



**XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa**  
Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

## **REFLETINDO SOBRE O CONSUMISMO UMA PRÁTICA PEDAGÓGICA COM ALUNOS DE 5º ANO**

Elieti de Deus Vasques<sup>1</sup>  
Letícia Ferreira Pedrozo dos Santos<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo refere-se ao projeto de pesquisa desenvolvido com alunos do 5º ano da EMEF Dr. Antônio Bemfica Filho, cuja temática está relacionada à diminuição do consumismo nas famílias desta comunidade escolar, especificamente na turma do 5º ano A, representado por 15 famílias. Durante a época da Páscoa, a partir da atividade de trazer rótulos e embalagens para a sala de aula, os alunos observaram o alto consumo de itens mais caros, quando comparados produto x quantidade x valor. Assim começamos a elaborar o projeto, cujo objetivo é incentivar a comunidade escolar a desenvolver um consumo consciente, promovendo reflexões acerca do assunto para que, assim, possam construir uma consciência responsável com relação ao que adquirir numa sociedade em que tudo está relacionado à mídia, ao comprar e descartar sem pensar nos impactos gerados ao meio ambiente e à própria economia familiar. Para atingir o principal objetivo da pesquisa e ampliar os conhecimentos sobre o tema em questão, realizamos uma saída de campo ao Grupo RBS, Jornal Zero Hora e Rádio Gaúcha, a fim de compreender o processo de publicidade e marketing, bem como a influência desses meios de comunicação na questão do consumo e analisar as diferentes estratégias das propagandas. Arelado a isso, convidamos e entrevistamos um economista na escola, para que pudessemos esclarecer dúvidas e elaborar ações positivas para auxiliar nesse processo de aquisição de consciência responsável frente ao consumismo. A partir disso, realizamos pesquisa bibliográfica sobre o assunto e sobre os diversos tipos de brechós, bem como a grande ascensão que esta modalidade de compra vem tendo, desenvolvemos em nossa escola um troca-troca de livros e um troca-troca de roupas entre os colegas da turma, entrevistamos as famílias e tabulamos os dados para análise do perfil da nossa comunidade escolar. Elaboramos uma nova entrevista para constatar o potencial de efeito das ações e comparamos as respostas da entrevista inicial com as respostas da entrevista

---

<sup>1</sup> Professora da Rede Municipal de NH, lotada na EMEF Dr. Antônio Bemfica Filho, regente da turma do 5º ano A da Escola. Graduada em Pedagogia. Pós-graduanda em Psicopedagogia.

<sup>2</sup> Professora da Rede Municipal de NH, lotada na EMEF Dr. Antônio Bemfica Filho, Professora Coordenadora do Laboratório de Informática Educativa da Escola. Graduada em Pedagogia. Especialista em Psicopedagogia Clínica e Institucional. Especialista em Informática Instrumental.



## **XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa** Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

final. Diante de todas as ações, constatamos que estamos alcançando nosso objetivo, visto que os alunos têm sido agentes de mudança em suas famílias, adotando novas atitudes e posicionamentos sobre o assunto.

**Palavras-chave:** Consumismo; consumo responsável; mídia.

### **INTRODUÇÃO**

O tema do presente estudo é o consumismo na comunidade escolar da EMEF Dr. Antônio Bemfica Filho. A pesquisa em questão justifica-se pela necessidade de conscientização e mudança de hábito acerca do consumismo, visto o interesse dos alunos pelo assunto e a importância do mesmo na atualidade, visando possibilitar um consumo responsável, respeitando o meio ambiente e relacionando aos custos dos produtos desejados pelos alunos e o impacto disso as suas famílias.

O instrumento inicial de pesquisa foi uma coleta de rótulos e embalagens, quantificando e comparando custo e quantidade dos itens. A partir dela, identificou-se que os alunos não observavam e não relacionavam, no ato da compra, custo x benefício do produto a ser adquirido, não refletindo sobre as condições financeiras da família e da necessidade efetiva ou não de adquirir o produto, e também não analisavam os impactos ambientais com relação ao descarte das embalagens geradas pelo ato da compra. Tais observações foram analisadas no período da Páscoa, quando comparamos as embalagens de caixas de bombom, ovos e barras de chocolate com relação à quantidade e ao custo desses itens. Dessa forma, formulamos a questão problema da pesquisa e seguimos com nossas hipóteses, elaboramos ações e uma entrevista com a comunidade escolar, referentes a essa temática.

Pensando na temática do consumismo e em como motivar a redução de maneira a levar a reflexão sobre as ações individuais e coletivas, observando as consequências e não apenas vislumbrando a aquisição momentânea, iniciamos o projeto de pesquisa, visando a buscar um consumo consciente e mudança de



## **XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa** Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

hábitos consumistas, uma vez que vivemos em um mundo onde cada vez mais as pessoas optam por coisas descartáveis e pouco reutilizam aquilo que adquirem, seja eletrônico, vestuário ou outro. Existem muitas possibilidades de compra, assim como uma forte influência da mídia, em que as propagandas são voltadas ao incentivo ao consumo e, na maioria das vezes, sem qualquer comprometimento com o meio ambiente ou com o equilíbrio da economia familiar. Para não cair na armadilha de compras desnecessárias, é preciso autocontrole, pensando que o consumismo compromete diversas áreas, já que muitas vezes transforma as pessoas em consumidores compulsivos, além de afetar diretamente no orçamento familiar.

### **METODOLOGIA**

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente, em parceria com o Instituto Alana, no caderno de consumo sustentável:

As crianças, nesse sentido, são a porta de entrada para um futuro mais sustentável. Se aprenderem a agir e consumir com consciência, serão importantes transformadores sociais. Mas estão sendo formadas para isso... Ninguém nasce consumista. O consumismo é um hábito que se forma a partir dos valores materialistas e que traz sérios problemas para a sustentabilidade. É possível mudar este quadro. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2005, p.21)

O fato é que hoje as crianças são induzidas primeiramente a conquistar um espaço no mundo do ter. A mídia, por sua vez, estimula cada vez mais o ato de consumir, de comprar sem pensar nas consequências. Nesse sentido, faz-se necessário promover momentos de reflexão e ação sobre essa temática.

De acordo com Vermelho apud Bauman:

Os jovens incorporaram plenamente o uso das tecnologias digitais em seu cotidiano, sobretudo por meio do smartphone, do computador e do tablet. Tão logo é lançado um novo modelo de aparelho, rapidamente eles buscam adquiri-lo, sem ao menos refletir sobre a real necessidade daquele aparato. Ao abordar as características da vida contemporânea, Bauman (2005) afirma que, na sociedade atual, o descarte de produtos tem prioridade sobre



## XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa

Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

a aquisição deles. Com isso, a indústria de remoção de lixo ganha destaque, pois a sobrevivência dessa sociedade está ligada ao rápido e eficiente descarte do lixo. O autor critica o modo como a sociedade lida com a questão: não se pode parar, precisamos modernizar-nos, ir em frente e deixar tudo aquilo que for ultrapassado e que estiver com o prazo de validade vencido. Essa lógica, além de desumanizadora, contrapõe-se ao conceito de sustentabilidade. Os valores dessa sociedade são voláteis, o que revela um descuido com o futuro, egoísta e hedonista. Portanto, a crescente demanda ecológica no tempo e na cultura nos quais vivemos viria não apenas em resposta a uma necessidade crescente de preservação do planeta, mas de uma necessidade de respeito a nossa própria humanidade e de seu resgate. (VERMELHO, 2014, p. 43-44)

O consumismo está relacionado à ideia de devorar, destruir e extinguir. Alguns autores do meio científico investigam a hipótese de que as tragédias naturais, como queimadas, furacões, inundações gigantescas, enchentes e períodos prolongados de secas podem estar ligadas à exploração irresponsável do meio ambiente, que prevaleceu ao longo de décadas.

Concentrar todos os esforços no consumo é contribuir, dia após dia, para o desequilíbrio global. O consumismo infantil, portanto, é um problema que não está ligado apenas à educação escolar e doméstica. Embora a questão seja tratada quase sempre como algo relacionado à esfera familiar, crianças que aprendem a consumir de forma inconsequente e desenvolvem critérios e valores distorcidos são de fato um problema de ordem ética, econômica e social.

Uma das metodologias empregadas nesta pesquisa pedagógica foi a produção de dados quantitativos, que foram desenvolvidos no 1º semestre de 2018, nos meses de abril até o momento, na EMEF Dr. Antônio Bemfica Filho. O instrumento inicial para análise de dados utilizado foi uma coleta de rótulos e embalagens, seguida de questionário no início do mês de maio de 2018, com perguntas abertas e fechadas, entregue aos alunos, famílias e professores da escola.

Realizou-se a pesquisa bibliográfica, o acesso a vídeos e reportagens, além de pesquisas, saída de campo para distribuição de *folders* explicativos sobre o tema do projeto e distribuição destes para a comunidade escolar. Além disso, como ação promoveu-se um troca-troca de roupas entre os alunos da turma.

Como fonte de pesquisa, realizou-se uma saída de campo ao Jornal ZH, a Rádio Gaúcha e ao Grupo RBS, com intuito de verificar a questão da mídia, *marketing* e propaganda dos produtos que vemos em diversos meios de comunicação.

Ainda recebemos a visita do economista Giordano da Luz que respondeu a perguntas dos alunos, nas quais ele mencionou que a questão do consumismo está atrelado a mídia, de fato, e na forma como cada um analisa as necessidades a serem adquiridas. Giordano mencionou, também, que ações como brechó podem sim auxiliar na diminuição do consumismo.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando as respostas das entrevistas, conforme aponta o gráfico 2, ainda que a maioria dos entrevistados tenham prioridades bem definidas na hora de realizar as compras, o gráfico 1 nos mostra que, das respostas válidas, metade dos entrevistados gastam com coisas que não precisam.

### 01 - Por que você veio comprar no brechó?

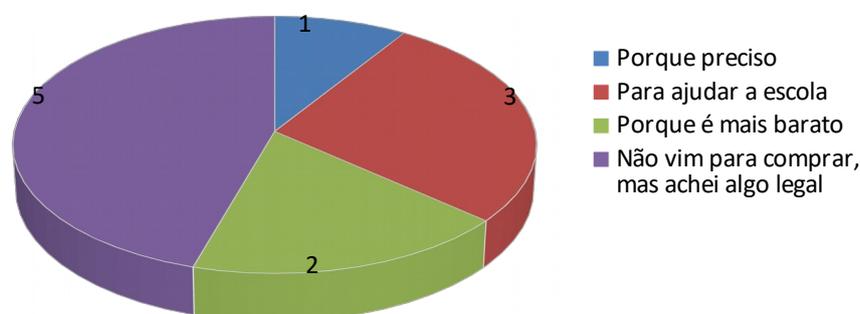


Gráfico 1: 01 – Por que você veio comprar no brechó?

## 02 - Você costuma comprar em brechó?

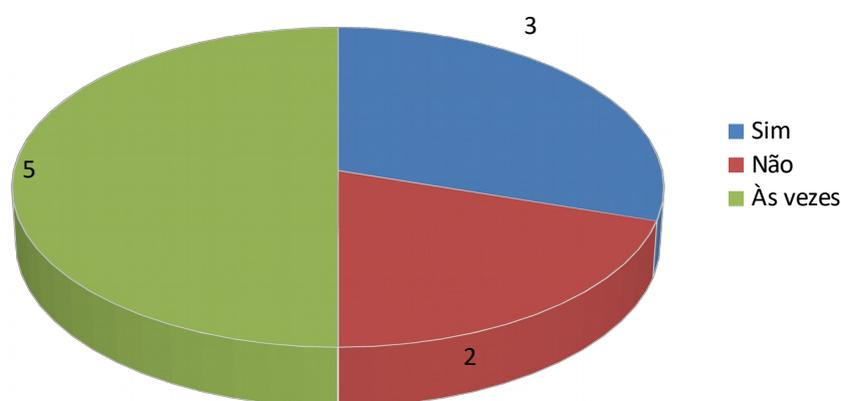


Gráfico 2: 02 – Você costuma comprar em brechó?

Já no gráfico 3, temos como mais da metade dos entrevistados dizendo não ter refletido sobre o tema consumismo, o que nos confirma a necessidade de abordar esse tema e oportunizar essa reflexão, visando melhorar a organização familiar, a sociedade em que vivemos e o nosso meio ambiente a curto e longo prazo.

## 03 - Você costuma gastar com o que não precisa?

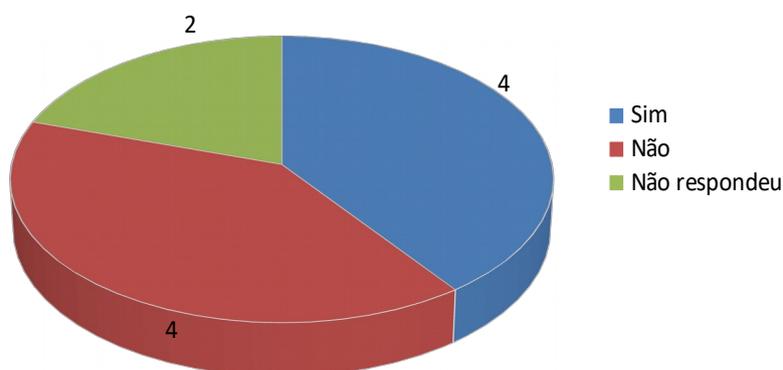


Gráfico 3: 03 – Você costuma gastar com o que não precisa?

### 1. Qual é a pessoa mais consumista da casa?

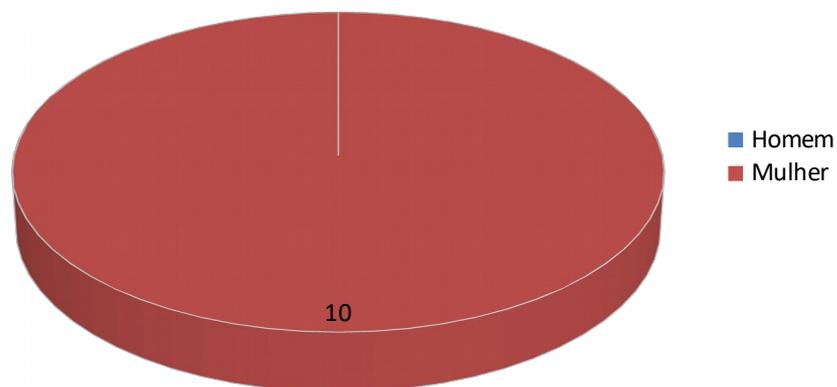


Gráfico 4: 1. Qual é a pessoa mais consumista da casa?

### 2. Analisando os custos do final de semana, você costuma gastar sem ter metas definidas ou estipula um valor limite a ser gasto?

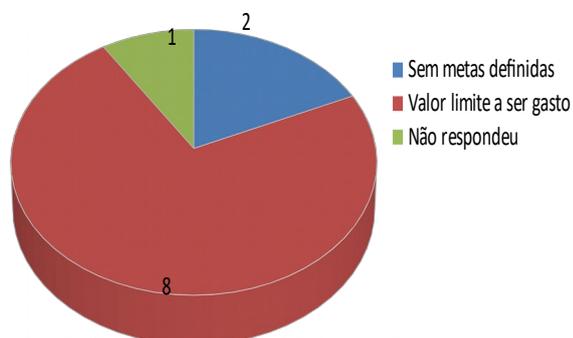


Gráfico 5: 2. Analisando os custos do final de semana, você costuma gastar sem ter metas definidas ou estipula um valor limite a ser gasto?



## **XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa** Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

Ao analisar as perguntas 1 e 2 da entrevista de agosto, conforme os respectivos gráficos 4 e 5, percebemos que a predominância do consumismo nas famílias recai nas mulheres e que as famílias já apresentam metas no quesito do quanto gastar ou não.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com a pesquisa realizada estando em andamento, constatou-se que a questão do consumismo precisa ser avaliada constantemente, pois, em alguns casos as pessoas não percebem que são consumistas.

Ainda, descobrimos que, quanto aos brechós, embora nos últimos anos eles tenham tido uma grande expansão, ainda há receio quanto à aquisição de peças usadas ou até mesmo com etiqueta compradas em brechós. Assim como a dificuldade de abrir mão do que é seu para trocar ou doar para outra pessoa é uma questão muito latente.

A mídia tem forte influência sobre as pessoas e ela impulsiona as vendas através de propagandas ou outros meios que geram convencimento a comprar, muitas vezes, sem necessidade, favorecendo a compra compulsiva. Nossa pesquisa ainda não está concluída, visto que o tema nos permite articular mais ações de conscientização, embora que já se percebe uma nova postura dos alunos frente ao assunto, bem como mudanças de hábitos relacionados ao ato de consumir.

### **REFERÊNCIAS**

- ALONSO, A. S. M. **O método e as decisões sobre os meios didáticos**. In: Juan Maria Sancho (org). Para uma tecnologia educacional. Porto Alegre: ArtMed, 2001.

**CONSUMO SUSTENTÁVEL: Manual de educação**. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. 160 p.



**XVI Fórum da Rede Municipal de Ensino: educação e pesquisa**  
Secretaria de Educação de Novo Hamburgo – 23 de outubro de 2018

- SETZER, V. W. **Meios eletrônicos e educação: uma visão alternativa**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.
- VERMELHO, Sonia Cristina Dias. **Tecnologias digitais na educação**. Curitiba: Universidade Positivo, 2014. 154 p.
- VYGOTSKY, L. S. **Linguagem, desenvolvimento e aprendizagem** / L. S.; Vygotsky, L., Romanovich, A. L., Leontiev A. N; Tradução Villalobos, M. P. São Paulo: Ícone, 2001.