal como base para garantir uma educação inclusiva, conforme aponta Brasil (2015):

A educação constitui direito da pessoa com deficiência, assegurando sistema educacional inclusivo em todos os níveis e aprendizado ao longo de toda a vida, de forma a alcançar o máximo desenvolvimento possível de seus talentos e habilidades físicas, sensoriais, intelectuais e sociais, segundo suas características, interesses e necessidades de aprendizagem. (BRASIL, 2015, p. 06).

Na sociedade hodierna, diante de tanta informação, percebe-se que ainda existem dificuldades no processo de inclusão de pessoas neuroatípicas como ratifica ALMEIDA, DONEDA, LEMOS (2018) em que pontua que ao mesmo tempo que o mundo oferece possibilidades amplas de aprendizado e novas relações, os indivíduos apresentam dificuldades em dissociar o real e o virtual, e por conseguinte eleva a dificuldade de inclusão em uma sociedade que nasce em uma geração tecnológica e virtual.

Segundo NEWMAN (2018), o Brasil apresenta um dado significativo quanto a confiança da população com as mídias, sendo 44% da população alegando a não confiabilidade, outrossim é o que postula IBOPE (2018) nos mostra que a confiabilidade nos meios de comunicação caiu de 71% para 51%, esses dados nos mostra a dificuldade de inclusão também devido a não confiança nas informações, ou seja, mesmo em uma sociedade

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

tecnológica a ausência de confiança resulta na falta de interesse nas informações disponíveis, consequentemente, resultando na dificuldade em compreender e aceitar a neurodiversidade mesmo em uma sociedade tecnológica.

Contudo, ainda assim a tecnologia permite avanços significativos quanto ao processo de inclusão e desenvolvimento. O avanço tecnológico tem permitido um maior acesso à informação, educação e lazer, moldando profundamente o cotidiano e as formas de interagir com o mundo (SOUSA, 2017). O uso de canais digitais em conjunto com o marketing digital pode ser utilizado na divulgação de programas educativos e inclusivos que atendem as populações diversas. Estratégias como campanhas em redes sociais e alta tecnologia podem ser usadas para promover a inclusão de alunos neurodivergentes, assim como conscientizar a sociedade e, dessa forma, entender a importância e promover a inclusão educacional e social.

Assim como postula Litto e Lévy (2020) a tecnologia se tornou um instrumento facilitador nos meios de comunicação, transformando-se em uma poderosa ferramenta oferecendo diversas possibilidades, bem como pontua Vollmer (2010) destacando a importância da interatividade com o público como um elemento crucial para o sucesso de qualquer estratégia de comunicação, especialmente no contexto do marketing digital.

Visto isso, ao utilizar o marketing digital atrelado às estratégias da análise do comportamento aplicada há possibilidade de promover um ambiente mais inclusivo e propício ao desenvolvimento de crianças e adolescentes neuroatípicas.

## **METODOLOGIA**

O desenvolvimento desta pesquisa foi realizada com abordagem qualitativa e quantitativa, de revisão bibliográfica de cunho exploratório, entende que as pesquisas exploratórias “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema” (GIL, 1991, p. 45). Contrapartida Cervo e Bervian (1996) postula que a pesquisa bibliográfica é o meio de formação por excelência, bem como tal forma de pesquisa constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica, demonstrando dessa forma, sua relevância, pois, as análises bibliográficas, são a partir de referenciais teóricos que já foram analisados, por exemplo, livro e artigos científicos (Fonseca 2002), enquanto que a pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações (MICHEL, 2005).

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

Logo, diante do que foi elucidado, fica aclarado a importância desta pesquisa, em que se deve entender a relação do marketing digital e análise do comportamento aplicada, entendendo a eficácia dessa relação para que haja avanços no contexto clínico e escolar dos indivíduos neurodivergentes, conforme pontua Dave Chaffey (2016) em que nos traz o uso de tecnologias digitais com o objetivo de conscientizar e amparar as necessidades humanas por meio da comunicação, assim como postula Allan (2015) ratificando que o uso de meios digitais apresentam um papel fundamental no desenvolvimento dos indivíduos neuroatípicos, atrelado a isso o uso das estratégias da ciência ABA, ficando elucidado a eficácia dessa relação para os avanços clínicos, sociais e escolares dos indivíduos neurodivergentes.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Marketing digital e ABA: inter-relação para avanços de crianças e adolescentes neurodivergentes**

Segundo pontua Camargo e Rispoli (2013), a análise do comportamento aplicada-ABA envolve a utilização de técnicas, assim como estratégias comportamentais para ampliar as habilidades de comunicação, social, de aprendizagem, logo, sua eficácia dar-se, visto que este modelo utiliza intervenções personalizadas e de forma intensiva e adaptadas conforme às necessidades específicas de cada indivíduo, para que através da intervenção seja possível promover avanços significativos em diversas áreas de funcionamento do indivíduo.

Logo, Rosa, Matsukura e Squassoni (2019) apontam que o ensino adaptado e as estratégias da ABA podem auxiliar de forma significativa no processo de inclusão, bem como na melhoria da qualidade de vida desses indivíduos, visto isso, a ABA traz como um dos seus princípios o reforço positivo, em que acredita que os comportamentos seguidos por consequências que são considerados favoráveis ao indivíduos, tendem a ocorrer novamente no futuro, Sousa (2020, p.15), assim como infere Odom (2010) apontando tal estratégia como sendo central para o processo de modelagem em que consiste no uso de reforço positivo para recompensar as aproximações sucessivas que levam ao comportamento desejado, ratificando

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

que o reforço positivo é fundamental para manter e aumentar a frequência de comportamentos que desejamos.

Ao utilizar ABA em ferramentas de marketing digital voltadas para crianças e adolescentes neurodivergentes, é possível criar um ambiente de aprendizado positivo, adaptativo e seguro, que respeita as necessidades de forma única de cada indivíduo e estimula o desenvolvimento. Essas abordagens combinadas podem contribuir de forma significativa para o desenvolvimento de habilidades sociais, cognitivas e emocionais, promovendo a autonomia e o crescimento integral da criança e adolescente neuroatípico.

Mediante ao uso de aplicativos e plataformas digitais que incentivem comportamentos construtivos e progressivos que promovam habilidades sociais, juntamente aos princípios da ABA, como o reforço positivo, há possibilidade de expandir o ambiente inclusivo e de aprendizagem para com o indivíduo neuroatípico tornando assim sua vivência mais reforçadora viabilizando maior resultado, dessa forma, como postula Rosa, Matsukura e Squassoni (2019), fomentando que os meios digitais e aplicativos são ferramentas importantes dentro do processo de inclusão, visto que podem ser usados como uma forma de reforçar os comportamentos desejáveis, assim como verificar o progresso dos alunos, bem como pode ser utilizado como uma forma de comunicação entre a família e a escola.

Dessa forma, a adaptação escolar e o uso das tecnologias, como pontuado por Fernandes (2013), em que considera tal uso como ferramentas fundamentais para fomentar as estratégias da ABA no ambiente escolar e no processo de inclusão, tornando os ambientes escolares mais capacitados e inclusivos para apoiar e promover o desenvolvimento dos indivíduos.

### **Tecnologias digitais e ABA: desenvolvendo habilidades em crianças e adolescentes neurodivergentes**

Um das tecnologias atuais em que tem se mostrado bastante eficaz é o tablet, atualmente, seu uso está com maior frequência com crianças e adolescentes autistas, com aplicativos para comunicação de alta tecnologia, bem como jogos e aplicativos que promovem para além da comunicação, uma forma do indivíduo se expressar, além de estimular a concentração com jogos qualificados em que também possuem características de chamar a atenção dos indivíduos devido a animações e cores, dessa forma sendo reforçador para as pessoas que o utilizam (ORRÚ, 2016).

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

Compreende-se que as tecnologias que são consideradas de apoio são os dispositivos utilizados para facilitar e melhorar a funcionalidade, aumentando a capacidade do aluno, dessa forma, segundo o DL 3/2008, no artigo 22º é explicitado o conceito de tecnologia de apoio- TA:

Entende-se por tecnologias de apoio os dispositivos facilitadores que se destinam a melhorar a funcionalidade e a reduzir a incapacidade do aluno, tendo como impacto permitir o desempenho de atividades e a participação nos domínios da aprendizagem e da vida profissional e social. (artigo 22º do DL 3/2008).

É importante entender conforme LEBLANC (2015) pontua, que as tecnologias apenas terão o efeito positivo, ao ser utilizadas de forma correta e adequada ao indivíduo, e para isso a autora postula:

Se as necessidades clínicas coincidem com as vantagens que a tecnologia pode oferecer e se temos o conhecimento necessário, tanto da tecnologia em si como da tecnologia do tratamento comportamental. Se a resposta a todas essas perguntas é sim, definitivamente devemos usar a tecnologia (LEBLANC, 2015).

Nesse sentido, podemos entender que tais ferramentas tecnológicas, são importantes para o processo educacional, visto que há um acesso rápido à informação, bem como de forma flexível, logo, tornando a tecnologia um recurso eficaz para as necessidades específicas das pessoas com transtornos do neurodesenvolvimento (FERNANDES, 2014).

Como nos traz Campbell (2009) em que ratifica que quanto mais significativo for a forma que a criança aprende, aumentará a probabilidade de promover seu desenvolvimento, bem como a medida que esses recursos são colocados como estratégias de ensino, as crianças se envolvem de forma mais assertiva, visto que, essas ferramentas contribuem para que os ensinamentos sejam apresentados de forma mais lúdica, facilitando dessa forma o desenvolvimento de crianças e adolescentes autistas e com outros transtornos do neurodesenvolvimento (ALLAN, 2015, pág. 130).

Segundo Fernandes (2013, p.278), uma das principais contribuições da ABA é o desenvolvimento de habilidades sociais, por meio de técnicas específicas, como a modelagem e o ensino incidental, assim como jogos estruturados que simulam situações sociais, podendo ajudar indivíduos com transtorno a aprender e a praticar comportamentos sociais apropriados. E para além, conforme pontua Odom (2010) elucidando o processo de modelagem para alcançar os comportamentos desejados, contudo, o uso dessas técnicas possibilitam alcançar diversos conhecimentos e não apenas os sociais visto que

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

essas técnicas são projetadas para aumentar não apenas a frequência de comportamentos sociais desejáveis, mas também para melhorar a qualidade dessas interações, assim como a comunicação.

Vale ressaltar a importância do recurso de mídia digital, a Comunicação Aumentativa e alternativa (CAA), em que utiliza-se dos princípios da ABA durante sua implementação e treinamento de habilidades conversacionais, bem como técnicas de ensino estruturado, são importantes tanto para a expressão quanto a compreensão comunicativa, Rosa, Matsukura e Squassoni (2019).

Logo, deve-se usar a CAA juntamente com as estratégias da ABA, dessa forma, conforme elucida Rosa, Matsukura e Squassoni (2019), ratificando que o ambiente deve ser propício a reconhecer e reforçar de forma positiva os avanços, ainda que ocorra em menor magnitude, contudo, é imprescindível que haja o reforço após o que desejamos implementar.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A pesquisa relata como marketing digital e a Análise do Comportamento Aplicada (ABA) podem se interligar para promover a inclusão e o desenvolvimento de crianças e adolescentes neurodivergentes, conforme descrito por Rosa, Matsukura e Squassoni (2019), utilizando tecnologias digitais para atingir diversos objetivos, incluindo a conscientização e a conversão (CHAFFEY, 2016).

Quando aplicado à educação inclusiva, é possível criar ambientes de aprendizados mais inclusivos e adaptativos, não favorecendo apenas o desenvolvimento de habilidades sociais mas também de habilidades cognitivas, em que o uso de aplicativos e recursos tecnológicos podem ser utilizados para facilitar a educação e o aprendizado de maneira mais eficiente e eficaz (ORRÚ, 2016).

Apesar das possibilidades oferecidas por meio das tecnologias digitais, ainda existem desafios referentes à confiabilidade das informações, o que pode ser visto como um desafio na compreensão e aceitação perante a neurodiversidade. Dados de IBOPE (2018) indicam uma queda na confiança nas mídias, no entanto, quando bem aproveitadas, as tecnologias digitais não apenas promovem o aprendizado, mas também podem atuar como ferramentas de inclusão e comunicação, fornecendo o suporte às crianças e adolescentes neuroatípicas (FERNANDES, 2013).

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

A intersecção entre ABA e Marketing Digital representa uma abordagem promissora para melhorar a inclusão educacional de indivíduos neurodivergentes. A utilização consciente e estratégica das tecnologias digitais, aliada a práticas baseadas na análise do comportamento, pode levar a avanços significativos no desenvolvimento social, emocional e acadêmico dessas crianças (ROSA, MATSUKURA e SQUASSONI, 2019). Essa integração oferece um caminho para criar um ambiente mais inclusivo e respeitoso, atendendo às necessidades específicas de cada indivíduo e contribuindo para uma sociedade mais equitativa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Mediante ao exposto, para elucidar as considerações finais deste trabalho, resgatou-se o problema de pesquisa que se deteve a entender o porquê em uma sociedade hodierna, diante de tanta informação ainda existem dificuldades no processo de inclusão de pessoas neuroatípicas e chegamos a conclusão que há uma significativa influência na falta de confiabilidade nas mídias digitais, resulta em dificuldade às informações pertinente aos indivíduos neurodiversos.

Logo, foi esclarecido que mesmo em uma sociedade tecnológica, a ausência de confiança resulta na falta de interesse nas informações disponíveis, consequentemente, gerando dificuldade em compreender e aceitar a neurodiversidade em uma sociedade tecnológica, bem como o mal uso das tecnologia digitais e estratégias do marketing digital corroboram para esse cenário.

Contudo, foi possível verificar que estratégias de Marketing Digital e da ABA possibilitam um ambiente mais inclusivo e propício ao desenvolvimento de crianças e adolescentes neuroatípicas. Diante disso, entendemos que como perspectivas futuras este trabalho deve quantificar mais dados, com a finalidade de promover uma maior discussão, bem como acrescer os estudos frente a pesquisa evidenciada aqui.

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

## REFERÊNCIAS

\_\_Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition (DSM-V). Arlington, VA: American Psychiatric Association, 2013.).

\_Lei federal nº 13.146/2015 (Estatuto da Pessoa com deficiência).

ALLAN, L. Escola.com: como as novas tecnologias estão mudando a educação na prática. Barueri: Figurati, 2015

CAMARGO, S. P. H.; RISPOLI, M. Análise do comportamento aplicada como intervenção para o autismo: definição, características e pressupostos filosóficos. Revista Educação Especial, v. 26, n. 47, p. 639-650, 2013. doi: 10.5902/1984686X9694

CAMPBELL, Fiona Kumari. Contours of ableism: the production of disability and abledness. London: Palgrave Macmillan, 2009

CASTRO, P. A.; SOUSA ALVES, C. O.. Formação Docente e Práticas Pedagógicas Inclusivas. E-Mosaicos, V. 7, P. 3-25, 2019.

Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F., Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice, 6ª edição, P. 49, 2016.

FARIAS, E. B.; CUNHA, M. X. C. ; SOUZA, J. W. S. ABC Autismo? Um a Aplicação Mobile para Auxiliar no Processo Alfabetizador de Crianças com Autismo. In: IV Congresso Brasileiro de Informática na Educação, 2015, Maceió. Anais dos Workshops do IV Congresso Brasileiro de Informática na Educação (CBIE 2015), 2015.

FERNANDES, F. D. M. Análise de Comportamento Aplicada e Distúrbios do Espectro do Autismo: revisão de literatura. CoDAS, v. 25, n. 3, p. 274-279, 2013. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/codas/a/vgGhzWvhgWXJXp5PrvBK9Nr/#> Acesso em: [data de acesso].

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;

FERNANDES, F. G.; OLIVEIRA, L. C. de; RODRIGUES, Mylene Lemos; VITA, Stéfano Schwenck Borges Vale. (2014).

IBOPE. Confiança do brasileiro nas instituições é a mais baixa desde 2009. 9 ago. 2018. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/confianca-doECCCOM>, v. 11, n. 21, jan./jun. 2020 161 brasileiro-nas-instituicoes-e-a-mais-baixa-desde-2009/>. Acesso em: 12 dez. 2018

Leblanc, J.-M. (2015). Proposition de protocole pour l'analyse des données textuelles: pour une démarche expérimentale en lexicométrie. *Nouvelles perspectives en sciences sociales (NPSS)*, 11(1), 25-63. Doi:10.7202/1035932ar.

NEWMAN, Nic et al. Digital News Report. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

ORRÙ, Sílvia Ester. *Aprendizes com autismo: aprendizagem por eixo de interesses em espaços não excludentes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

PERNAMBUCO, Ministério Público de educação inclusiva: marcos legais e perspectivas de ações para implementação. SANTOS, Daniella cordeiro Cruz Silva. Et al. Recife: Procuradoria geral de justiça, 2019.

ROSA, F. D.; MATSUKURA, T. S.; SQUASSONI, C. E. Escolarização de pessoas com Transtornos do Espectro Autista (TEA) em idade adulta: relatos e perspectivas de pais e cuidadores de adultos com TEA. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, v. 27, n. 2, p. 302-316, 2019. Doi: 10.4322/2526-8910.ctoao1845.

SILVA, Francisca da Silva. ALMEIDA, Amélia Leite de. Atendimento educacional especializado para alunos com autismo: desafios e possibilidades. *Intl. J. of Knowl. Eng., Florianópolis*, v. 1, n. 1, p. 62 – 88, 2012.

Skinner, B. F. (1965). *Science and human behavior*. New York/London: Free Press/Collier MacMillan. (Publicado originalmente em 1953)

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, tamiresratis4@hotmail.com;

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, lucasfranca1604@hotmail.com;



SOUSA, D. L. D.; SILVA, A. L. D.; RAMOS, C. M. D. O.; MELO C. D. F. Análise do comportamento aplicada: a percepção de pais e profissionais acerca do tratamento em crianças com espectro autista. Contextos Clínicos, v. 13, n. 1, 2020. 15. Recuperado de <https://doi.org/10.4013/ctc.2020.131.06> Acesso em: 03 de maio de 2024.

<sup>1</sup> Doutoranda do Curso de Psicologia Clínica da Universidade de Buenos Aires - UBA, [tamiresratis4@hotmail.com](mailto:tamiresratis4@hotmail.com);

<sup>2</sup> Graduando pelo Curso de Marketing Digital do Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP, [lucasfranca1604@hotmail.com](mailto:lucasfranca1604@hotmail.com);