

ESTUDO SOBRE A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE: EXPERIÊNCIA DO PROJETO EKONOS NO COLÉGIO AMERICANA, NA CIDADE DE AMERICANA/SP.*

BRITO, Carolina Silva de

Curso de Pedagogia - Centro Universitário Salesiano de São Paulo
carolina_brito98@hotmail.com

PACCHIONI, Margareth Maria

Centro Universitário Salesiano de São Paulo
mmpacchioni@uol.com.br

SANDRIN, Beatriz Bonacore

Curso de Psicologia - Centro Universitário Salesiano de São Paulo
beatrizbonacore@hotmail.com

SOUZA, Bianca da Costa Pereira de

Curso de Psicologia - Centro Universitário Salesiano de São Paulo
biancasouza_7@hotmail.com

VICENCIO, Joseanne Letícia Olivares

Curso de Pedagogia - Centro Universitário Salesiano de São Paulo
joseannevicencio.jv@gmail.com

RESUMO

Esse trabalho foi realizado na área da iniciação científica do Centro Universitário Salesiano de São Paulo (UNISAL), com o intuito de refletir como a educação para o consumo pode promover habilidades voltadas ao consumo consciente de crianças. A educação para o consumo trata de práticas que envolvem questões ambientais, financeiras, midiáticas e alimentares. Os objetivos foram identificar a influência da publicidade no comportamento de crianças do ensino fundamental; conhecer projetos que desenvolvem a educação para o consumo

nas escolas e promover reflexões a respeito do consumismo presente no comportamento das crianças. A metodologia de pesquisa foi a qualitativa em que se realizou um estudo de caso. A instituição escolhida foi o Colégio Americana na cidade de Americana/SP, onde se desenvolve o Projeto Ekonos. Foram sujeitos de pesquisa a consultora, a coordenadora pedagógica e três educadoras. Com os resultados, almeja-se contribuir para difusão do conceito e prática da Educação para o Consumo na área da educação e da psicologia, auxiliando profissionais na viabilização dessas práticas, possibilitando a formação de futuros consumidores conscientes.

PALAVRAS-CHAVE: *educação para o consumo; desenvolvimento sustentável; mídia; consumidor consciente.*

INTRODUÇÃO

A prática do consumo é realidade na sociedade contemporânea e se manifesta no comportamento dos indivíduos de forma repetitiva e, muitas vezes, excessiva. É uma prática central para a manutenção e reprodução das relações sociais. O consumo foi impulsionado na sociedade contemporânea pelo desenvolvimento industrial e o avanço do capitalismo após a Segunda Guerra Mundial. No entanto, o consumo exacerbado de produtos, bens e serviços industrializados é denominado consumismo e essa prática precisa ser pensada de forma crítica e reflexiva, tendo em vista o impacto que produz na subjetividade, nos valores sociais e no meio ambiente.

De acordo com Andrade e Zecchin (2017), a cultura do consumo em que o mercado detém o controle sobre os indivíduos, por meio de propagandas frequentes em inúmeros locais físicos e também em plataformas de mídia, tudo é elaborada estrategicamente para desenvolver a falsa necessidade de um produto ou serviço, construindo um círculo de consumo vicioso que garante a ascensão do consumidor e crescimento econômico do mercado.

Conforme afirma Bauman (2013), satisfação, prazer e felicidade são temas de muitas propagandas que possuem alta influência na identidade de muitos indivíduos que se sentem dependentes do consumo e, muitas vezes, do consumo em excesso. As pessoas sentem cada vez mais a necessidade de comprar e rapidamente descartar para comprar novamente. Essa prática de consumo excessivo gera grande desperdício dos recursos naturais.

As mídias sociais e digitais são meios de comunicação que vêm ganhando cada vez mais força na atualidade pela capacidade de distribuir informações por todo o mundo de forma simultânea. Assim, grande quantidade de pessoas tem acesso aos recursos de mídia. Em função disso, as empresas optam por investir a maior parte de divulgações em mídias sociais e digitais.

Desde muito cedo, as crianças são altamente expostas aos recursos digitais, por incentivo familiar ou escolar. A partir do momento que a criança obtém acesso às mídias, adentram na cultura do consumo. Assim, as crianças, desde muito pequenas, começam a ter seu comportamento influenciado pelo consumo. Neste processo de formação de opinião, surgem as falsas necessidades de consumo, pois há um verdadeiro bombardeio de propagandas explícitas e implícitas.

O cotidiano da criança com a mídia televisiva ou digital favorece o desejo pelo consumo, refletindo diretamente nas finanças da família, já que, muitas vezes, os pais cedem aos pedidos dos filhos. Por outro lado, vale ressaltar que uma grande parte da população não possui renda para esse tipo de consumo, tendo que lidar com as ansiedades e frustrações que essas propagandas geram na criança diante de um desejo não realizado.

A precocidade das interações entre a criança e seu ambiente sociocultural é evidenciada na assimilação da cultura do consumo, pela infância, desse contexto, em que ela se vê bastante exposta aos estímulos das propagandas e ao bombardeio feito pelo mercado através das mídias. (MOURA; VIANA; LOYOLA, 2013, p. 483).

Ao salientar os impactos negativos que o hábito do consumo desregulado tem sobre os próprios consumidores, o meio ambiente e o meio social, em 2015, a ONU (Organizações das Nações Unidas), criou a Agenda 2030. Conforme consta no objetivo 12 da Agenda 2030,

Consumo e Produção Responsáveis: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis [...] até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização sobre o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza” (PLATAFORMA AGENDA 2030, [s.d.]).

Vinculado a esse tema, a pesquisa tem como objetivos principais promover reflexões a respeito das consequências da propaganda direcionada

ao público infantil e seus efeitos no comportamento de consumo da criança do Ensino Fundamental; promover reflexões a respeito do consumismo presente na sociedade e os seus impactos, buscando racionalizar e objetivar tomadas de decisões de consumo mais conscientes e responsáveis, na vida das crianças em idade escolar do Fundamental I; conhecer o Projeto Ekonos e seus resultados no que se refere ao consumo consciente e contribuir com a formação de consumidores responsáveis consigo mesmos (orçamento controlado), com o meio ambiente e com a sociedade.

A educação para o consumo se propõe a promover o debate sobre as causas dos problemas sociais e econômicos que geram a destruição ambiental e o consumo excessivo, tornando o indivíduo sujeito de sua própria história, buscando compreender o lugar que as pessoas ocupam dentro da sociedade, ao ampliar a participação pública no debate de novas políticas públicas. (FERMIANO, 2016).

O interesse pelo tema da pesquisa surgiu a partir da vivência de duas das autoras, que eram estagiárias de Pedagogia no Colégio Americana/SP. Nesse período, elas puderam conhecer o Projeto Ekonos - Educação para o Consumo Consciente. A principal proposta do Projeto Ekonos é trazer novos significados para as relações econômicas e de consumo para desafiar escolas, famílias e alunos a assumirem atitudes não consumistas.

2. EDUCAÇÃO, CONSUMO CONSCIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A educação para o desenvolvimento sustentável integra ambiente, sociedade e economia, buscando promover e consolidar novos comportamentos na relação homem-natureza. Destaca-se que a educação deve direcionar os sujeitos para um consumo consciente e responsável, portanto a educação para o consumo almeja uma conscientização individual, para promover o desenvolvimento de uma sociedade sustentável.

2.1. Educação e Desenvolvimento Sustentável

O conceito de Desenvolvimento sustentável originou-se durante a Comissão de Brundtland em 1980, definindo-se como “a forma como as atuais gerações satisfazem as suas necessidades sem, no entanto, comprometer a capacidade de gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (BRUNDTLAND, 1991, *apud* ESTENDER; PITTA, 2008, p. 22).

Outros autores também trazem diversas definições para esse termo:

Em essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas (CAMARGO, 2002, p. 43).

A validação do termo desenvolvimento sustentável efetuou-se com a Rio-92, a Conferência das Nações Unidas sobre desenvolvimento e meio ambiente, também conhecida como Eco-92. Nessa conferência, efetuaram-se também outros resultados, como a formalização da Carta da Terra, que possui uma estreita relação com a educação para o desenvolvimento sustentável, caracterizando-se como um movimento da sociedade civil planetária a fim de “construir consensos e compartilhar valores, na busca de um modo de vida justo e sustentável” (GADOTTI, 2008, p. 11).

Segundo Gadotti (2008), a Carta da Terra possui um significativo potencial educativo, que permite transformar as capacidades de cada pessoa em competências, fundamentais no processo de desenvolvimento humano, porém não é suficientemente explorado na educação formal e/ou não-formal, tendo em vista que “representa uma importante contribuição para uma visão holística e integrada dos problemas socioambientais da humanidade” (GADOTTI, 2008, p. 12).

A literatura apresenta que este movimento se potencializou quando, após a Conferência de Johannesburgo, que ocorreu em 2002, criou-se a proposta da Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (DEDS), promovida Organização das Nações Unidas (ONU) e gerenciada pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO). De modo conciso, afirma-se que, nesse contexto, surgiu a Educação para o Desenvolvimento Sustentável (EDS) ou Educação para a Sustentabilidade (EpS), que, segundo a UNESCO (2005), foi desenvolvida a fim de atender a uma educação restrita à sustentabilidade, contudo, após influências da Agenda 21 e Rio-92, passou também a direcionar seu foco para o preparo e abrangência de diversos fatores sociais que visam à busca por um mundo mais sustentável. (SANTANA, 2018).

A EDS é um novo estado evolutivo ou uma nova geração da Educação Ambiental [...] implica uma visão que integra ambiente, sociedade e economia. A reorientação da educação também é vista como o desenvolvimento que envolve a aprendizagem de conhecimentos, competências, perspectivas e valores que guiarão e motivarão as pessoas para formas de vida mais sustentáveis e para participarem

numa sociedade democrática (SÁ, 2008, p. 56 *apud* PITANGA, 2016, p. 147).

Tendo em vista as crises ambientais enfrentadas atualmente pela humanidade, torna-se necessário ampliar e aprimorar as relações e o diálogo entre sustentabilidade e educação, pois a educação pode estimular, promover e consolidar novos comportamentos na relação homem-natureza, sendo considerada um dos pilares de sustentação de um novo projeto de desenvolvimento e também protagonista na formação de cidadãos críticos, capazes de intervir de forma crítica, ética e democrática nos problemas globais. (SANTANA, 2018).

A ONU, em setembro de 2015, deliberou sobre a nova agenda de desenvolvimento sustentável, cujo cerne dessa agenda consiste na ação global de eliminar a pobreza, promover o bem estar, combater as mudanças climáticas e proteger o meio ambiente.

A Agenda 2030 foi criada envolvendo um conjunto de planos de ações debatidos internacionalmente a fim de concretizar 17 objetivos e 169 metas que a compõem, focalizadas na efetividade do desenvolvimento sustentável social, econômico e ambiental ao longo dos anos de 2016 a 2030.

Sabe-se que uma das principais funções reservadas à educação consiste, antes de tudo, em prover a humanidade da capacidade de dominar o seu próprio desenvolvimento. Ela deve de fato, propiciar a cada um a tomada de decisões que contribua para o progresso da sociedade em que vive, baseando o desenvolvimento na participação dos indivíduos e das comunidades. (DELORS *et al.*, 2012 *apud* SANTANA, 2018).

2.2. Educação para o consumo e consumo consciente

O cenário brasileiro é definido por inúmeras mudanças nas vertentes econômica, social e tecnológica que se destrincharam nos últimos anos, potencializando o acesso ao consumo na mesma medida em que favorece o endividamento, como já foi dito anteriormente. Devido a essa situação, o Governo criou, junto ao setor privado, um programa de Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), com intuito de, de acordo com Saleh A e Saleh P (2013, p. 197), “implementar um conjunto de ações que visem educar financeiramente a população”, ampliando a compreensão dos sujeitos para realizarem escolhas conscientes administrando seus próprios recursos.

O programa apresenta, como intencionalidade no ambiente escolar, o uso de ferramentas financeiras para favorecer um melhor planejamento

dos alunos, para que os pais também sejam influenciados pela proposta. Além do aspecto financeiro, o ENEF busca retratar nas escolas o aspecto de responsabilidade socioambiental. (SALEH A; SALEH P, 2013).

De acordo com Saleh A e Saleh P (2013, p. 198), a educação financeira deve ser inserida “no contexto mais amplo do consumo responsável, o que implica situá-la em sua relação com os outros vértices implicados no consumo...”. Em função disso, é importante sistematizar as informações apresentadas e relacioná-las aos conceitos de educação para o consumo.

De acordo com Sandroni (1999) *apud* Saleh A e Saleh P (2010), o consumo é conceituado por utilização, uso, aplicação ou gasto de bens e serviços por uma pessoa física ou jurídica. O consumo nada mais é do que o objetivo final dos processos de produção, sendo perceptível nas comercializações.

Ao conceituar educação e consumo articulando-os na temática educação para o consumo, encontra-se o conceito de responsabilidade, que é característica daquele que responde. Saleh A e Saleh P (2010, p. 29) alegam que essa definição traz a ideia de que “[...] todos nós somos chamados a responder pelos nossos atos, independente do grupo econômico ou social a que pertencemos [...]”.

Compreende-se, então, que a educação deve direcionar os sujeitos para um consumo consciente e responsável, no qual todos devem fazer escolhas de consumo com base em atitudes críticas, justas, éticas, cooperativas e solidárias, motivando o compromisso e mantendo a responsabilidade de cada um em assumir os riscos e consequências de suas aquisições. (OLIVEIRA, 2015, p. 50), já que:

O desenvolvimento industrial e o crescimento econômico desenfreado têm provocado significativos impactos negativos no meio ambiente, gerando, por exemplo: a) a poluição e a destruição das fontes de abastecimento de água doce, o que poderá provocar graves problemas para a saúde pública; b) aceleração do aquecimento global; c) a destruição das florestas; e d) a extinção de animais e plantas. (EFING; RESENDE, 2015, p. 201)

É importante ressaltar que um ponto de partida para minimizar os aspectos consumistas da atualidade é a introdução da educação para o consumo no cotidiano escolar, como parte da formação integral do sujeito, de maneira reflexiva e ativa. O intuito é evidenciar a necessidade de haver uma conscientização individual, para promover o desenvolvimento de uma sociedade sustentável.

Oliveira (2015) afirma que a educação para o consumo discorre sobre práticas que envolvem questões ambientais, financeiras, midiáticas e também alimentares.

A definição de educação para o consumo de Fermiano (2016) ressalta-se que

A educação do consumidor é como uma ação educativa que tem como objetivo favorecer a construção de noções econômicas básicas e estratégias para tomada de decisões pertinentes que permitam crianças e adolescentes se posicionarem diante da sociedade de consumo como pessoas conscientes, críticas, responsáveis e solidárias. A educação do consumidor, pode servir para cumprir diferentes propósitos, sua efetividade vai depender em grande medida da clareza, precisão e avaliação de seus objetivos que se pretendem alcançar com ela, as competências que se esperam desenvolver na população e os conteúdos e estratégias educativas selecionadas para sua aplicação (FERMIANO, 2016, p.132).

Portanto, o intuito da aplicação de disciplinas ou projetos voltados a uma educação para o consumo consciente é evidenciar a necessidade de haver efetiva conscientização individual, para promover o desenvolvimento de uma sociedade sustentável.

2.3. Consumo consciente: o papel contributivo da educação

Barbosa (2004) *apud* Andrade e Zecchin (2017) aborda que o consumo passou a expressar a individualidade das pessoas, assim como definir o status que ocupam na sociedade, por meio de roupas, carros, comida, bebida, lazer, dentre outros. Essas condições não se limitam apenas à vida adulta, pois a sociedade de consumidores não faz distinção alguma. Os impactos também são percebidos na comunidade escolar, em que os alunos, com mais condições financeiras, atingem uma certa popularidade entre os grupos, em situações, por exemplo, em que possuem um celular mais moderno que os demais. (SILVA; GOMÉZ, 2010).

O consumo faz parte do estilo de vida das pessoas, do relacionamento entre elas e promove a integração dos indivíduos nos grupos sociais, o que dificulta a mudança nos padrões de consumo, fazendo-se necessária, portanto, a execução de programas e ações de educação voltadas ao desenvolvimento sustentável e ao consumo consciente. (EFING; RESENDE, 2015, p. 733)

De Toni, Mattia, Larentis e Silva (2010) *apud* Silva, Oliveira e Gómez (2013) evidenciam que o ato de consumir é algo individual e coletivo com um conjunto de significados e valores, e o conceito de consumo consciente apresenta uma forma de se modificar o perfil do consumo individual.

Ainda segundo Silva, Oliveira e Gómez (2013), esse conceito busca promover o desenvolvimento de um cidadão ecológico e um consumidor sensível à responsabilidade social e ambiental, com o intuito de reduzir os impactos negativos que suas aquisições desenfreadas podem causar, introduzindo atitudes mais conscientes na sua tomada de decisão e em seu comportamento de compra.

O consumo consciente somente promoverá o desenvolvimento sustentável se houver a execução de programas de educação que permitam que as pessoas tenham ciência dos impactos negativos e positivos que suas decisões de consumo podem provocar na sociedade e no meio ambiente e dessa maneira nortear corretamente as suas escolhas. Enfim, somente a educação voltada para o consumo consciente é que pode proporcionar uma mudança eficaz de comportamento dos consumidores alienados. (EFING; RESENDE, 2015, p. 715)

A partir disso, a educação atua como o papel de contracultura, ao romper com o paradigma capitalista, libertando os indivíduos desse processo de alienação naturalizado, promovendo uma tomada de consciência crítica que possibilite a transformação da realidade social na qual estão inseridos. (ANDRADE; ZECCHIN, 2017).

Cabe lembrar que a educação pode ser tanto um instrumento de reprodução do status quo e das desigualdades existentes na sociedade, como uma possibilidade de romper com o paradigma consumista atual, na qual todos os indivíduos estão submersos, fornecendo a possibilidade para que os mesmos tomem uma consciência do que poderia ser um consumo consciente. (ANDRADE; ZECCHIN, 2017, p. 83)

O consumidor consciente não pensa apenas em sua satisfação econômica, mas também se preocupa com os impactos socioambientais que a produção, distribuição e consumo de bens e serviços provocam na sociedade. Essa postura somente ocorrerá a partir do desenvolvimento de um processo educacional nesse sentido, bem planejado e com continuação. (EFING; RESENDE, 2015).

Desse modo, a partir da visão necessária de reestruturação da construção educacional até então desenvolvida, entende-se

que cada um dos atores sociais deve assumir a sua corresponsabilidade na criação de um consumidor cidadão, dentro da perspectiva do consumo consciente, no sentido de buscar efetivar a prática do consumo sustentável, que, segundo Silva (2010), é o padrão de consumo resultante das interações desses três atores sociais, direcionando-se para o desenvolvimento sustentável, no qual modifica-se a cultura de consumo apregoada, assumindo como essencial num primeiro momento a efetivação desse consumo consciente. (SILVA; GÓMEZ, 2010, p. 52)

Andrade e Zecchin (2017) reforçam que não são todos os indivíduos da sociedade que possuem o mesmo poder de consumo, por causa dos diferentes e desiguais aspectos de vidas socioeconômicos.

Ao trazer essa educação para o consumo, é necessário analisar se os professores que trabalham com essa realidade estão cientes das desigualdades nela presente.

[...] não podemos aceitar uma instituição escolar que apenas reproduza as desigualdades da sociedade capitalista e a naturalização de comportamentos consumistas, transformando os indivíduos em meras mercadorias alienados da realidade contemporânea. (ANDRADE; ZECCHIN, 2017, p. 83).

Para Silva e Gómez (2010), é importante que esse processo de modificação na educação comece com a geração que está em fase de compreensão do que deve ser feito, intensificando nas escolas a prática da educação ambiental, como disciplina transversal em todas as áreas estudadas, possibilitando a mudança positiva na forma de pensar desses sujeitos, influenciando os da próxima geração, ao se tornar uma prática cotidiana da sociedade.

Partiu-se da premissa que o direito ao desenvolvimento sustentável é legítimo direito fundamental da pessoa humana, constituindo-se em um processo contínuo e automático de transformação concomitantemente social, político e econômico que promove, além do avanço econômico, a realização da dignidade da pessoa humana, mediante o aumento da qualidade de vida das pessoas e do bem-estar da população e protege o meio ambiente para as presentes e futuras gerações. (EFING; RESENDE, 2015, p. 742)

Para que o educando tome consciência de sua realidade social, o aprendizado precisa basear-se na liberdade e na crítica, incentivando o

indivíduo a enxergar além das relações internas do grupo de aprendizagem na escola. “[...] não pode deixar de ser ao mesmo tempo uma crítica da opressão real em que vivem os homens e uma expressão de sua luta por libertar-se.” (FREIRE, 1967, p.8 *apud* ANDRADE; ZECCHIN, 2017, p. 83).

Efing e Resende (2015) abordam que essa educação, na promoção de uma cultura para o consumo consciente, deve ser realizada pela educação formal e informal, pois incentivarão as mudanças de comportamento, valores e estilos de vida necessários para um futuro sustentável, a longo prazo, de igualdade, economia e meio ambiente de todas as comunidades.

A proposta dessa abordagem educativa assume que o desenvolvimento sustentável, como alternativa para uma nova forma de visualizar as práticas humanas, deve ser encarado como ideologia de ação dos indivíduos, visto que realizando uma análise em um contexto mais amplo, a mesma aproxima-se do período em que se tornará uma realidade. Para que de fato aconteça, deve-se buscar sempre considerar seus princípios fundamentais, quais sejam: equidade social, equilíbrio ambiental e eficiência econômica, compreendendo que dessa maneira haverá um ambiente de convivência humana mais justa e saudável para toda a população. (SILVA; GÓMEZ, 2010, p. 51)

3. EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO E REGISTRO DE EXPERIÊNCIA DO EKONOS: METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia de pesquisa foi a qualitativa em que se realizou um estudo de caso. A instituição escolhida foi o Colégio Americana/SP, na cidade de Americana/SP, onde há cerca de 9 anos se desenvolve o Projeto Ekonos.

De acordo com Minayo (1992, p. 21), o método qualitativo de pesquisa pretende explorar “[...] o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

A pesquisa de campo foi realizada com 5 sujeitos, sendo eles: 1 consultora do Projeto Ekonos, 1 coordenadora e 3 docentes do Colégio Americana. Realizou-se a técnica de aplicação de questionário com perguntas abertas e gravação de áudio. Os pseudônimos escolhidos para cada uma das 3 docentes foram os 3 Rs da Sustentabilidade Ambiental: Reduzir, Reutilizar e Reciclar. A pesquisa foi realizada com a autorização da Instituição para o campo de pesquisa e dos respectivos sujeitos.

3.1 Projeto Ekonos e o consumo consciente: apresentação

O projeto Ekonos, que inicialmente recebia o nome de Projeto de Educação Econômica, foi idealizado no ano de 2010 com as idealizadoras a Prof^a. Dra. Maria Belintane e a Prof^a Valéria Cantelli da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

O processo foi iniciado por meio de pesquisas sobre a alfabetização econômica em famílias e o comportamento de consumo em pré-adolescentes, partindo da compreensão de como a criança entende o mundo social e como ocorre a construção de conhecimentos a respeito de temas econômicos e relações de consumo por parte delas. Posteriormente, acabou se tornando uma ferramenta para apoiar as instituições de ensino, educadores e a família, na difícil e importante tarefa de educar para um enfrentamento de demandas advindas de uma sociedade consumista. (BELINTANE; CANTELLI, 2019).

Toda a trajetória de reflexões e discussões, após diversas sistematizações de encontros realizados em escolas, com famílias e crianças, no formato de workshops que buscaram desenvolver estratégias para se aplicar a educação financeira no cotidiano e discutir os reflexos do consumo exacerbado na vida dos sujeitos e no planeta, somados às experiências como educadoras, resultaram na organização de uma proposta, com ações e práticas pedagógicas, que visam trabalhar a educação econômica com foco no consumo consciente, crítico e responsável. (BELINTANE; CANTELLI, 2019).

Belintane e Cantelli (2019) revelam a importância da educação como meio de promoção de comportamentos, valores e ideias, capazes de impactar diretamente na formação de crianças e jovens, promovendo mudanças nos modos de vida/consumo e a diminuição dos impactos e danos causados ao planeta.

Nesse contexto, o projeto tem como compromissos a valorização da infância, ao priorizar as escolhas, direitos e deveres das crianças, a prática da liberdade do brincar e criar e o estímulo à prática de hábitos saudáveis, promovendo o acesso a noções de economia e organização financeira. Além disso, amplia os espaços de discussão, subsidiando os sujeitos na identificação de sistemas de persuasão camuflados nas publicidades, ao poderem diferenciar as necessidades dos desejos e a construção de habilidades para a formação de um consumidor consciente. Por fim, busca consolidar uma cultura ambiental, para que os sujeitos desenvolvam uma visão de mundo sustentável. (BELINTANE; CANTELLI, 2019).

Dessa forma, segundo Belintane e Cantelli (2019), o projeto

EKONOS nasce com a missão de implementar ações e princípios que orientam valores e que convidam a criar um novo modo de viver e estar no mundo, visando a uma maior qualidade de vida, autonomia e criticidade nas tomadas de decisões, para um consumo consciente de maneira mais solidária, ética e sustentável, com reflexões sobre temas emergentes e importantes em uma sociedade contemporânea, tais como, publicidade, marketing, organização financeira, sustentabilidade, qualidade de vida e protagonismo cidadão.

O projeto busca integrar e discutir, de forma transversal e correlacionadas ao estudo de diferentes áreas, assuntos e temas que devem ser trabalhados desde a primeira infância e oportunizem informações e habilidades para que o indivíduo transite pelo mundo econômico e seja capaz de participar de forma ativa, discutir e argumentar sobre questões como comportamento do consumidor, hábitos prejudiciais ao planeta e a influência da mídia. (BELINTANE; CANTELLI, 2019).

Dessa forma, por meio de metodologia utilizada, haverá o desenrolar de práticas pedagógicas que envolvam os alunos em situações de aprendizagem e experiências concretas, de forma ativa e participativa, para que, nesses contextos de interação com o mundo, possam refletir sobre temas econômicos e construir coletivamente novos conhecimentos, problematizando a realidade, a fim de formar novos comportamentos de consumidores consciente. Dessa forma, construirão valores e atitudes, desenvolvendo habilidades cognitivas e adquirindo novas e importantes informações que serão aplicadas em seu cotidiano. Essas ações atendem às novas demandas de alfabetização, econômica, midiática e tecnológica pela organização dos conteúdos, conforme princípios construtivistas, proporcionando o desenvolvimento integral dos alunos tanto em seus aspectos cognitivos, como físico, emocional e social. (BELINTANE; CANTELLI, 2019).

Segundo Belintane e Cantelli (2019), a criança necessita do adulto para compreender efetivamente o mundo social, sendo auxiliada na construção da sua visão crítica sobre a complexidade do sistema econômico. Diante do exposto, a infância se torna o tempo primordial para se oportunizar condições adequadas para que ocorra esse desenvolvimento. Para isso, o investimento na educação para o consumo consciente de crianças, jovens e adultos se faz necessário, pois projetos como o Ekonos são pensados para envolver a tríade: criança, escola e família, na construção de conceitos e na ressignificação de sentidos e relações econômicas, contribuindo para a formação de pessoas éticas, responsáveis, críticas que priorizem a proteção do planeta.

3.2 Objetivos e atividades do Projeto Ekonos

Ao serem questionadas sobre a implantação do Projeto Ekonos no Colégio Americana, a consultora e coordenadora relataram que o Colégio sempre teve uma preocupação muito grande em relação à sustentabilidade. Lembraram que as consultoras eram mães de alunos, e as professoras já estudavam sobre o consumismo. Assim, em parceria, assessoria, direção, coordenação e professores criaram o Projeto Ekonos, como mostra a fala da Coordenadora.

Vejo o programa como fundamental para o desenvolvimento global do aluno, pois ele faz a criança relacionar os conteúdos com o dia a dia e perpassa várias disciplinas. A maioria das propostas são estendidas como tarefas e socializadas em sala; as celebrações são trabalhadas de maneira que destaque a valorização do estar juntos, do vivenciar; os materiais usados são pensados: sempre é incentivado o uso de material reciclável e elementos da natureza. (Coordenadora)

Em relação aos objetivos do Projeto Ekonos, a consultora afirmou que são voltados para a conscientização da criança e para o conhecimento do mundo econômico que está ao alcance da criança. Ela destacou que “trata-se de uma proposta reflexiva para que educadores, famílias e crianças possam se fortalecer enquanto seres humanos e não fiquem tão vulneráveis à ação do mercado e a influência da publicidade.”

Outros objetivos dizem respeito ao envolvimento das famílias nessa proposta, para que o crescimento seja mútuo, respondeu a consultora:

Para isso, existe uma metodologia de socialização da atividade da tarefa de casa, através de tarefas que só podem ser realizadas com a participação da família, porque dessa maneira, a criança traz para sala de aula justamente essas histórias familiares e isso tem dado super certo. (Consultora).

Já a coordenadora afirmou que o objetivo maior do Ekonos é a defesa da criança e a garantia que ela tenha o direito de brincar, expressar-se e viver a infância. “As crianças são vulneráveis e a família também se encontra em estado de vulnerabilidade por falta de alguém que traga a discussão para ser feita.”

Em relação às atividades realizadas no projeto, as entrevistadas relataram:

São atividades de interação, jogos, mas principalmente de discussão dialogada dentro do espaço da sala de aula, sobre temas relacionados à economia. Há uma troca entre crianças e professora daquilo que ela pensa sobre um determinado assunto. E depois vem a questão da pesquisa de texto, leitura de informações sobre o cotidiano, reportagens, a valorização da história da família, trazer as experiências da família sobre aquela temática. Essas atividades têm três grandes eixos de conteúdo que envolvem a melhoria da qualidade de vida: consumo, publicidade e economia consciente e o dinheiro e seus cuidados, como por exemplo, refletir como não gastar mais do que pode. O mercado insere todo mundo numa visão consumista, mas a gente quer valorizar ao invés de você dar o presente, você ser presente, tanto em relação do adulto com a criança, quanto em relação da criança com o adulto. (Consultora)

Fazemos um resgate cultural de brinquedos antigos e de brincadeiras que os papais e avós faziam, como o elástico, a corda, peteca, bolinha de gude, entre outros. Percebo que eles dão mais valor nesses jogos do que nos brinquedos mais industrializados. Temos também atividades relacionadas ao dinheiro, para compreender sua criação, falar sobre os sonhos deles, de como se planejar para conquistar algo, fazemos cofrinhos com materiais recicláveis e já consigo perceber a influência disso nas crianças, quando falam que vão guardar o dinheiro do lanche para tomar um milk shake no final de semana. (Reduzir) ¹

Com base no depoimento das entrevistadas acima (consultora e professora), percebe-se que o consumo consciente não é trabalhado apenas em aspectos financeiros que vão de frente ao consumismo, mas abrange diversas vertentes, tais como: prática crítica e reflexiva, preservação do meio ambiente, cuidados com a saúde, valorização do convívio familiar e social, concepção dos ciclos de vida dos bens de consumo, entre outros.

A educação para o consumo consciente inicia-se desde a Educação Infantil, em que é colocado em prática o respeito ao próximo, incentivando atitudes reflexivas, para as crianças consolidarem hábitos de analisar, pensar e decidir. Essa ação lhes proporcionará que sejam indivíduos que vivem de forma consciente.

¹ Os professores, que foram sujeitos da pesquisa de campo, são identificados no artigo com os seguintes pseudônimos: Reduzir, Reciclar e Reutilizar. A escolha dos pseudônimos foi feita visando destacar os 3 Rs da sustentabilidade ambiental.

3.3 Envolvimento dos pais e influência da mídia

Sobre o envolvimento dos pais nas atividades realizadas pelo Projeto do Ekonos, as entrevistadas responderam:

O retorno que a escola me dá é muito positivo! No ensino fundamental existe uma procura dos pais pelo brechó, a troca de uniformes escolares na educação infantil já é algo tão marcante, que até pais novos já chegam na escola sabendo dessa troca. (Consultora)

De uma maneira geral, os pais se envolvem muito nesse projeto de educação para o consumo e no sentido de empreendedorismo. Eles estão atentos ao trabalho, dão sugestões, se dedicam a fazer aquilo que é proposto, como por exemplo doações de produtos que não utilizam mais para que as crianças possam vender. (Reciclar)

Frente a ensinamentos tanto no ambiente escolar quanto no familiar, a motivação das crianças e entusiasmo pelas atividades do projeto e pelo tema em questão se amplia. Freitas e Apolônio (2015) advertem que cabe aos pais controlar o nível de exposição das crianças às propagandas, supervisionando os conteúdos acessados por elas e discutindo com seus filhos a respeito dos significados por trás das estratégias da publicidade.

Quando os professores tornam essa temática envolvente para os alunos, isso reflete no comportamento deles tanto no dia a dia escolar, quanto no familiar, pois a criança vai tomando mais consciência de suas ações e passa a colaborar e refletir sobre os cuidados com seus materiais, o desperdício, a alimentação mais saudável, dentre outras. “O modo como as crianças se comportam, enquanto consumidoras, muda de acordo com o padrão de comunicação familiar” (FIATES *et al.*, 2008, p. 106).

O trabalho conjunto entre escola e família se torna importante pelo fato de as crianças possuírem grupos de referência, nos quais ocorrem influências e aprendizagens, que fazem parte da formação dos valores do indivíduo, em relação à sua postura, comportamentos, estilo de vida e consumo. (FREITAS; APOLÔNIO, 2015).

Sobre a influência da propaganda no dia a dia das crianças, a consultora relatou:

A propaganda no cotidiano das crianças, está estampada na bolsa, nos estojos, no tipo de sapato, nas bolsinhas, na

maquiagem, nas brincadeiras, imitando os gestos dos personagens.

A propaganda exerce grande influência na formação do consumidor desde a mais tenra idade, visto que

A sociedade de consumo e a sociedade de lazer se encontram indissociavelmente vinculadas, o que faz com que as crianças desde sempre reconheçam seu papel de consumidor. Além do mais, elas se espelham em adultos, que frequentemente dedicam-se a acumular bens materiais e de consumo. Submersa neste universo de referências, a criança ao chegar à fase adulta facilmente irá reproduzir comportamentos vivenciados na infância, sustentando a espiral do consumo. Ou seja, a criança de hoje será o futuro consumidor do amanhã. (LOYOLA; BASTOS; VIANA, 2010, p. 123).

Além disso, ao ser questionada sobre a presença da propaganda no cotidiano da criança, uma das professoras respondeu:

Hoje em dia as crianças são atacadas por propagandas de todos lados e aqui no colégio procuramos trabalhar com elas que não precisam ter tudo aquilo que passa na televisão para ser uma boa pessoa, para ter bons amigos pois isso vale mais do que as coisas que eles podem comprar. Procuramos passar para as crianças que ser consumidor também é fazer escolhas, do que comprar, de como pagar e gerir o seu dinheiro sem qualquer interferência, para que eles compreendam que podem ser os protagonistas da própria história”. (Reutilizar)

Segundo Loyola, Bastos e Viana (2010), a propaganda deve estabelecer um elo com as fantasias da criança, promovendo histórias que as conduzam ao sonho. A propaganda exerce grande influência sob o imaginário e potencial criativo das crianças, tornando-as passivas e observadoras de informações que já estão prontas e condensadas.

Zatti *et al.* (2018) reitera que a propaganda causa grande influência na formação do comportamento infantil, visto que provoca um aceleração no processo de amadurecimento da criança, de forma inerte, ao concluir que o pequeno consumidor não julga o que é ou não um comportamento adequado para si.

[...] O novo ambiente midiático que está surgindo fornece a todos, simultaneamente, a mesma informação. Dadas as condições que acabo de descrever, a mídia eletrônica acha

impossível reter quaisquer segredos. Sem segredos, evidentemente, não pode haver uma coisa como infância. (ZATTI *et al.*, 2018, p. 94).

Silva (2018) traz que, a partir da década de 1980, a televisão se destacou como principal meio para o estímulo do consumo pelo público infantil, porém, com a expansão da internet, as crianças possuem contato mais frequente com essa ferramenta e seus aparelhos eletrônicos, possibilitando um acesso instantâneo a conteúdos que ainda não desenvolveram habilidades para diferenciar o certo do errado, o barato do caro e o saudável do não saudável pela pouca idade que apresentam.

As indústrias, em suas campanhas publicitárias, aproveitam-se de músicas, personagens, brindes, mascotes, entre outros recursos, para despertar a afetividade da criança pelos produtos, e essas estratégias são significativas para estimular o consumo. (HENRIQUES *et al.*, 2012). Os entrevistados apontam o impacto positivo do Projeto Ekonos na vida das crianças, ao narrar que, a partir das atividades e discussões realizadas em sala de aula, os alunos começam a ficar mais atentos na utilização desses recursos, compreendendo que esses são usados para atingi-los.

Schuchovski, Poncio e Santos (2012) complementam que esse processo de comprar, usar e descartar os produtos se estende para as relações humanas, refletindo nos vínculos interpessoais da vida dos sujeitos. A partir disso, houve a iniciativa dos entrevistados em orientar as crianças que as amigas e as boas ações valem mais do que qualquer produto que se possa comprar, tornando-se essenciais ao convívio social.

3.4 Influência do consumo nas famílias e no comportamento das crianças

Sobre a influência do modelo de consumo nas famílias, a consultora afirmou que

Acredito que falta informação para as famílias tanto quanto para as crianças a respeito desse novo funcionamento da sociedade e nós não podemos julgar as famílias por aquilo que elas fazem. Porque tecnologicamente as relações estão mudando de uma maneira tão rápida que uma tomada de consciência mais efetiva demora muito tempo para acontecer, porque a gente vai entendendo alguns aspectos efetivos desse mundo contemporâneo, mas quando observamos por exemplo, o incentivo a adultização das crianças principalmente de meninas, percebemos que é uma tendência que a sociedade, que as famílias vão assimilando em função da força de um mercado publicitário.

De acordo com Vanwesenbeeck, Walrave e Ponnet (2017) *apud* Zatti *et al.* (2018), o público infantil vem sendo acometido por diversas informações que, na maioria das vezes, não seriam destinadas a ele, ocasionando uma maturidade precoce. Observa-se que os novos arranjos familiares e outras mudanças sociais, atreladas ao avanço tecnológico, podem provocar o isolamento das crianças em seus lares. Ao passar mais tempo sozinhas, adquirem uma maior liberdade sobre suas ações e autonomias devido ao reforço de informações recebidas por meios de comunicação progressivamente mais acessíveis.

Diante do exposto, muitos pais buscam uma maneira de tentar compensar a sua ausência, tentando minimizar esses impactos no comportamento infantil. Acabam se tornando mais permissivos e justificando essas atitudes como meio de agradá-las e evitar conflitos. Assim, buscam realizar as vontades das crianças, para serem amadas, não as deixando tristes ou traumatizadas. Ao obedecer a seus filhos, acabam cedendo aos desejos despertados pela mídia.

Sobre a percepção dos professores frente a isso, as seguintes respostas foram obtidas:

“Ninguém nasce consumista, o consumismo é um hábito mental que vai sendo estimulado desde pequeno. As maiores influências são a família e a mídia. Quando a família orienta as crianças desde pequenos, procurando mostrar e explicar que aquele momento não dá para comprar determinada coisa percebe-se que a criança cresce compreendendo que não dá para querer tudo a todo tempo.” (Reutilizar)

“Como a família se organiza, como a família mantém esse comportamento de consumo influencia diretamente o comportamento das crianças. Por exemplo, em questão de alimentação, fica perceptível que a alimentação das crianças tem influência da família, no sentido de escolher coisas saudáveis ou não. A consciência de economia financeira é um aspecto que destaca a influência da família, então aquela criança que tem o dinheiro e não se importa em dividir esse dinheiro para comprar em vários dias, mas ela tem esse dinheiro, consome tudo de uma vez e no outro dia ela vai ter mais dinheiro.” (Reciclar)

De acordo com Zatti *et al.* (2018, p. 3): “A criança pode desenvolver seu comportamento como consumidora com base em observação no comportamento de seus pais, de outras crianças com quem convive ou mesmo com base nas mensagens que a mídia fornece.”

O grupo familiar atribui ao desenvolvimento infantil aspectos culturais carregados de princípios e valores que correspondem à vivência cotidiana. Com base nisso, os responsáveis devem instruir as crianças sobre as etapas que levam ao consumo, porém, nos casos em que os pais não possuem estes princípios, são facilmente influenciados por seus filhos. Ambas as situações são refletidas diretamente no comportamento das crianças.

A família e a escola têm grande impacto na vida da criança, pois, além de suas devidas importâncias, ambos possuem a função de educar e desenvolver a criança, considerando que ambos têm suas particularidades e complementariedades. (BRITO *et al.*, 2021).

Os sujeitos entrevistados responderam como observaram as motivações no comportamento de consumo das crianças envolvidas no projeto da seguinte forma:

Diante da proposta de educar para consumir, a criança é instruída a ser mais crítica em relação as questões impostas pela sociedade, No que diz respeito ao consumo de bens materiais, os pequenos tornam-se analíticos, passam a ponderar gastos e perceber que muitos desenhos são inseridos em produtos apenas para atraí-los. É perceptível diferenças nos hábitos e comportamentos de crianças que vieram de outras escolas através de atitudes como o desperdício de água e papel. As crianças que possuem um embasamento de educação para o consumo desde cedo alertam os colegas sobre suas condutas. (Reduzir)

Quando as professoras saem com as crianças, vão fazer um estudo do meio, por exemplo, sempre tem aquelas lojinhas de souvenir com coisas para comprar, porém as professoras estão observando que mesmo a família dando dinheiro para as crianças, elas voltam com o dinheiro para casa, elas não compram tanta coisa. Elas comparam preços, “Imagina uma caneta R\$12,00, de jeito nenhum! Só por causa dessa figurinha aqui?” Então, esse retorno mostra o impacto do programa nas crianças.” (Consultora)

Através de relatos das famílias as crianças começam a ter comportamentos de poupar, reutilizar algo que está bom, pensar sobre o momento de qualidade com a família e demonstrar isso. Muitas vezes as crianças reutilizam caderno, mochila de um ano para o outro. No Colégio também tem um brechó de uniformes usados que podem ser doados para outras famílias. (Coordenadora)

O consumo consciente, de acordo com Efling e Resende (2016), é

um dos meios que possivelmente levará sujeitos a aderir e estimular o desenvolvimento sustentável, atentando-os para as preocupações com o meio ambiente atrelado aos direitos humanos, no entanto, isso só será possível se os programas educacionais instigarem seu público a obter consentimento dos impactos causados por suas decisões de consumo, que podem afetar, de forma positiva ou negativa, o meio ambiente e a sociedade.

A Resolução nº 7/2010 do MEC destaca a importância de se trabalhar temáticas que enfatizem práticas mais conscientes e reflexivas e que garantam uma melhora da vida em sociedade por meio da educação.

Conforme definido na Conferência de Tbilisi na Geórgia, que ocorreu em 1977, o principal evento sobre Educação Ambiental no planeta, organizado pela parceria entre a UNESCO e o Programa de Meio Ambiente da ONU (PNUMA), foram traçadas definições, objetivos, princípios e estratégias para a EA. Nesta Conferência, foi estabelecido que o processo educativo teria que ser orientado a fim de resolver os problemas concretos do meio ambiente, de maneira interdisciplinar e com participação ativa e responsável de cada indivíduo.

No Brasil, as demandas estabelecidas na Conferência de Tbilisi na Geórgia, tiveram ascendência após a Lei n. 6.938 de 1981, que aborda sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, objetivos e métodos de formulação e execução, referindo-se também a educação da comunidade, a fim de capacitar esses indivíduos para a participação ativa na defesa do meio ambiente.

De acordo com as características da Educação Ambiental e das definições estabelecidas após a Conferência em Tbilisi, destaca-se que

[...] a Educação Ambiental não seja uma disciplina. Há de ser a contribuição de diversas disciplinas e experimentos educativos ao conhecimento e à compreensão do meio ambiente, assim como à resolução dos seus problemas e à sua gestão. Sem o enfoque interdisciplinar não será possível estudar as inter-relações, nem abrir o mundo da educação à comunidade, incitando seus membros à ação.” (TRAVASSOS, 2001, p. 06).

Para que isso ocorra, torna-se necessário uma profunda mudança na maneira de ensinar e aprender, ou seja, na estrutura das Instituições de Ensino. Isso irá exigir novas metodologias, organização de equipes e professores que sejam de diferentes áreas do conhecimento, reestruturação dos temas e conteúdos disciplinares e, é claro, abertura dessas Instituições de Ensino para executar novas formas de metodologias educacionais (CARVALHO, 1998).

3.5 Educação ambiental: a aplicação do projeto

Ao inquirir os sujeitos de pesquisa sobre as dificuldades e facilidades a serem enfrentadas na aplicação do projeto, alegaram que

A facilidade de implantação se deu porque os educadores e toda a equipe acreditam numa educação construída a muitas mãos. O conteúdo de educação para o consumo é interdisciplinar, ele se encaixa em praticamente em todas as disciplinas e isso contribui bastante para o professor fazer relações em suas aulas. Não me lembro de ter encontrado dificuldades. (Coordenadora)

A imersão no mundo da tecnologia agravou-se no ano passado durante o período de aulas online, vemos atualmente, que a turma do 4º ano é resistente em realizar propostas que não envolvam a tecnologia. Por exemplo, muitos alunos possuem dificuldades em participar de jogos que estimulam o exercício mental como o dominó, mas se for apresentado uma versão online do jogo as dificuldades tornam-se nulas. (Reciclar)

Busca-se desenvolver uma metodologia ativa e criativa, para obter atenção e participação dos alunos, promovendo assim conscientização ambiental com atividades práticas que conciliem a teoria e prática, formando sujeitos conscientes e preocupados com a preservação do meio ambiente. (CARNEIRO, 2016).

Ao ser questionada sobre como os professores se organizam para encaixar os conteúdos na matriz curricular, a coordenadora informou que o conteúdo de educação para o consumo está como disciplina na grade curricular e foi autorizado pela Diretoria de Ensino.

A aprovação da Lei nº 9.795 de 1999 e de seu regulamento, o Decreto nº 4.281 de 2002, estabelece a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), que trouxe grandes esperanças para os educadores, docentes e ambientalistas, pois já se fazia a EA, mesmo não havendo um marco legal. A PNEA tem como objetivo: “Compreender as múltiplas e complexas relações que envolvem o meio ambiente, através de programas educativos responsáveis por estimular e fortalecer uma visão crítica dos problemas ambientais que por sua vez, são responsabilidades de todos”. (CAVALCANTI, 2013, p. 74).

Esta política prevê a inclusão da EA em todos os níveis de ensino, com a finalidade de contribuir, de maneira positiva, para a educação e um desenvolvimento sustentável. No final dos anos 90, essa abordagem foi

inserida no ensino básico no Brasil, após a aprovação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) (OLIVEIRA; NEIMAN, 2020).

O “Tema Transversal Meio Ambiente”, sugerido pelos PCN garantia uma abordagem interdisciplinar no âmbito escolar que cumpria a necessidade do debate extremamente importante para os tempos atuais, tenda a sustentabilidade como princípio fundamental (OLIVEIRA; NEIMAN, 2020, p. 37).

Uma das professoras relatou que

Esse projeto já é algo bem direcionado ao pensamento matemático, no sentido do cálculo mental, noção de lucro, custo e prejuízo. Vão acontecendo algumas outras coisas que vamos utilizando para ampliar o conhecimento deles principalmente naquilo que diz respeito à relação com a história, porque trabalhamos questões de economia a nível mundial e nacional, assim como o pensamento deles frente a isso, como enxergam, como é a economia para eles. Vamos aproveitando das situações atuais e também das ramificações que esse projeto tem para poder desenvolver os conteúdos que são necessários. (Reciclar)

Destaca-se também a educação financeira, promovida pela escola com brincadeiras e atividades, pois o brincar faz parte do mundo da criança e, ao utilizar esse instrumento em conjunto com o lúdico, torna-se essencial o para desenvolvimento infantil, e o aprendizado, realizado por intermédio de atividades lúdicas, permiti um desenvolvimento global e uma visão de mundo mais real. (DALLABONA, 2004).

De acordo com Carneiro *et al.* (2016), as questões ambientais é um assunto que necessita de urgência para preservação, conservação e conscientização do meio ambiente. A escola, sendo a principal fonte de alfabetização, não pode ficar omissa diante disto, sendo necessário portanto que aborde a importância da Educação Ambiental (EA) e apresente essa temática em suas diretrizes curriculares de forma interdisciplinar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que atualmente se vive uma cultura do consumo, este tornou-se o foco central da vida de todos. As práticas sociais, valores culturais, aspirações, ideias e identidade são definidas e orientadas a partir do que se consome. Os valores, portanto, passam a ser definidos pelo que se possui

e não pelo que se é, caminhando assim para uma liberdade individualista e um comportamento hedonístico.

O consumo tornou-se um fator de socialização e inserção social, e as crianças, seres em desenvolvimento, tornaram-se os principais alvos dessa cultura e influências propagadas principalmente por seus familiares associando a felicidade ao ato de consumo. Além disso, considerando as crises ambientais enfrentadas pelo mundo nos tempos atuais, faz-se urgente pensar a questão do desenvolvimento da sustentabilidade pela educação, com o intuito de estimular novos comportamentos na relação do homem com a natureza, direcionando um consumo consciente e responsável.

Sendo os impactos de uma sociedade consumista refletidos na escola, programas no ambiente escolar, como por exemplo o Projeto Ekonos, impactam tanto a vida das crianças quanto dos adultos, influenciando pais por meio das atividades propostas, na minimização de comportamentos consumistas e no aumento da responsabilidade social. Essa educação para o consumo, instiga a reflexão sobre um ato de consumir individual e coletivo, direcionando as escolhas com compromissos éticos e solidários, visando a redução de impactos negativos das aquisições desenfreadas.

Os resultados obtidos evidenciaram a importância e a eficácia de um ensino que incentiva a prática do consumo consciente, trazendo os estudantes como sujeitos de transformação da realidade socioambiental. Confirmou-se que o envolvimento das famílias nas atividades para o consumo consciente promove a continuidade desse ensino para fora dos muros da escola, além de auxiliar a criança a desenvolver uma melhor percepção e análise das estratégias de marketing utilizadas pela mídia que possuem o público infantil como alvo.

Os relatos e depoimentos dos sujeitos da pesquisa, envolvidos no Projeto EKONOS, apontam para práticas inovadoras de educação financeira para crianças no Ensino Fundamental I.

A pesquisa também aponta para estratégias de ações e a relação de consumo consciente e consumismo, evidenciando a importância em se colocar em pauta esse assunto, efetivando mudança de hábitos e oportunizando formações continuadas para que o contexto escolar esteja munido de práticas que lidem com as questões emergentes de uma sociedade contemporânea, pautadas no direcionamento de propostas que vão ao encontro da formação de sujeitos críticos, reflexivos, fortalecidos para o exercício de sua cidadania e para relações de consumo consciente e sustentável.

REFERÊNCIAS

- AGENDA 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. **Acelerando as transformações para a Agenda 2030 no Brasil**. <https://brasil.un.org/index.php/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em fevereiro de 2021.
- BARBOSA, L.. Sociedade de Consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004 *apud* ANDRADE, M. F. R.; ZECCHIN, G.. Sociedade do consumo e o papel da educação. REAE-Revista de Estudos Aplicados em Educação: **Revista de Estudos Aplicados em Educação**, São Paulo, ano 2017, v. 2, nº 3, p. 75-87, 2017
- BAUMAN, Z.. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed, 2013.
- BELINTANE, M.; CANTELLI, V.. Educação para o consumo consciente: uma proposta inovadora. São Paulo: **Adonis**, 2019. 168 p.
- BRITO, *et al.* A importância da participação da família no processo de ensino-aprendizagem da criança. **REEDUC-Revista de Estudos em Educação** (2675-4681), v. 7, nº 3, p. 62-88. Goiás, 2021.
- BRUNDTLAND, G. H. **Nosso futuro comum**: Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 2a. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991. *apud* ESTENDER, A. C.; PITTA, T. T. M. O conceito do desenvolvimento sustentável. **Revista Terceiro Setor**, v. 02, nº 01, p. 22-28. São Paulo, 2008.
- CAMARGO, A. L. B.. **As dimensões e os desafios do desenvolvimento sustentável**: concepções, entraves e implicações à sociedade humana. Orientadora: Profa. Sandra Sulamita Nahas Baasch. 2002. 198 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- CARNEIRO, B. S.; OLIVEIRA, M. A. S.; MOREIRA, R. F. Educação Ambiental na escola pública. **Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)**, v. 11, nº 1, p. 25-36. Ceará, 2016.
- CARVALHO, I. C. M. **Em direção ao mundo da vida**: interdisciplinaridade e educação ambiental. IPÊ. São Paulo, 1998.
- CAVALCANTI, J. nº A. Educação Ambiental: Conceitos, Legislação, Decretos e Resoluções pertinente e a formação continuada de professores em educação ambiental na Paraíba. **Revista Eletrônica Mestrado Educação Ambiental**. v. 30, nº 1, p.71–82. Paraíba, 2013. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3723/2220>. Acesso setembro de 2021.
- DALLABONA, S. R.; MENDES, S. M. S. O lúdico na educação infantil: jogar, brincar, uma forma de educar. **Revista de divulgação técnico-científica do ICPG**, v. 1, nº 4, p. 107-112. Santa Catarina, 2004.
- DELORS, J.. **Educação**: Um tesouro a descobrir. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI. 7.ed. São Paulo: Cortez, 2012 *apud*

SANTANA, L. nº Desenvolvimento Sustentável e Educação: Diálogo possível e necessário. **Interfaces Científicas - Educação**, Aracaju, v. 06, nº 02, p. 45 - 52, Fev. 2018.

EFING, A. C.; RESENDE, A. C. L. Educação para o consumo consciente: um dever do Estado. **RJLB**, ano 2, nº 1, 713-746. Rio de Janeiro, 2015.

FERMIANO, M. B. **O que é Educação para o Consumo?** São Paulo, 2019.

FERMIANO, M. B. Educação para o consumo: uma proposta transversal para o ensino de história. **História & Ensino**, Londrina, v. 22, nº 2, p. 111-135, 2016.

FIATES *et al.* Comportamento consumidor, hábitos alimentares e consumo de televisão por escolares de Florianópolis. **Revista de Nutrição** [online]. Florianópolis, 2008, v. 21. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-52732008000100011>. Acesso em outubro de 2021.

FREIRE, P. **Educação como Prática da Liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra LTDA, 1967 *apud* ANDRADE, M. F. R.; ZECCHIN, G.. Sociedade do consumo e o papel da educação. REAe- Revista de Estudos Aplicados em Educação: **Revista de Estudos Aplicados em Educação**, São Paulo, ano 2017, v. 2, nº 3, p. 75-87, 2017.

FREITAS, A. A. F. de; APOLÔNIO, L. P. M. Nascidos para comprar: notas sobre o consumismo infantil. **Zero-a-Seis**, Florianópolis, v. 17, nº 32, p. 210-223, 2015.

GADOTTI, M. **Educar para a sustentabilidade**: uma contribuição à década da educação para o desenvolvimento sustentável. Ed,L- Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, São Paulo, 2008.

HENRIQUES, P. *et al.* Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 17, nº 2, p. 481-490, fev. Rio de Janeiro, 2012.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec/ABRASCO, 1992.

MOURA, T. B.; VIANA, F. T.; LOYOLA, V. D. Uma análise de concepções sobre a criança e a inserção da infância no consumismo. **Psicologia: Ciência e Profissão**. São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pcp/v33n2/v33n2a16.pdf>. Acesso em abril de 2021.

OLIVEIRA, D. P. Consumo: A educação para o consumo e Educação Ambiental. In: OLIVEIRA, D. P. **Educação Para o Consumo no Cotidiano Escolar**: Um Estudo de Representações Sociais. Orientador: Laêda Bezerra Machado. 2015. Mestrado (Pós Graduação) - Universidade Federal De Pernambuco, Recife, PE, 2015. p. 255.

OLIVEIRA, L.; NEIMAN, Z. Educação ambiental no âmbito escolar: análise do processo de elaboração e aprovação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). **Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)**, v. 15, nº 3, p. 36-52, 2020.

OLIVEIRA, M. R. F. de; PASCHOAL, J. D. A infância e a sociedade do consumo: indústria cultural e imaginário infantil. **Imagens da Educação**, Maringá, v. 5, nº 1, p. 05-15, 2015.

SÁ, P. A. P. **Educação para o Desenvolvimento Sustentável no 1º CEB**: contributos da formação de professores. 2008. 474 f. Tese (Doutorado em Didáctica) – Departamento de Didáctica e Tecnologia Educativa da Universidade de Aveiro, Aveiro, 2008 *apud* PITANGA, A. F. Crise da modernidade, educação ambiental, educação para o desenvolvimento sustentável e educação em química verde: (re)pensando paradigmas. **Ensaio Pesquisa em Educação em Ciências**, Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, v. 18, nº 03, p. 141-159, 2016.

SALEH, A. M.; SALEH, P. B. O. O elemento financeiro e a educação para o consumo responsável. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 29, nº 04, p. 189- 214, 2013.

SANDRONI, P. (Org.). **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Editora Best Seller, 1999 *apud* SALEH, A. M.; SALEH P. B. O. Apresentação didática do projeto Educação para o consumo responsável. Conexão UEPG, Ponta Grossa, 2010.

SCHUCHOVSKI, L. N.; PONCIO, A. G. R.; SANTOS, A. F. P. R. dos. O lugar da infância na sociedade de consumo: uma sociologia da relação entre publicidade e infância no Brasil. **PANÓPTICA -Direito, Sociedade e Cultura**, Vitória, v. 7, nº 1, p. 71-103, jul. 2012.

SILVA, J. M. **Reflexões sobre a influência da propaganda infantil via internet na intenção de compra das crianças**. 2018. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia. Ituiutaba, 2018

SILVA, M. E.; GÓMEZ, C. R. P. Consumo Consciente: o Papel Contributivo da Educação. **REUNA**, Belo Horizonte, v. 15, nº 3, p. 43-54, 2010.

TONI, D. de.; MATTIA, A. A.; LARENTIS, F. M. G. R. (2010). Um estudo sobre a configuração da imagem do conceito de consumo consciente. **Anais do V Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. Florianópolis *apud* SILVA, M. E.; OLIVEIRA, A. P. M.; GÓMEZ, C. R. P. Indicadores de Consumo Consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. **Revista Facecla**, v. 12, nº 12. Paraná, 2013.

TRAVASSOS, L. C. P. Inteligências múltiplas. **Revista de biologia e ciências da terra**, v. 1, nº 2, p. 0. Pernambuco, 2001.

VANWESENBEECK, I.; WALRAVE, M.; PONNET, K. *Children and advergames: the role of product involvement, prior brand attitude, persuasion knowledge and game attitude in purchase intentions and changing attitudes*. **International Journal of Advertising**, v. 36, nº 4, p. 520-541, 2017 *apud* ZATTI, B. *et al*. Consumo infantil: o processo de decisão de compra dos pais. **Revista Eletrônica Cientista**. UERGS, v. 4, nº 5, p. 685-704. Caxias do Sul, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02650487.2016.1176637>. Acesso em junho de 2021.

