

FLUXO CONTÍNUO – ARTIGO

Com quem Dialoga o Produto Educacional? Uma discussão inicial sobre Público-Alvo e Mediador

Who Does the Educational Product Dialogue With?
An Initial Discussion on Target Audience and Mediator
¿Con quién dialoga el Producto Educativo?
Una discusión inicial sobre el Público Objetivo y el Mediador

Andréa Pereira Mendonça ¹, France Sarmanho Fraiha ² e Rosa Oliveira Marins Azevedo ³

Resumo

Este artigo, de cunho teórico, apresenta uma discussão sobre a distinção entre público-alvo e mediador e suas implicações na concepção e no desenvolvimento de produtos educacionais no contexto de Programas de Pós-Graduação Profissionais da Área de Ensino. A distinção de ambos (público-alvo e mediador) não tem sido problematizada na área e ampliar esse debate contribui para melhor orientar os pós-graduandos desses programas, assim como projetar ações para construção de produtos educacionais mais adequados ao contexto ao qual se destinam, potencializando, consequentemente, sua inserção social. Metodologicamente, o artigo parte da conceitualização de público-alvo e mediação, tomando como referência a literatura relacionada e como resultado apresenta um conjunto de reflexões sobre as implicações dessa distinção na concepção e no desenvolvimento das camadas conceitual, didático-pedagógica, comunicacional, estética e funcional de produtos educacionais, evidenciando sua complexidade e apontando aspectos para o seu aprimoramento.

Palavras-chave: Produto Educacional; Área de Ensino; Público-alvo; Mediador.

Abstract

This theoretical article discusses the distinction between the target audience and the mediator, as well as its impact on the conception and development of Educational Products within the context of Professional Postgraduate Programs in the Educational Area. The distinction between these two subjects (target audience and mediator) has not been problematized in the field, and expanding this debate may contribute both to improving the guidance provided to postgraduate students in these programs and to supporting the design of Educational Products that are more aligned with the contexts for which they are intended, thereby favoring their social insertion. Methodologically, the article is grounded in the conceptualization of target audience and mediation, drawing on related literature. As a result, it presents a set of reflections on the impact of this distinction on the conception and development of the conceptual, didactic-pedagogical, communicational, and aesthetic-functional layers of Educational Products, highlighting their complexity and pointing to aspects that may contribute to their improvement.

Keywords: Educational Product; Education Area; Target Audience; Mediator.

Resumen

Este artículo, de carácter teórico, presenta una discusión sobre la distinción entre el público objetivo y el mediador, así como sus implicaciones en la concepción y el desarrollo de productos educativos en el contexto de los Programas de Posgrado Profesionales del Área de Enseñanza. La distinción entre ambos (público objetivo y mediador) no ha sido problematizada en el área, y ampliar este debate contribuye a orientar mejor a los estudiantes de posgrado de estos programas, así como a proyectar acciones para la construcción de productos educativos más adecuados al contexto al que están destinados, potenciando, en consecuencia, su inserción social. Metodológicamente, el artículo parte de la conceptualización del público objetivo y la mediación, tomando como referencia la literatura relacionada y, como resultado, presenta un conjunto de reflexiones sobre las implicaciones de esta distinción en la concepción y el desarrollo de las dimensiones conceptual, didáctico-pedagógica, comunicacional, estética y funcional de los productos educativos, poniendo de manifiesto su complejidad y señalando aspectos para su perfeccionamiento.

Palabras clave: Producto Educativo; Área de Enseñanza; Público Objetivo; Mediador.

¹Instituto Federal do Amazonas (IFAM) , Manaus, Amazonas, Brasil . E-mail: andrea.mendonca@ifam.edu.br

²Universidade Federal do Pará (UFPA) , Belém, Pará, Brasil . E-mail: francefraiha@ufpa.br

³Instituto Federal do Amazonas (IFAM) , Manaus, Amazonas, Brasil . E-mail: rosa.azevedo@ifam.edu.br

1. INTRODUÇÃO

No contexto dos Programas de Pós-Graduação (PPG) Profissionais da Área de Ensino, alguns tipos de Produtos Educacionais (PE) dependem da atuação de um mediador (professor, formador etc.) para alcançar o público-alvo a que se destinam. Por exemplo, produtos que têm como público-alvo estudantes dependem da atuação do professor para a utilização do PE nas escolas. Similarmente, em cursos de formação de professores, a presença de um mediador (formador) frequentemente se faz necessária em tal uso, seja para alcançar os estudantes de licenciatura, os quais estão em formação inicial, seja na formação continuada, no caso de professores em pleno exercício da profissão.

Em geral, a existência de ambos (público-alvo e mediador) no âmbito de um PE não é adequadamente problematizada quanto à sua natureza, distinção e suas implicações na concepção e desenvolvimento das camadas que o constituem: conceitual, didático-pedagógica, comunicacional, estética e funcional (Mendonça *et al.*, 2022). As implicações se manifestam, por exemplo, na seleção dos conceitos, na escolha da linguagem, nas estratégias de comunicação, na organização do percurso de ensino ou de formação e na identidade visual do produto.

Tal cenário justifica a necessidade de discutir a distinção entre público-alvo e mediador e suas implicações em Produtos Educacionais. Nesse sentido, este artigo tem por objetivos: i) problematizar a distinção entre público-alvo e mediador; e, ii) compreender as implicações dessa distinção para a elaboração de PE no contexto de Programas Profissionais da Área de Ensino. Para tanto, o texto que segue está organizado em três seções, sendo as duas primeiras sobre os objetivos que nos propomos, seguida das considerações finais.

2. DISTINÇÃO ENTRE PÚBLICO-ALVO E MEDIADOR EM PRODUTOS EDUCACIONAIS

Público-alvo é um termo comumente adotado pelas áreas de *marketing* e negócios, podendo ser entendido como “grupo específico de pessoas para o qual algo é direcionado” (Unruh, 2022, p.16). Embora a adoção deste termo demonstre o esforço de cada área em atender demandas de determinados grupos, é importante observar que o termo público-alvo também carrega críticas, uma vez que socialmente “privilegia um aspecto da identidade humana, negando a multiplicidade de identidade e relacionamentos” (Unruh, 2022, p.16). Além disso, o termo sugere “alguém” como sendo destinatário, receptor e passivo. Aspectos que contribuem para que a adoção do termo sofra críticas na Área de Ensino (Paiva; Vargas, 2017).

Mesmo compreendendo que o termo público-alvo tem suas limitações por carregar uma lógica de mercado, sugerir passividade e conflitar com concepções dialógicas do contexto educativo, sua adoção é compreensível ao grande público por se tratar de uma expressão amplamente difundida. No caso de PE derivados de pesquisas na Área de Ensino (Área 46 – CAPES), o termo público-alvo precisa ser problematizado buscando considerar os significados contidos nos documentos oficiais da área que nominam esse termo, bem como as experiências, conhecimentos prévios, contextos socioculturais e seu papel ativo para aqueles a quem se destina o produto educacional, considerando que esses destinatários são

[...] indivíduos [que] farão suas leituras e análises de forma individual ou em grupo e poderão tomar suas decisões baseadas em diversos outros fatores e não apenas na informação recebida pelo material educativo (Paiva; Vargas, 2017, p. 90).

A compreensão apresentada pelas autoras contribui para superar perspectivas reducionistas que concebem o sujeito (no caso, público-alvo) como mero receptor passivo do material educativo, bem como contribui para a identificação desse público-alvo, quando da elaboração de PE. Se fizermos uma busca mais ampla em documentos oficiais da Capes – órgão vinculado ao MEC responsável pela promoção da formação altamente qualificada de recursos humanos por meio do apoio e da avaliação de programas de pós-graduação brasileira – observaremos que tal termo não é problematizado conceitualmente, mas sim instituído nos documentos em sua definição

dicionarizada, qual seja: “grupo de pessoas a que se dirige determinado produto, serviço ou mensagem” (Priberam, 2026, verbete “Público-alvo”).

De modo mais específico, encontraremos nos documentos da Área 46 da Capes (Ensino) a definição em igual conformidade aos textos mais amplos. Esta proposição fica evidente ao navegar pelos documentos da Área de Ensino¹: documento de área, ficha de avaliação, APCN, relatório da avaliação, dentre outros. Portanto, assumimos o termo conforme vigência documental, não sendo foco neste artigo sua problematização conceitual, e sim sua distinção em relação ao termo “mediador”.

Em muitos contextos educativos, a interação com o produto demanda processos de orientação, contextualização e problematização que requerem a atuação de um mediador. Assim, a efetividade pedagógica do produto não reside exclusivamente em suas características materiais ou informacionais, mas também nas relações pedagógicas estabelecidas em seu uso. Nesse sentido, a ação de um mediador ganha relevância nessa discussão, por entendermos que tal ação não é apenas uma intermediação entre sujeito e conhecimento. Trata-se também de uma ação intencional que deve propiciar a problematização da realidade e a apropriação crítica dos conhecimentos por meio do uso do PE.

De acordo com Zehr (2023, p. 9), a mediação ocorre quando o professor (mediador) auxilia o aluno não apenas a compreender o conteúdo em si, mas a desenvolver novos modos de pensar. Essa perspectiva converge com a ressignificação do público-alvo aqui proposta, qual seja: deslocar-se do entendimento de destinatário passivo e acrítico para um sentido de sujeito cujo processo de apropriação do conhecimento é potencializado pela intervenção intencional de um mediador. Para Kopciowski (2023), essa atuação do mediador é o que permite ao sujeito tornar-se consciente de seus próprios processos de aprendizagem.

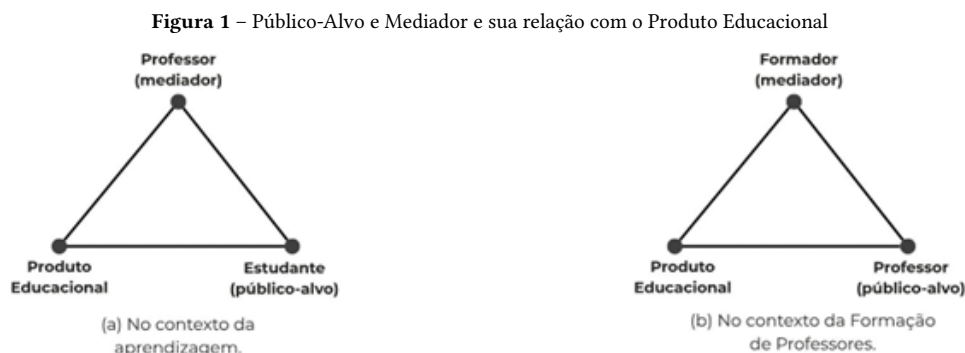
Portanto, ao projetar um produto educacional, no aspecto aqui tratado, devemos considerar que sua aplicabilidade está intrinsecamente ligada ao que Minuto e Ravizza (2023) definem como a capacidade do mediador de ajustar o produto para ativar a resposta do público-alvo². O PE cumpre, assim, sua função social ao servir de suporte para uma interação pedagógica que visa, em última instância, à autonomia e ao desenvolvimento das capacidades pensantes do sujeito aprendente.

No âmbito de PPG Profissionais da Área de Ensino, muitos produtos educacionais elaborados como resultado de pesquisas (Mendonça; Azevedo, 2026) requerem a atuação de um mediador para sua aplicação, seja no contexto da educação básica ou formação inicial de professores ou da formação continuada de professores em exercício. Contudo, a presença do mediador nem sempre é clara e explícita.

Para elucidar tal contexto no âmbito da elaboração de PE em PPG Profissionais da Área de Ensino, usaremos o triângulo didático (Seghroucheni; Achhab; Mohajir, 2014), um modelo utilizado para analisar as relações de ensino e aprendizagem e que é representado por um triângulo, cujos vértices são formados por estudante, professor e conteúdo. Para o propósito deste artigo, adaptamos o triângulo didático, substituindo o conteúdo pelo produto educacional, conforme ilustrado na Figura 1(a). Outros autores (Prediger; Roesken-Winter; Leuders, 2019) propuseram deslocar o triângulo didático do nível da sala de aula para o nível do desenvolvimento profissional de professores e, inspirados neles, compomos a Figura 1(b).

¹ Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/avaliacao/sobre-a-avaliacao/areas-avaliacao/sobre-as-areas-de-avaliacao/colégio-de-ciencias-exatas-tecnologicas-e-multidisciplinar/multidisciplinar/ensino>. Acesso em: 5 jun. 2026.

² Em PE voltados à autoformação, por exemplo, é possível que ocorra uma convergência entre as figuras do público-alvo e do mediador. Nesse contexto, o PE é projetado para que aquele que interage com o PE assuma o papel de sujeito da mediação sobre sua própria aprendizagem.



Fonte: Adaptado do Triângulo Didático (Prediger; Roesken-Winter; Leuders, 2019).

Para exemplificar a distinção do público-alvo e do mediador, imaginemos, no caso da Figura 1(a), um produto educacional destinado a alunos do 3º ano do ensino médio (público-alvo) que necessita da atuação de um professor de Matemática (mediador) que, sem abdicar de sua autonomia pedagógica, é o responsável por interpretar e conduzir o uso do PE em sala de aula, inclusive, realizando adaptações quando necessário. Similarmente, na Figura 1b, vamos considerar que o PE tenha sido concebido para auxiliar na formação continuada de professores que ensinam Ciências no 5º ano do ensino fundamental (público-alvo) e requer que um formador atue como mediador da prática formativa sugerida no PE, promovendo a reflexão crítica sobre: i) a própria prática de ensino de determinado conteúdo; e, ii) a contextualização pedagógica, de modo a inaugurar outras formas didáticas com seus alunos, podendo, quando necessário, realizar adaptações no produto em diálogo com as necessidades do grupo de professores em formação.

Nos termos acima, o público-alvo pode ser entendido como aquele que vivencia o processo de aprendizagem ou de formação, e o mediador é o responsável por conduzir o processo de ensino ou de formação com o uso do produto educacional. Um aspecto que merece atenção diz respeito à tendência de generalização indevida do público-alvo para o qual o PE se destina, observada em alguns produtos. Em determinados casos, produtos desenvolvidos e avaliados com um público-alvo específico, por exemplo, estudantes do 9º ano do ensino fundamental são, em sua versão final, apresentados como adequados também a outros estudantes, como aqueles do 6º ao 8º ano, sem que haja evidências empíricas ou explicitação de adaptações que sustentem tal ampliação.

Essa ampliação pode ser inapropriada tanto do ponto de vista metodológico, quanto do ponto de vista conceitual. Da perspectiva metodológica, essa prática pode comprometer os resultados obtidos na avaliação/validação do PE, ao extrapolar conclusões para contextos não investigados. Do ponto de vista conceitual, isso tende a contrariar o fato de que públicos-alvo distintos: i) possuem níveis de desenvolvimento cognitivo diferentes; ii) demandam práticas pedagógicas específicas; iii) devem apresentar pré-requisitos para o objetivo de aprendizagem que está anunciado no produto, entre outros.

Em nossa perspectiva, é necessário maior rigor na delimitação do público-alvo e na explicitação das condições sob as quais o produto pode ser adaptado ou recontextualizado. Por essa razão, consideramos a necessidade de ter clareza sobre a distinção entre o público-alvo e o mediador, posto que, ao entender que há a necessidade de um mediador para o uso do produto, há que se ter atenção à organização adequada do material e à boa qualidade comunicacional ao dirigir-se ao mediador que conduzirá a sua utilização.

Os exemplos mencionados nesse artigo são típicos em Programas de Pós-Graduação Profissionais que possuem linhas de pesquisa relacionadas a “Ensino e Aprendizagem” e “Formação de professores”, respectivamente. Cabe destacar, porém, que PPG Profissionais da Área de Ensino comportam uma diversidade de linhas de pesquisa, em que nem sempre o público-alvo é um aluno ou um professor. Há casos em que o público-alvo são médicos residentes e o mediador é um preceptor de médicos. Em outros casos, o público-alvo são guias de museu ou

educadores museais e o mediador é um museólogo. Mesmo diante da diversidade, a clareza sobre essa distinção é fundamental, pois implica diretamente na elaboração do PE, conforme será tratado a seguir.

3. IMPLICAÇÕES DA DISTINÇÃO ENTRE PÚBLICO-ALVO E MEDIADOR PARA A ELABORAÇÃO DE PRODUTO EDUCACIONAL

No âmbito desse artigo, trataremos sobre as implicações da distinção entre público-alvo e mediador para a elaboração de produto educacional, assumindo que um PE é constituído por quatro camadas: conceitual; didático-pedagógico, comunicacional; e, estética e funcional ou estético-funcional (Mendonça *et al.*, 2022).

Em síntese, a camada conceitual explicita o repertório de conhecimento (conceitual e técnico-tecnológico) mobilizado no produto, oferecendo inclusive indicações de estudo para facilitar a sua replicação. A camada didático-pedagógica “proporciona orientação sobre o itinerário formativo ou sobre o percurso de ensino-aprendizagem que deve ser seguido a fim de alcançar o propósito para o qual o produto foi construído” (Mendonça *et al.*, 2022, p. 10). Esta camada organiza as informações e recursos para que os objetivos de aprendizagem ou de formação sejam alcançados.

A camada comunicacional, por sua vez, mobiliza linguagens diversas (textual, hipertextual e visual), como figuras e infográficos, com vistas a tornar o PE compreensível para o leitor, que é diferente do leitor da dissertação e/ou tese que o originou. Por fim, a camada estética e funcional (ou estético-funcional) diz respeito às decisões que impactam na identidade visual do produto, na sua materialização e nas condições de uso.

Como forma de auxiliar na análise das diferentes camadas que constituem o PE, Farias e Mendonça (2025a) propõem um instrumento analítico que auxilia na identificação dos elementos característicos de cada uma delas. Esse instrumento tem por objetivo auxiliar pós-graduandos tanto na análise de PE relacionados às suas pesquisas, quanto na identificação dos aspectos que precisam ser considerados na elaboração de seus próprios produtos. Embora essas camadas sejam explicadas de forma separada, sua elaboração não é estanque ou fechada em si mesma; uma camada implica ou depende de outra para que o PE seja construído, compreendido, aplicado e adaptado.

Também assumimos, neste artigo, que o PE deve ser construído progressivamente ao longo da pesquisa, em versões cada vez mais aprimoradas (Mendonça; Azevedo, 2026; Faria; Mendonça, 2025b). Partindo dessas premissas, destacamos a seguir como a distinção entre público-alvo e mediador apresenta implicações no processo de elaboração de produto educacional, considerando suas camadas.

3.1 Implicações na camada conceitual

Inicialmente, é importante notar que a camada conceitual deve ser pensada pelo pós-graduando não como um simples espaço de fundamentação teórica que explica os conceitos e as abordagens adotados no produto, mas como uma camada estruturante que possibilita ao mediador entender e se apropriar do PE. A partir da camada conceitual, o mediador compreende o porquê das escolhas didáticas feitas no produto bem como dos princípios por trás da ação (camada didático-pedagógica). Essas compreensões ajudam o mediador a aplicar o produto e até mesmo tomar decisões pedagógicas ou formativas para sua adaptação, preservando o objetivo pedagógico, quando o contexto não corresponder exatamente ao que foi previsto no produto educacional. Podemos também pensar nessa camada como uma espécie de “bússola” para o mediador, que lhe aponta o “norte”, familiarizando-o com os aspectos conceituais e técnicos que lhe permite compreender o PE e seu propósito.

Portanto, a elaboração desta camada requer um equilíbrio entre rigor conceitual e comunicação acessível, devendo-se evitar o uso de uma escrita notadamente acadêmica, que é marcada por muitas citações, que dialogam muito mais com a comunidade de pesquisa do que com a comunidade de professores e formadores, na qual o

mediador faz parte. Em outra trajetória, a comunicação pode ser dialogada, clara e fluída, apontando algumas leituras ou visualizações de vídeos, simulações ou animações de forma hipertextual, com vistas à dinamicidade e qualidade na apropriação conceitual daquilo que está sendo proposto. Também é importante ter cuidado para não construir um texto que recorre a simplificações capazes de fragilizar a precisão conceitual ou que não oferecem o suporte necessário para a compreensão do itinerário de ensino ou de formação, que constitui a camada didático-pedagógica.

Assim, estão implicadas diretamente nessa camada, a seleção, organização e definição do nível de aprofundamento dos conceitos que devem ser apresentados no produto, a fim de favorecer a compreensão, apropriação e a ação do mediador. Além disso, a linguagem adotada, os diferentes formatos de apresentação dos conteúdos (texto, infográfico, vídeos etc.) e as formas de acesso, mais diretamente ligadas às camadas comunicacional e estética e funcional, devem contribuir para a compreensão do PE e para que o mediador entenda a lógica da intervenção e os objetivos pedagógicos ou de formação a serem alcançados pelo público-alvo, contribuindo também na camada didático-pedagógica.

3.2 Implicações na camada didático-pedagógica

Frequentemente, na camada didático-pedagógica, o pós-graduando precisa disponibilizar informações e/ou recursos tanto destinados ao público-alvo, quanto ao mediador. Para exemplificar esse contexto vamos utilizar o PE de Barroso e Souza (2019) destinado à formação continuada de professores que atuam na Educação Profissional Técnica de Nível Médio. A camada didático-pedagógica desse produto disponibiliza ao formador de professores, portanto ao mediador, um plano de formação, assim como um conjunto de orientações para conduzir cada momento da formação, mediar as discussões e orientar as atividades de produção pelo público-alvo, que são professores que atuam na Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Para o público-alvo foi destinado um conjunto de referências para leitura e uma websérie autoral, constituída por 7 (sete) episódios, especialmente criada para provocar discussões e reflexões formativas entre/no público-alvo.

No produto de Holanda e Mendonça (2023), que foca no desenvolvimento da habilidade dos estudantes do 7º ano do ensino fundamental para interpretar Mapas Temáticos do Brasil, a camada didático-pedagógica é constituída por um plano de ensino, organizado em módulos, assim como por um conjunto de orientações que auxiliam o mediador (professor de Geografia) sobre como conduzir o ensino, avaliação e como provê *feedback* aos estudantes do 7º ano (público-alvo). Especificamente para o público-alvo, foi disponibilizado um conjunto de Roteiros de Aprendizagem que orientam os estudantes para o alcance dos objetivos de aprendizagem e para a apreensão dos objetos de conhecimento relacionados à interpretação de mapas temáticos.

Nos exemplos mencionados, a camada didático-pedagógica passa, frequentemente, a ter dois focos: i) auxiliar na aprendizagem ou formação do público-alvo; e, ii) orientar a ação do mediador para que a aprendizagem ou formação aconteça, trazendo diferentes implicações para a elaboração do PE. Primeiramente, implica a elaboração de materiais distintos para o público-alvo e para o mediador, o que exige a adoção de formas diferenciadas de linguagem, orientação e apresentação, em virtude das distintas finalidades de aprendizagem ou de formação e dos níveis de aprofundamento requeridos pelo público-alvo e pelo mediador. Essa diferenciação requer articulação direta com a camada comunicacional.

Outro aspecto com implicações para a camada didático-pedagógica diz respeito à escolha e organização dos recursos e materiais previstos no produto educacional para o público-alvo e para o mediador. Essas escolhas devem considerar as condições de infraestrutura, cultura escolar, entre outros, a fim de evitar a dependência de recursos muito específicos, ampliar as possibilidades de uso e de adaptação do produto.

Para o mediador, isso implica que o produto deve dispor de materiais e orientações que o ajude a conduzir o ensino ou a formação, compreendendo o que é essencial para a sua ação e o que pode ser adaptado e como.

Neste ponto, é importante considerar que o mediador não é um executor do produto educacional, ele o interpreta e o recontextualiza a fim de utilizá-lo em um contexto diferente daquele que o pós-graduando teve quando o elaborou ou o avaliou. Por isso, dizemos que o produto educacional deve ser entendido como ponto de partida, inspiração didática, para que o mediador possa, com suas melhores escolhas, desenvolver com êxito as práticas educacionais sugeridas.

Para o público-alvo, implica possibilitar o acesso a recursos que favoreçam a apreensão e a construção de conhecimentos, desenvolvimento de habilidades ou a vivência de práticas educativas, seja de aprendizagem ou formação docente, que estejam alinhadas aos objetivos propostos e coerentes com a camada conceitual. Neste sentido, é incongruente, por exemplo, dizer que o produto voltado para a aprendizagem dos alunos está fundamentado em uma dada metodologia ativa e, ao mesmo tempo, apresentar um percurso didático-pedagógico prescritivo e centrado no professor (mediador). Igualmente, é incoerente afirmar que o produto se fundamenta nas abordagens participativas e dialógicas defendidas por Paulo Freire, quando o percurso de formação se organiza a partir da exposição de conteúdos e se esvazia do ponto de vista da problematização e do pensamento crítico-reflexivo, ou ainda, quando está centrado somente no mediador da prática formativa e não dialoga com o professor em formação.

3.3 Implicações na camada comunicacional

De natureza transversal, a camada comunicacional tem um papel importante na redução da carga cognitiva (Souza, 2010; Falcade; Abegg; Falcade, 2020) e na facilitação da compreensão do produto educacional, sobretudo quando a camada didático-pedagógica contempla tanto o público-alvo quanto o mediador, como nos exemplos apresentados por meio dos produtos de Barroso e Souza (2019) e Holanda e Mendonça (2023). Nesses casos, é necessário conceber um duplo projeto comunicacional no mesmo produto, o que implica, entre outros aspectos, a adoção de estratégias diferenciadas de linguagem que envolve a escolha adequada de vocabulário, a adoção de marcadores discursivos e o uso de metáforas ou exemplos que “dialoguem” adequadamente com público-alvo e/ou mediador, contribuindo para que o produto seja compreendido.

Para um determinado público-alvo, por exemplo, a adoção de vocabulário mais acessível, com maior uso de exemplos ou ilustrações pode ter mais efeito na compreensão e na aprendizagem. No mesmo produto, para o mediador, uma escrita que explique o sentido da ação e apresente exemplos de adaptações possíveis, articulada a recursos visuais como infográficos, que sintetizem as informações, pode ser mais efetiva para apoiar sua ação com o uso do produto educacional. A literatura relacionada a *Design Instrucional* traz contribuições relevantes para a elaboração do projeto comunicacional em PE, levando em consideração o público-alvo e o mediador (Filatro; Cairo, 2015).

A estruturação e a sinalização de um encadeamento lógico do PE pela adoção, por exemplo, de sumários, títulos, seções e caixas de orientação, são também elementos que contribuem para o projeto comunicacional do produto na medida em que permitem ao mediador e/ou ao público-alvo identificarem onde estão no produto, para onde devem seguir e quais ações realizar.

Um aspecto muito desafiador na elaboração de produtos educacionais diz respeito a torná-lo inclusivo, permitindo que possa ser utilizado por pessoas (público-alvo e mediador) com deficiência, transtornos do neuro-desenvolvimento e/ou outras necessidades educacionais específicas. Nesse contexto, o projeto comunicacional torna-se mais complexo, uma vez que demanda a consideração de requisitos, diretrizes e referenciais especializados. Tais demandas extrapolam a incorporação de recursos como Braille, Libras e audiodescrição, envolvendo também cuidados específicos na organização das informações, na linguagem, na apresentação dos conteúdos e nas formas de interação propostas pelo produto.

3.4 Implicações na camada estética e funcional

Essa camada é também de natureza transversal e assume um papel importante na materialidade do produto, na promoção de sua identidade visual e em ampliar as suas oportunidades de uso, tanto considerando o mediador quanto o público-alvo. Imprimir uma identidade visual no PE por meio do uso estratégico de elementos como paleta de cores, tipografia, ícones, imagens, padrões gráficos, estilos de ilustração, entre outros, ajuda a criar um vínculo com o público-alvo e/ou mediador. Além disso, contribui para que o produto seja percebido como mais confiável, assim como ocorre com outros tipos de produtos disponíveis comercialmente.

Por exemplo, um produto educacional destinado a estudantes do 2º ano do ensino médio, na disciplina de Química, que adota uma paleta de cores visualmente associada ao público infantil e utiliza ilustrações caricatas (com inclusão de imagens de átomos ou números com rostos sorridentes ou associados a personagens) pode produzir uma estética ligada a níveis iniciais de escolarização, como dos anos iniciais do ensino fundamental. Tal escolha pode gerar uma não identificação do público-alvo com o PE e consequente redução do interesse e da própria confiança na qualidade do produto. O mediador, por sua vez, em uma observação mais geral do aspecto estético desse produto pode considerá-lo inadequado ao nível de ensino, não se interessando por adotá-lo.

No projeto da camada estética e funcional (ou estético-funcional), o pós-graduando deve ter cuidado com a materialidade do PE e com as condições concretas de interação com o público-alvo e com o mediador. Para exemplificar, vamos considerar um produto educacional do tipo Produção Técnica Tecnológica - PTT1 - material didático/instrucional, no formato de guia digital, predominantemente textual, que tem como público-alvo estudantes do 7º ano do ensino fundamental e necessita de um professor de Matemática para mediar a adoção do produto em sala de aula, que tem por foco o estudo da Função Afim. Esse produto integra, por meio de links e QR codes, Roteiros de Aprendizagem destinados aos estudantes.

Para o mediador, é importante que esse PE apresente uma organização que favoreça a leitura, a localização de informações e a tomada de decisão pedagógica. Nesse contexto, a adoção de tipografia adequada à leitura em tela (dado que é um material didático/instrucional digital), com tamanho de fonte apropriado, espaçamento entre linhas e organização visual, contribuem para reduzir a fadiga durante a leitura e facilitar a compreensão do produto. A inclusão de sinalizações³, hiperlinks e QR codes permitem ao mediador focar a atenção e acessar facilmente os Roteiros de Aprendizagem destinados aos estudantes. A disponibilização do guia em formato digital, como PDF, com tamanho de arquivo otimizado, facilita o armazenamento, o compartilhamento e o acesso mesmo em dispositivos com menor capacidade de memória e processamento ou em contextos de conectividade limitada, ampliando as oportunidades de uso do PE.

Considerando o mesmo exemplo, para o público-alvo, a camada estético-funcional se materializa nos Roteiros de Aprendizagem (Farias; Mendonça, 2019) e nesse sentido, é importante uma adequada organização visual do material que favoreça a leitura, a compreensão e a realização das atividades. A adoção de blocos textuais curtos, instruções destacadas, contraste entre texto e fundo, tipografias adequadas à leitura em tela, com tamanho de fonte apropriado, espaçamento entre linhas e entre parágrafos contribuem para o conforto visual e para redução da fadiga durante a leitura. A estruturação do percurso no interior do roteiro auxilia os estudantes a reconhecerem onde estão, o que devem realizar e como avançar nas tarefas. Além disso, a disponibilização de versões que possam ser impressas com economia de recursos, com layouts que possibilitem a impressão em preto e branco, considerando contextos em que os estudantes possuem restrições de acesso à impressão colorida, contribui para ampliar as condições efetivas de uso dos Roteiros de Aprendizagem.

Ao considerar a distinção entre público-alvo e mediador e suas implicações na elaboração do PE, evidenciamos a complexidade inerente a esse processo no contexto de Programas de Pós-Graduação Profissionais,

³ Uso de recursos visuais para orientar a atenção como por exemplo: uso de negrito, cores diferenciadas para demonstrar exemplos, inclusão de quadros com símbolos de atenção, entre outros.

especialmente na Área de Ensino. Tal complexidade decorre, entre outros fatores, da necessidade de articular referenciais teóricos distintos daqueles que fundamentam a pesquisa e que, muitas vezes, o pós-graduando tem desconhecimento. Por exemplo, a literatura sobre criatividade, inovação e produtos (Besemer; Treffinger, 1981; Olsen, 2015); *design* e processo de desenvolvimento de produtos (Pazmino, 2015; Cavalcanti; Filatro, 2016; Knapp, 2017), *Design* instrucional (Filatro; Cairo, 2015) e *Design* Universal para Aprendizagem – DUA – (Oliveira; Munster; Gonçalves, 2019).

Soma-se a isso o tempo limitado de realização de cursos de mestrado e doutorado, bem como a multiplicidade de demandas que extrapolam o próprio desenvolvimento do produto, como a produção científica, a avaliação do produto educacional e a escrita da dissertação ou tese. Ademais, observamos a dificuldade de muitos pós-graduandos em lidar com ferramentas específicas de edição, formatação e ilustração de produtos educacionais. Essa limitação pode comprometer a qualidade da materialização das diferentes camadas do PE e, frequentemente, resulta na necessidade de contratação de profissionais da área de design, gerando custos adicionais que recaem sobre o próprio pesquisador.

Portanto, tomando as proposições expressas, compreendemos que fomentar a reflexão sobre o desenvolvimento de produto educacional e as implicações de projetá-lo, distinguindo o público-alvo do mediador, contribuem para a construção de um repertório conceitual mais consistente na Área de Ensino, ao mesmo tempo em que favorece a formação de pesquisadores mais conscientes das especificidades, desafios e exigências envolvidas na elaboração de produtos educacionais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve por objetivo discutir a distinção entre público-alvo e mediador e as implicações desta distinção para a elaboração de produtos educacionais no contexto de Programas de Pós-Graduação Profissionais da Área de Ensino. Como contribuição, apresentamos um conjunto de reflexões sobre as implicações dessa distinção na concepção e no desenvolvimento das camadas conceitual, didático-pedagógica, comunicacional e estética e funcional de produtos educacionais, evidenciando a complexidade de concebê-las de modo a atender, de forma articulada, tanto ao público-alvo quanto ao mediador.

Embora tenha o mérito de problematizar aspectos pouco explorados em produtos educacionais no contexto de PPG Profissionais da Área de Ensino, este artigo traz apenas uma discussão inicial. Há necessidade de refinamento teórico e de investigação de questões que implicam na qualidade de um produto educacional. Isso envolve olhar para contextos específicos de aplicação que divergem das produções majoritárias da área, mas que precisam ser considerados, tais como autoformação, comunidades de prática, dentre outros.

Não obstante, consideramos que essa discussão pode colaborar diretamente para a formação dos pós-graduandos, preparando-os para compreender o constructo/modelo dos PE de terceiros e os seus próprios de forma analítica, com olhar teórico-metodológico aprofundado. Desse modo, compreendemos que pode auxiliá-los na tomada de decisão quanto aos aspectos que tratam das diferentes camadas do produto, respeitando a existência dos múltiplos sujeitos do processo.

Por fim, entendemos ser este ensaio teórico um ponto de partida para um debate necessário, que vem nos inquietando ao longo de mais de uma década de orientação e elaboração de produtos educacionais na Área de Ensino. Intentamos seguir com os estudos com vistas a adentrar em discussões que se desdobram deste ponto em diante. Entre elas, destacamos o desafio de orientar a elaboração de produtos educacionais para pós-graduandos que se inserem em uma determinada linha de pesquisa, sem a experiência profissional na referida linha, bem como a complexidade de mediar esse processo quando pós-graduandos de diferentes áreas estão reunidos em uma

mesma linha de pesquisa. Diante disso, cabe questionar: como orientar, com equidade, a elaboração de produto educacional para cada um desses cenários?

5. DECLARAÇÃO DO USO DE IA GENERATIVA

O ChatGPT (modelo GPT 5.5), em sua versão gratuita, foi utilizada para auxiliar na organização de ideias, revisão linguística, padronização das referências conforme a ABNT e tradução de textos. Para a tradução também foi utilizado o NotebookLM, versão gratuita. Todas as contribuições das ferramentas foram avaliadas pelas autoras que se responsabilizam integralmente pelo conteúdo.

REFERÊNCIAS

- BARROSO, Denise A.; SOUZA, Ana Cláudia R. de. **Saberes didáticos do ensino técnico**: um produto da experiência. 2019. Produto educacional (Mestrado Profissional em Ensino Tecnológico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Campus Manaus Centro, Manaus, 2019.
- BESEMER, Susan P.; TREFFINGER, Donald J. Analysis of creative products: review and synthesis. **The Journal of Creative Behavior**, 1981.
- CAVALCANTI, Carolina C.; FILATRO, Andrea C. **Design Thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo: Saraiva, 2016.
- FALCADE, Andressa; ABEGG, Ilse; FALCADE, Laís. Teoria da carga cognitiva: aproximação de ideias e conceitos. *Revista Inter-Ação*, Goiânia, v. 45, n. 3, p. 795–810, 2020. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/interacao/article/view/64208>. Acesso em: 5 jun. 2026.
- FARIAS, Marcella S. F. de; MENDONÇA, Andréa P. **Roteiros de aprendizagem**: orientações para elaboração de roteiros de aprendizagem. 2019. Produto educacional (Mestrado Profissional em Ensino Tecnológico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Campus Manaus Centro, Manaus, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ifam.edu.br/jspui/handle/4321/337>. Acesso em: 26 abr. 2026.
- FARIAS, Marcella S. F.; MENDONÇA, Andréa P. Um instrumento analítico para apreciação de Produtos Educacionais relacionados à pesquisas em construção. **Educitec - Revista de Estudos e Pesquisas sobre Ensino Tecnológico**, Manaus, Brasil, v. 11, n. jan./dez., p. e256325, 2025a. DOI: 10.31417/educitec.v11.2563. Disponível em: <https://sistemascmc.ifam.edu.br/educitec/index.php/educitec/article/view/2563>. Acesso em: 26 abr. 2026.
- FARIAS, Marcella S. F. de; MENDONÇA, Andréa P. Prototipagem de Produtos Educacionais em PPG Profissionais em Ensino: uma revisão sistemática de literatura. **Revista Brasileira da Educação Profissional e Tecnológica**, [S. l.], v. 3, n. 25, p. e15627, 2025b. DOI: 10.15628/rbept.2025.15627. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/RBEPT/article/view/15627>. Acesso em: 18 maio. 2026. Acesso em: 26 abr. 2026.
- FILATRO, Andrea; CAIRO, Sabrina. **Produção de conteúdos educacionais**. São Paulo: Saraiva, 2015.
- HOLANDA, Marcos F. de; MENDONÇA, Andréa Pereira. **Geogênio**: explorando mapas com genialidade. 2023. 47 p. Produto educacional (Mestrado Profissional em Ensino Tecnológico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Campus Manaus Centro, Manaus, 2023.
- KNAPP, Jake. **Sprint**: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.
- KOPCIOWSKI, Jael. The Desire to Grow and Improve and the Tools to Achieve It. In: FEUERSTEIN, Refael S. (ed.). **Mediated Learning Experience**: international practices and advances. Jerusalem: Feuerstein Institute, v. 1, n. 1, p. 37-110, 2023.

MENDONÇA, Andréa P.; AZEVEDO, Rosa O. M. **Produto educacional não é resultado que se produz ao final**: é a materialização de versões em constante refinamento. Manaus, 2026. Ensaio acadêmico. Disponível em: <https://sites.google.com/site/andreapmendonca/publication>. ISBN 978-65-83758-46-0. Acesso em: 27 abr. 2026.

MENDONÇA, Andréa P.; RIZZATTI, Ivanise M.; RÔÇAS, Giselle; FARIAS, Marcella S. F. de. O que contém e o que está contido em um Processo/Produto Educacional? : Reflexões sobre um conjunto de ações demandadas para Programas de Pós-Graduação na Área de Ensino . **Educitec - Revista de Estudos e Pesquisas sobre Ensino Tecnológico**, Manaus, v. 8, n., p. e211422, 2022. DOI: 10.31417/educitec.v8.2114. Disponível em: <https://sistemascmc.ifam.edu.br/educitec/index.php/educitec/article/view/2114>. Acesso em: 26 abr. 2026.

MINUTO, Michela; RAVIZZA, Renato. Teaching to Think: the impact of Feuerstein training on curricular lessons. In: FEUERSTEIN, Refael S. (ed.). **Mediated Learning Experience**: international practices and advances. Jerusalem: Feuerstein Institute, v. 1, n. 1, p. 29-36, 2023.

OLIVEIRA, Amália R. de P.; MUNSTER, Mey de A. van; GONÇALVES, Adriana G. Desenho Universal para Aprendizagem e Educação Inclusiva: uma Revisão Sistemática da Literatura Internacional. **Revista Brasileira de Educação Especial**, v. 25, n. 4, p. 675-690, 2019.

OLSEN, Dan. **The lean product playbook**: how to innovate with minimum viable products and rapid customer feedback. John Wiley & Sons, 2015.

PAIVA, Ana P. R. C. de; VARGAS, Eliane P. Material Educativo e seu público: um panorama a partir da literatura sobre o tema. **Revista Praxis**, [S. l.], v. 9, n. 18, 2017. DOI: 10.47385/praxis.v9.n18.769. Disponível em: <https://revistas.unifoa.edu.br/praxis/article/view/769>. Acesso em: 27 abr. 2026.

PAZMINO, Ana V. **Como se cria**: 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Editora Blucher, 2015.

PREDIGER, Susanne; ROESKEN-WINTER, Bettina; LEUDERS, Timo. Which research can support PD facilitators? Strategies for content-related PD research in the Three-Tetrahedron Model. **Journal of Mathematics Teacher Education**, v. 22, n. 4, p. 407-425, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10857-019-09434-3>. Acesso em: 27 abr. 2026.

PRIBERAM. Público-alvo. In: **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. Lisboa: Priberam Informática, 2024. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/P%C3%BAblico-alvo>. Acesso em: 5 jun. 2026.

SEGHROUCHENI, Yassine Z.; ACHHAB, Mohammed Al; MOHAJIR, Badr E. El. Revisiting the Didactic Triangle in the Case of an Adaptive Learning System. **International Journal of Engineering Pedagogy**, v. 4, n. 4, 2014.

SOUZA, Nilson P. de C. Teoria da Carga Cognitiva: origem, desenvolvimento e diretrizes aplicáveis ao processo ensino-aprendizagem. 2010. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemáticas) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

UNRUH, Gabriela U. Hune: **Pesquisa em design e experiência do usuário**. Curitiba: PUCPRESS, 2022. ISBN 978-65-87802-98-5.

ZEHR, Jeanne M. The Master Teacher. In: FEUERSTEIN, Refael S. (ed.). **Mediated Learning Experience**: international practices and advances. Jerusalem: Feuerstein Institute, v. 1, n. 1, p. 9-21, 2023.

APÊNDICE – DETALHES EDITORIAIS

Histórico

Submetido: 22/10/2025

Aprovado: 05/01/2026

Publicado: 30/01/2026

Como citar esse artigo (ABNT)

MENDONÇA, Andréa Pereira; FRAIHA, France Sarmanho; AZEVEDO, Rosa Oliveira Marins . Com quem Dialoga o Produto Educacional? Uma discussão inicial sobre Público-Alvo e Mediador. **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura**, Belém/PA, n. 56, e2026004, 2026. <https://doi.org/10.37084/REMATEC.1980-3141.2026.n56.e2026004.id880>

Como citar esse artigo (APA)

Mendonça, A. P., Fraiha, F. S., & Azevedo, R. O. M. (2026). Com quem Dialoga o Produto Educacional? Uma discussão inicial sobre Público-Alvo e Mediador. *REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura*, (56), e2026004. <https://doi.org/10.37084/REMATEC.1980-3141.2026.n56.e2026004.id880>

Financiamento

Não se Aplica.

Conflito de Interesse

Os autores declararam não haver nenhum conflito de interesse de ordem pessoal, comercial, acadêmica, política de financeira referente a este artigo.

Contribuição dos Autores

Resumo/Abstract/Resumen: Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Introdução ou Considerações iniciais:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Referencial teórico:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Metodologia:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Análise de dados:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Discussão dos resultados:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Conclusão ou Considerações finais:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Referências:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Revisão do manuscrito:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo; **Aprovação da versão final publicada:** Andréa Pereira Mendonça, France Sarmanho Fraiha, Rosa Oliveira Marins Azevedo.

CRedit – Taxonomia de Papéis de Colaborador – <https://credit.niso.org/>.

Direitos Autorais

Os direitos autorais são mantidos pelos autores, os quais concedem à **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura** os direitos exclusivos de primeira publicação. Os autores não serão remunerados pela publicação de trabalhos neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicado nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista. Os editores da **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura** têm o direito de realizar ajustes textuais e de adequação às normas da publicação.

Open Access

Este artigo é de acesso aberto (**Open Access**) e sem cobrança de taxas de submissão ou processamento de artigos dos autores (**Article Processing Charges – APCs**). O acesso aberto é um amplo movimento internacional que busca conceder acesso online gratuito e aberto a informações acadêmicas, como publicações e dados. Uma publicação é definida como ‘acesso aberto’ quando não existem barreiras financeiras, legais ou técnicas para acessá-la – ou seja, quando qualquer pessoa pode ler, baixar, copiar, distribuir, imprimir, pesquisar ou usá-la na educação ou de qualquer outra forma dentro dos acordos legais.



Licença de Uso

Este artigo é licenciado sob a Licença **Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional (CC BY NC ND 4.0)**. Essa licença permite que qualquer pessoa leia, baixe, copie, distribua e compartilhe os conteúdos, desde que seja atribuído o devido crédito de autoria e publicação inicial na **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura**, é vedado o uso comercial e a criação de obras derivadas, incluindo traduções, adaptações ou modificações, sem autorização prévia dos autores.



Verificação de Similaridade

Este artigo foi submetido a uma verificação de originalidade por meio do software **iThenticate** (Turnitin), utilizando o serviço **Similarity Check da Crossref**, com o objetivo de identificar possíveis sobreposições de texto e garantir a integridade acadêmica, a conformidade ética e a originalidade da publicação.



Processo de Avaliação

Este artigo foi submetido a um processo de Revisão por Pares Duplo-Cega (**Double blind peer review**), no qual tanto a identidade dos autores quanto a dos avaliadores permaneceu confidencial durante todas as etapas da avaliação, assegurando imparcialidade, rigor científico e integridade editorial.

Avaliadores

Dois pareceristas *ad hoc* avaliaram este artigo e não autorizaram a divulgação dos seus nomes.

Editores

Prof. Dr. Iran Abreu Mendes  – Universidade Federal do Pará (**UFPA**), Pará, Brasil 

Prof. Dr. Carlos Aldemir Farias  – Universidade Federal do Pará (**UFPA**), Pará, Brasil 

Editor da Seção

Prof. Dr. Luis Andrés Castillo Bracho  – Universidade Federal do Pará (**UFPA**), Pará, Brasil 

Publisher

Este artigo foi Publicado na **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura**, revista do **Grupo de Pesquisa Práticas Socioculturais e Educação Matemática (GPSEM)**, grupo vinculado à Universidade Federal do Pará (UFPA). A **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura** publica artigos, resenhas e entrevistas provenientes de estudos e pesquisas das áreas de Educação, Ensino, Cultura e Educação Matemática e Científica, propiciando um diálogo e subsídios para o desenvolvimento do conhecimento científico. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião corpo editorial da **REMATEC – Revista de Matemática, Ensino e Cultura** ou do referido grupo de pesquisa. Na Avaliação CAPES (2021-2024) a referida revista obteve **Qualis A3**.

