

**INSTITUTO FEDERAL GOIANO – CAMPUS CERES
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS BIOLÓGICAS
JANAINA GONÇALVES FERREIRA**

CULTURA DO CONSUMISMO: uma revisão bibliográfica sistemática

**CERES – GO
2020**

JANAINA GONÇALVES FERREIRA

CULTURA DO CONSUMISMO: uma revisão bibliográfica sistemática

Trabalho de curso apresentado ao curso de licenciatura em ciências biológicas do Instituto Federal Goiano – Campus Ceres, como requisito parcial para a obtenção do título de Licenciado em ciências biológicas, sob orientação da Profa.Dra. Maria do Socorro Viana do Nascimento.

**CERES – GO
2021**

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano

FF383c Ferreira, Janaina Gonçalves
CULTURA DO CONSUMISMO: uma revisão bibliográfica
sistemática / Janaina Gonçalves Ferreira;
orientadora Maria do Socorro Viana Nascimento. --
Ceres, 2021.
19 p.

Monografia (Graduação em Licenciatura em Ciências
Biológicas) -- Instituto Federal Goiano, Campus
Ceres, 2021.

1. Consumismo Infantil. 2. Educação Ambiental. 3.
Mídia. 4. Ambiente escolar. I. Nascimento, Maria do
Socorro Viana , orient. II. Título.

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES
TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO**

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- Tese Artigo Científico
 Dissertação Capítulo de Livro
 Monografia – Especialização Livro
 TCC - Graduação Trabalho Apresentado em Evento
 Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____

Nome Completo do Autor: Janaina Gonçalves Ferreira

Matrícula: 2017103220510163

Título do Trabalho: Cultura do consumismo: uma revisão bibliográfica

Restrições de Acesso ao Documento

Documento confidencial: Não Sim, justifique: _____

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: 12/03/2021

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

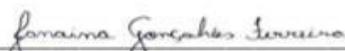
O/A referido/a autor/a declara que:

- o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Ceres, Goiás, 25/02/2021.

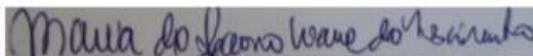
Local

Data



Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais

Ciente e de acordo:



Assinatura do(a) orientador(a)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA INSTITUTO
FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO

Ao(s) vinte e dois dia(s) do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte e um, realizou-se a defesa de Trabalho de Curso do(a) acadêmico(a) Janaina Gonçalves Ferreira, do Curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, matrícula 2017103220510163, cujo título é “CULTURA DO CONSUMISMO: uma revisão bibliográfica sistemática”. A defesa iniciou-se às desesseis horas, finalizando-se às dezesete horas e quinze minutos. A banca examinadora considerou o trabalho APROVADO com média dez no trabalho escrito, média dez no trabalho oral, apresentando assim média aritmética final dez de pontos, estando o(a) estudante APTO para fins de conclusão do Trabalho de Curso. Após atender às considerações da banca e respeitando o prazo disposto em calendário acadêmico, o(a) estudante deverá fazer a submissão da versão corrigida em formato digital (.pdf) no Repositório Institucional do IF Goiano – RIIF, acompanhado do Termo Ciência e Autorização Eletrônico (TCAE), devidamente assinado pelo autor e orientador. Os integrantes da banca examinadora assinam a presente.

(Assinado Eletronicamente)
Maria do Socorro Viana do Nascimento
Presidente da Banca

(Assinado Eletronicamente)
Maria Lícia dos Santos
Membro 1 Banca Examinadora

(Assinado Eletronicamente)
Vitória Christian Muraoka Cordeiro
Membro 2 Banca Examinadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à Deus que sempre me amparou e não me deixou desistir mesmo nos meus momentos de fraqueza, agradeço também meus pais Sr. Ernandes e Sra. Helena por todo apoio emocional, financeiro e incentivos. Agradeço também à minha Orientadora Dra. Maria do Socorro, que me orientou e teve muita paciência comigo. Por fim eu agradeço a mim mesmo, pois se não fosse minha força de vontade a realização deste trabalho não seria possível.

Enfim, muito obrigado a todos que de forma direta ou indireta contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

O consumismo é um dos fatores contributivos e influenciadores aos danos ambientais e na qualidade de vida. Neste sentido, a Educação Ambiental nos anos iniciais de escolarização do indivíduo se faz importante pois é preciso estimular o desenvolvimento de um conjunto de atitudes e capacidades no aluno, para que eles investiguem, questionem, construam e utilizem os meios disponíveis ganhando autonomia ao longo da aprendizagem. O presente artigo tem como finalidade apresentar uma revisão sistemática da literatura sobre o consumismo entre o público infantil em publicações realizadas nos últimos 29 anos. O levantamento de dados ocorreu de setembro de 2019 a julho de 2020 e cruzou o unitermo *Consumismo* com *Mídia*, *Propaganda*, *Consumismo infantil*, *Escola* e *Ambiente escolar* e seus termos equivalente nas línguas inglesa e espanhola, destes foram selecionados 241 artigos mas somente 18 artigos que responderam aos critérios de inclusão.

Palavras Chave: Consumismo Infantil; Educação Ambiental; Mídia; Ambiente escolar.

ABSTRACT

Consumerism is one of the contributing and influencing factors to environmental damage and quality of life. In this sense, Environmental Education in the early years of schooling of the individual is important because it is necessary to stimulate the development of a set of attitudes and skills in the student, so that they investigate, question, build and use the available means gaining autonomy throughout the learning . The purpose of this article is to present a systematic review of the literature on consumerism among children in publications published in the last 29 years. The data collection took place from September 2019 to July 2020 and crossed the term Consumerism with Media, Advertising, Child Consumerism, School and School Environment and its equivalent terms in the English and Spanish languages, of these 241 articles were selected but only 18 articles that met the inclusion criteria.

Keywords: Child Consumerism; Environmental education; Media; School environment.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	3
2.1. Educação Ambiental	3
2.2. Consumo e sustentabilidade	4
2.3. Consumo e consumismo	6
METODOLOGIA	7
RESULTADOS E DISCUSSÃO	7
4.1. Temas abordados nos artigos	11
Influência da mídia sobre o consumismo infantil	11
Hábitos de consumo exacerbado e seus problemas	13
O tema consumismo infantil no ambiente escolar	14
CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	16

1. INTRODUÇÃO

O consumismo é um dos fatores contributivos e influenciadores aos danos ambientais e na qualidade de vida. A sociedade moderna utiliza o consumo de bens como forma de manifestar sua posição social, assim o consumo exagerado representa uma identidade social e um sentimento de que pertencemos a um grupo. A inovação e melhoria dos artigos de consumo geram maior expectativa de conforto e bem-estar com o objetivo de suprir a felicidade (ZANIRATO, 2016).

Segundo Giacomini (1991), esse é um fenômeno humano individual ou grupal influenciado por empresas, instituições, grupos ou organizações, deste modo todos estão sujeitos a um excesso de estímulos para o consumo exagerado. Dessa forma, a comunicação torna-se um dos principais estímulos, considerando que através da televisão, é possível ampliar o interesse, incentivar e influenciar de forma coletiva o consumo exacerbado. O mercado está sempre inovando para sustentar a clientela. Por ser um instrumento presente na maioria dos lares brasileiros (97% dos domicílios) (PNAD-IBGE, 2011) com média diária de 4 horas em frente à TV, exposta ao estímulo constante ao consumo (CARON et al. 2015).

O instituto “Criança e Consumo” (2017) traz dados alarmantes sobre o assédio do marketing voltado ao público infantil. E é por intermédio desse consumo precoce que as crianças estão sofrendo cada vez mais cedo com a obesidade infantil, erotização, adultização da infância, violência, estresse familiar, diminuição das brincadeiras e consumo de bebidas alcoólicas e tabaco, causando assim impactos negativos no seu desenvolvimento social e físico.

É através desse consumo exacerbado que o meio ambiente tem seus recursos rapidamente exauridos. Uma exploração exagerada, gera ameaças a estabilidade dos seus sistemas de sustentação (esgotamento de recursos naturais renováveis e não-renováveis, degradação do solo, perda de florestas e da biodiversidade, poluição da água e do ar e mudanças climáticas, entre outros).

De acordo com a PNUD (2014) mais da metade da população mundial (54%) vive em áreas urbanas, mas somente 40% da população economicamente ativa é composta por produtores rurais, deste modo dois terços das pessoas em situação de extrema pobreza vivem em zonas rurais, e a sua subsistência depende em grande

escala da agricultura e dos recursos naturais. Um dos efeitos desse consumo é pressão sobre os recursos hídricos, a degradação do solo juntamente com a falta de água são preocupações constantes, ainda em concordância a PNUD (2014), afirma que em 2025, a escassez de água afetará mais de 1,8 mil milhões de pessoas, atingindo principalmente os trabalhadores agrícolas e os agricultores pobres.

Não há dúvida de que a aglomeração populacional, os padrões de consumo e de deslocamento, e as atividades econômicas urbanas têm exercido intensos impactos sobre o meio ambiente em termos de consumo de recursos e eliminação de resíduos. E o resultado dessa exploração excessiva não é dividido igualmente para todos, onde apenas uma minoria da população se beneficia dessa riqueza (CORTEZ, 2009).

Cortez (2009), deixa claro que toda essa exploração excessiva acarreta no processo “*Overshoot*”, um estágio no qual o meio ambiente não mais consegue se regenerar e prover recursos futuros. Deste modo é indispensável questões ambientais nos anos iniciais, pois contribuirá para a formação de cidadãos conscientes aptos para decidirem e atuarem na realidade socioambiental (MEDEIROS, 2011).

A expansão da sociedade de consumo, dominada pelo estilo de vida norte-americano, transformou o consumo em uma compulsão e um vício, estimulados pelas forças do mercado, da moda e da propaganda (CORTEZ, 2009), resultando em uma exposição à publicidade e atratividade para a publicidade de bebidas alcoólicas, relacionando-a com uma maior expectativa de consumo futuro e com um consumo maior e mais precoce, principalmente entre adolescentes e adultos jovens (PINSKY, 2019).

A alimentação merece uma atenção especial, pois os estudos apontaram que a mídia tem exercido papel fundamental na formação de novos hábitos alimentares, causando influência no público infantil. Conforme descrito por Araújo (2006), as crianças que passam muitas horas expostas à televisão, são mais vulneráveis aos anúncios de alimentos de alto valor calórico, além do fato de não estarem praticando atividades físicas, situação esta que predispõe para o aumento do risco para obesidade e sobrepeso (PIPITONE, 2015).

Em conformidade com Mendes et al., (2006), no Brasil, o excesso de peso e a obesidade já atingem mais de 30% da população adulta, sendo acompanhada por maior morbidade e menor longevidade dos indivíduos. Na infância este problema crescente chega a atingir de 25% a 30% da população infantil nos países ricos. Por isso há uma necessidade de conscientização, pois a educação deve ser ressaltada como elemento para a transformação da sociedade, tornando viável o desenvolvimento de uma nova ética.

Para a UNESCO (2005, p. 44), “Educação Ambiental é uma disciplina bem estabelecida que enfatiza a relação dos homens com o ambiente natural, as formas de conservá-lo, preservá-lo e de administrar seus recursos adequadamente”.

A Educação Ambiental nos anos iniciais de escolarização do indivíduo se faz importante, visto que para Medeiros (2011), é mais fácil conscientizar as crianças sobre as questões ambientais do que os adultos, assim sendo a escola irá preparar o indivíduo para exercer sua cidadania, possibilitando a ele uma participação efetiva nos processos sociais, culturais, políticos e econômicos.

O presente trabalho tem por motivação a importância da Educação Ambiental nas séries iniciais. A disciplina tem como objetivo promover pensamentos críticos a respeito dos problemas ambientais enfrentados e futuros.

Deste modo, é preciso estimular o desenvolvimento de um conjunto de atitudes e capacidades no aluno, para que eles investiguem, questionem, construam e utilizem os meios disponíveis ganhando autonomia ao longo da aprendizagem. O presente artigo tem como finalidade apresentar uma revisão sistemática da literatura sobre o consumismo entre o público infantil (idade inferior a 12 anos) em publicações realizadas nos últimos 29 anos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Educação Ambiental

A Educação Ambiental (EA) surge da preocupação da sociedade com o futuro da vida e com a qualidade da existência das presentes e futuras gerações. A EA se transforma em uma proposta educativa em sentido forte, onde dialoga com o campo educacional, com suas tradições, teorias e saberes (CARVALHO, 2006).

Segundo Santos (2001), a EA deve ser vista como um processo constante de aprendizagem que preza as diversas formas de conhecimento, e forma cidadãos com consciência local e planetária .

Sorrentino (1998), ressalta a importância das Conferências dedicadas especialmente à Educação Ambiental, que ocorreram nos anos de 1972-1977 , que configurou a EA como importante instrumento de promoção da consciência ambiental e estratégia fundamental para se conseguir criar e aplicar formas mais eficazes e sustentáveis de integração sociedade/natureza.

No Brasil a EA foi instituída pela Lei n.º 6.938, de 31 de agosto de 1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente – PNMA, e definiu como princípios a promoção da Educação Ambiental em caráter formal, em todos os níveis de ensino, bem como no não formal, na educação comunitária, com o objetivo de capacitação para a promoção da defesa do meio ambiente. Mais adiante em 27 de abril de 1999 a Lei n.º 9.795, que dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA) e dá outras providências, conceitua a EA como:

Art. 1.º Entendem-se por Educação Ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

Essas legislações integrantes das políticas públicas, ao indicarem a necessidade de que a educação ambiental seja também desenvolvida no ensino formal, ou seja, na educação escolar, buscam inserir a educação ambiental no processo de formação dos indivíduos, compreendendo a escola como “forma principal e dominante de educação” (SAVIANI, 2015, p. 35).

Por ser um processo no qual o educando passa a obter conhecimento sobre as questões ambientais, a EA possibilita uma nova visão sobre o meio ambiente, se tornando um agente transformador em relação à conservação ambiental. Portanto a EA nas escolas irá contribuir para a formação de cidadãos conscientes, aptos para decidirem e atuarem na realidade socioambiental de um modo comprometido com a vida, com o bem-estar de cada um e da sociedade (MEDEIROS, 2011).

2.2. Consumo e sustentabilidade

Na definição do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, consumo sustentável significa:

“O fornecimento de serviços e de produtos que preencham as necessidades básicas e dêem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, de forma a não ameaçar as necessidades das gerações futuras.”

De modo geral, a sustentabilidade se caracteriza por ser um termo amplo, o que a torna cada vez mais presente na vida da sociedade moderna. Em resumo, é a utilização dos recursos que a natureza oferece, no mais eficiente e eficaz possível, economicamente, buscando o menor impacto no equilíbrio entre o meio ambiente e o modo de vida humano.

Entretanto, Boff (2009) afirma que, o conceito de “consumo sustentável”, é transmitido todos os dias por notícias, revistas e anúncios, mas que não é suficiente para conscientizar a sociedade contemporânea. Já são mais de sete bilhões de habitantes da Terra, vivendo onde o importante é acumular recursos e bens, independentemente de qualquer forma e origem que eles tenham. Em uma sociedade capitalista vende o preceito que só se pode viver bem quando todas as necessidades, mesmo que venham do ego e da ganância humana, sejam realizadas.

Ainda de acordo com Boff (2009), sustentável seria o crescimento econômico e o desenvolvimento social, que de acordo com a comunidade da vida, produzir segundo a capacidade do bioma de atender com eficiência as demandas de nossa geração, sacrificando o capital natural e aberto às demandas das gerações do futuro.

Arnt (2010), alega que os economistas se perguntam como alocar recursos escassos com usos alternativos e a natureza não parece ser um recurso escasso. Arnt afirma ainda que, certamente não era há duzentos anos no passado, mas essa escassez de bens naturais é um fenômeno recente que acontece com a degradação do meio ambiente. Contudo, estamos percebendo que este bem, a natureza, está sendo destruída pelo homem onde temos um problema não só econômico como também natural, onde biomas, animais estão sendo extintos.

2.3. Consumo e consumismo

Cortez (2009), sustenta que o consumismo é o ato de consumir produtos ou serviços, muitas vezes, sem consciência. E que há várias discussões a respeito de como a propaganda e a publicidade exercem nas pessoas, induzindo-as ao consumo, mesmo que não necessitem de um produto comprado. Cortez define ainda que o “consumo” é entendido como as aquisições racionais, controladas e seletivas baseadas em fatores sociais e ambientais e no respeito pelas gerações futuras. Já o consumismo pode ser ressaltado como uma dependência para consumir.

O World Watch Institute (2010), reconhece que o consumo é normal. Todas as pessoas ou seres vivos necessitam consumir para sobreviver. A coisa que não é procedente é o consumismo, que é a tendência atual que leva as pessoas a buscar o significado da vida e aceitação dos outros principalmente através do que eles consomem.

Ao longo dos anos, a evolução econômica permitiu o aumento entre classes e bens de consumo sociais agora estão disponíveis para todos. As classes mais baixas entram no ritmo do consumismo e a mídia se torna um grande aliado da disseminação dessa nova realidade. Lipovetsky (2007), declara que a concepção de sociedade de consumo tange atualmente como um indício onde, se assemelha com uma das competências mais representativa da nova ordem econômica e da vida cotidiana das sociedades contemporâneas.

Para Lazzarini e Gunn (2002), atualmente são perceptíveis modelos insustentáveis tanto na produção quanto no consumo, que na verdade são dois lados da mesma moeda cujos relacionamentos são interdependentes. Aquela insustentabilidade é baseada em métodos indevidos socialmente e predadores ambientais porque não atendem às carências fundamentais da população e que precisa do uso intensivo de recursos naturais, poluição, degradação dos ecossistemas naturais, incluindo a eliminação de resíduos pós-consumo.

Logarezzi (2006), salienta que a progressista procura por novas mercadorias para consumo, com vistas a agradar tanto necessidades reais e desejos produzidos socialmente com a ajuda da publicidade, promove o elevado da produção e diversidade de produtos.

Nesse contexto, a questão dos resíduos foi apontada por problemas ambientais como um dos mais graves problemas ambientais urbanos presentes. Entendendo a necessidade de gerenciamento integrado de resíduos sólidos levaram à criação da chamada Política da 3R (Reduzir, Reutilização e Reciclagem), que inspira técnica e pedagogicamente os meios de abordando a questão do lixo, como assegura Layrargues (2001). Contudo, em geral, a ênfase nos programas de coleta seletiva é a reciclagem e reciclagem em vez de reduzir o consumo, o que caracteriza o principal problema.

3. METODOLOGIA

Para a realização do respectivo estudo, foi realizado uma revisão sistemática de literatura que tem o propósito uma investigação focada que pretende identificar, selecionar, avaliar e sintetizar os índices relevantes. As bases de estudo consultadas foram SciELO (Scientific Electronic Library Online) e Periódico CAPES.

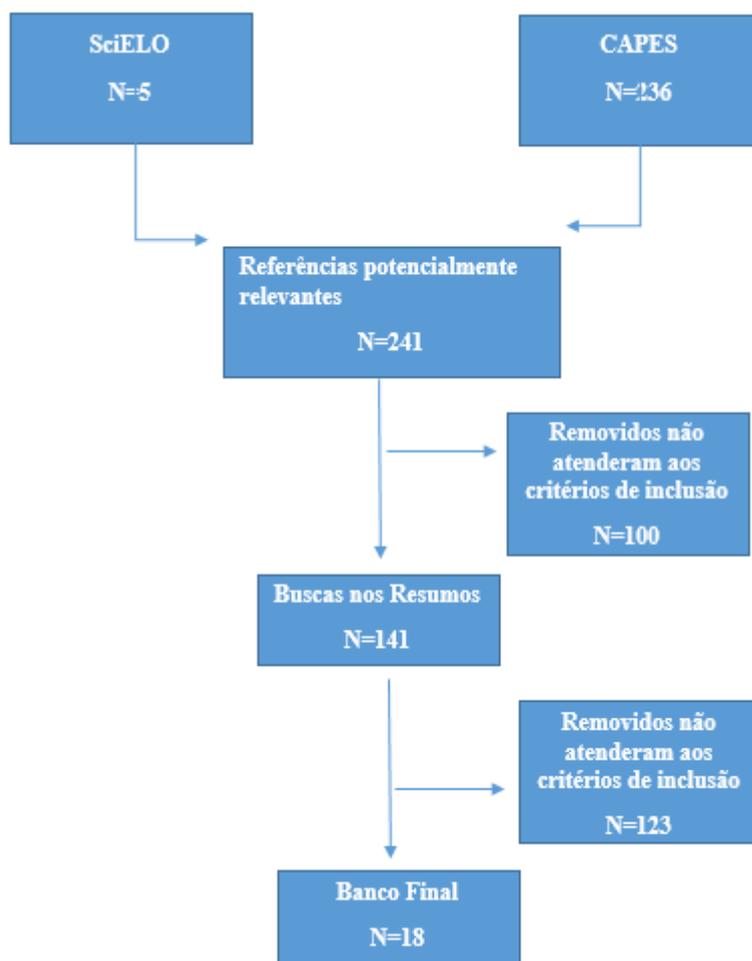
O levantamento de dados ocorreu de setembro de 2019 a julho de 2020. A busca foi feita para o período compreendido entre 1990 e 2019, cruzando-se o unitermo *Consumismo com Mídia, Propaganda, Consumismo infantil, Escola e Ambiente escolar* e seus termos equivalentes nas línguas inglesa e espanhola. Foram selecionados trabalhos com a abordagem sobre a influência da mídia sobre o consumismo infantil e formas de conscientização através da educação ambiental, além de serem confiáveis e reconhecidos cientificamente. Entre os motivos para a não seleção dos trabalhos estavam; não abordagem do assunto proposto, não completo, ou não disponível online gratuitamente, outros idiomas além de português, inglês e espanhol e por serem distintos de publicação.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A revisão bibliográfica revelou inicialmente um total de 241 estudos com unitermo *Consumismo com Mídia, Propaganda, Consumismo infantil, Escola e Ambiente escolar* e seus termos equivalentes nas línguas inglesa e espanhola, destes, 100 foram excluídos pela não abordagem do assunto, ou seja, por não tratarem da influência da mídia sobre o consumismo infantil e formas de conscientização através da educação ambiental, 25 foram excluídos por não estarem completos, 18 por

estarem em outro idioma, além do português, inglês e espanhol, e 80 por serem distintos como editoriais, resenhas e resumos (Figura 1).

Figura 1- Estratégias de busca.



Os 18 artigos selecionados que responderam aos critérios de inclusão foram listados no Quadro 1.

Quadro 1- Distribuição dos artigos selecionados por ano de publicação.

Ano de publicação	Quantidade de Artigos	Título	Autores

1991	1	Consumidor versus propaganda.	GIACOMINI FILHO, G.,.
1998	1	Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências.	SORRENTINO, M. T. A. T.
1999	1	A resolução de problemas ambientais locais deve ser um tema-gerador ou a atividade-fim da educação ambiental?	LAYRARGUES, P.P.
2001	1	Educação ambiental e a gestão para a sustentabilidade.	SANTOS, J. E.; SATO, M.
2002	1	Diálogos entre as esferas global e local: contribuições de organizações não- governamentais e movimentos sociais para a sustentabilidade, equidade e democracia planetária	LAZZARINI, M.; GUNN, L.
2004	1	Educação Ambiental: a formação do sujeito ecológico.	CARVALHO, I. C. M.
2005	1	CONSUMO SUSTENTÁVEL: Manual de educação.	MMA/ MEC/ IDEC

2006	2	<p>Avanços na norma brasileira de comercialização de alimentos para idade infantil</p> <p>Educação ambiental em resíduo: o foco da abordagem.</p>	<p>ARAÚJO. M. F ;, REA. M.; PINHEIRO K. A.; SCHMITZ., B. A.</p> <p>LOGAREZZI, A. J. M</p>
2007	1	A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.	LIPOVETSKY, G.
2008	1	O impacto da publicidade de bebidas alcoólicas sobre o consumo entre jovens: revisão da literatura internacional.	PINSKY, I.; JUNDI, S. A.
2009	2	<p>Saber cuidar: Ética do humano – compaixão pela Terra.</p> <p>Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano.</p>	<p>BOFF, L.</p> <p>CORTEZ, A. T. C., ORTIGOZA, S. A. G.</p>
2011	1	A Importância da educação ambiental na escola nas séries iniciais.	MEDEIROS, A.

2015	2	Afinal, somos ou não somos uma sociedade de consumo? Consequências para a saúde. O conceito dialético de mediação na pedagogia histórico-crítica em intermediação com a psicologia histórico-cultural.	CARON, E; LEFEVRE, F; LEFEVRE, A. M. C. SAVIANI, D. O.
2016	1	Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade.	ZANIRATO, S. H; ROTONDARO, T.
2019	1	A Influência da Mídia no Consumismo Infantil: Uma Revisão de Literatura.	SANTOS, S. C; GRAVATÁ, F. R. C; FERNANDES, S. C. S.

Fonte: autores, 2020.

4.1. Temas abordados nos artigos

Influência da mídia sobre o consumismo infantil

A mídia possui forte influência sobre o consumismo infantil, principalmente nas questões mais simples, como no aleitamento materno onde existem diversas causas do abandono devido a influência da propaganda sobre fórmulas de leite integral. A influência do marketing utilizado pelas indústrias sobre as práticas de alimentação infantil vem causando consequências no desmame precoce, na desnutrição e na mortalidade infantil. (ARAÚJO, 2006). Outra forte influência é o marketing de bebidas alcoólicas que interfere diretamente na vida dos jovens e adultos, causando dependência e morte (PINSKY, 2008).

O consumo qualifica o indivíduo e as identidades que são produzidas através do consumo. Neste contexto, ser alguém é ser consumidor. O direito do consumidor

se sobrepõe e se torna referência inclusive para o julgamento sobre direitos sociais, como nos casos de judicialização em saúde no Brasil. (CARON, 2015)

Os meios de comunicação de massa tendem a enaltecer o elevado padrão de consumo da classe dominante. De acordo com Campos e Souza (2003, apud GRAVATÁ et al., 2019, p.46) isto está associado com a ideia de liberdade e de independência, difundindo o consumismo como uma “liberdade de escolha do indivíduo”. Sendo assim, os meios de comunicação impõem seu grande fluxo de mensagens ideológicas, causando o conformismo e a manipulação das massas. Os artefatos tecnológicos são feitos para não pensar e perder tempo, como também para operar e viver num ativismo na qual é impossível a autonomia e a liberdade, principalmente quando o destinatário da mensagem midiática é a criança, pois esta é mais propensa a ingenuidade e credulidade.

O tema “influência da mídia” é de grande relevância, pois os meios de comunicação em geral, quando utilizados de forma deliberada, principalmente no que refere-se às crianças, formam valores e costumes que se tornam referência para estes futuros adultos (GRAVATÁ et al., 2019).

O Manual da Educação (MEC), publicado em 2005, reforça que as crianças e os jovens são ainda mais suscetíveis à publicidade do que os adultos. Isso ocorre porque eles ainda não têm uma mentalidade crítica bem desenvolvida, nem a capacidade de ver o que está por trás da mensagem publicitária. E como os jovens constituem um grupo cada vez maior de consumidores em potencial, eles são um importante alvo na mira das empresas de publicidade.

As crianças de hoje sofrem influência da globalização cultural no mundo dos brinquedos. A boneca americana, as figurinhas de guerreiros intergalácticos, bonecos japoneses e tantos outros heróis fabricados pela mídia são brinquedos encontrados em qualquer lugar do mundo. Com essa globalização, que se expressa não somente nos brinquedos, mas também na publicidade de um grande número de produtos, as particularidades de cada povo e cada cultura tendem a apagar-se (MEC, 2005).

A criança como indivíduo concreto, seu interesse coincide com a apropriação das objetivações humanas, isto é, o conjunto dos instrumentos materiais e culturais produzidos pela humanidade e incorporados à forma social de que a criança participa. Nesse sentido, a publicidade massiva desempenhou e continua a desempenhar um papel importante. É natural que as crianças passem a valorizar e desejar aqueles

mesmos brinquedos que vêm na televisão, pois elas não têm discernimento suficiente para compreender que uma simples boneca possa significar a substituição de valores culturais e a importação de um estilo de vida que pode não ser o mais adequado para ela (SAVIANI, 2015) .

Ao mesmo tempo que vemos esse padrão de consumo disseminado pela globalização cultural vemos também uma reação da sociedade na tentativa de contrapor essa homogeneização de valores e culturas, ainda que numa escala menor e artesanal de produtos que valorizem aspectos culturais e raciais antes negligenciados como é o caso da fabricação de bonecas negras.

Hábitos de consumo exacerbado e seus problemas

Gravatá et al., (2019) em trabalho de revisão de literatura verificaram que há um consenso entre os pesquisadores que abordam o papel da mídia no consumo infantil. O discurso midiático tem implicado no estabelecimento de valores que favorecem a construção da “adultização” precoce da criança, contribuindo também na formação de consumidores infantis em uma “sociedade espetacularizada”, na qual as crianças são incentivadas por meio da publicidade, a participarem de concursos de beleza e tornarem-se “modelos” de corpo, gênero e sexualidade, para o consumo de produtos de beleza ditos para o público-infantil, e as crianças se tornam, ao mesmo tempo, consumidoras e objetos de consumo.

Em pesquisa realizada por GIACOMINI, (1991) observou-se alguns aspectos da propaganda, entre eles: pessoas de baixa renda dão mais importância à propaganda do que as de alta renda, mulheres acreditam mais na propaganda do que os homens, pessoas com grau de instrução mais elevados são mais meticolosas ao analisarem uma propaganda, no entanto, esses mesmos consumidores acreditam que publicações falsas deveriam ser passíveis de punição e retratação pública.

O hábito de consumo exacerbado e altos padrões de produção e consumo nos faz pensar nas gerações que ainda virão, em suas necessidades, saímos assim dos problemas advindos do padrão de consumo e seus danos na micro escala e nos deparamos com os danos em escala planetária.

A grande demanda gerada pelo consumo exacerbado nos levam a pensar nas relações entre consumo e meio ambiente e em caminhos para diminuir a tensão

causada pelo apelo ao consumo (ZANIRATO, 2016). O Consumo exagerado possui sérios agravantes como, aquecimento global do planeta, devastação das florestas, extermínio da biodiversidade, estes problemas são decorrência, em grande parte, do atual estágio de desenvolvimento global, dos altos padrões de produção e consumo (SORRENTINO, 1998).

Deste modo se faz necessário construir uma sociedade mais sustentável, na qual se fortaleça, a partir da crítica ao consumismo, a ideia de que os atuais padrões de consumo estão nas raízes da crise ambiental. (CORTEZ, 2009). Boff (2009) condiciona a saúde planetária a uma alfabetização ecológica, e que se reveja os hábitos de consumo. Logarezzi, (2007) alerta que um consumo responsável não deve procurar apenas o desenvolvimento de novos comportamentos individuais e coletivos quanto ao ato de consumir, deve-se moldar novos hábitos de um consumo responsável, onde deve-se envolver também reflexões individuais e intersubjetivos sobre a realidade e a construção participativa de processos que apontem para uma revisão profunda dos valores que regem a vida em sociedade.

O tema consumismo infantil no ambiente escolar

Enquanto ação educativa, educação ambiental tem sido importante moderadora entre a esfera educacional e o campo ambiental, dialogando com os novos problemas gerados pela crise ecológica e produzindo reflexões, concepções, métodos e experiências que visam construir novas bases de conhecimento e valores ecológicos nesta e nas futuras gerações (CARVALHO, 2004).

Nessa direção, a educação para a cidadania representa a possibilidade de motivar e sensibilizar as pessoas para transformar as diversas formas de participação em potenciais fatores de dinamização da sociedade e de ampliação do controle social, inclusive pelos setores menos mobilizados.

Trata-se de criar as condições para a ruptura com a cultura política dominante e para uma nova proposta de sociabilidade baseada na educação para a participação, está se concretizará principalmente pela presença crescente de uma pluralidade de atores que, através da ativação do seu potencial de participação terão cada vez mais condições de intervir consistentemente e sem tutela nos processos decisórios de interesse público, legitimando e consolidando propostas de gestão baseadas na garantia de acesso à informação e na conciliação de canais abertos para a

participação que, por sua vez, são pré condições básicas para institucionalização do controle social (SANTOS; SATO, 2001).

Entende-se a importância dos responsáveis, bem como profissionais de psicologia envolvidos com a criança, estarem conscientes de que a influência da mídia se configura numa questão de interesse social, devido à possibilidade de intervenção direta e/ou indireta, a depender de suas proporções, no desenvolvimento infantil (GRAVATÁ et al., 2019).

A educação possui a capacidade de promover valores, trata-se de um processo que envolve transformações no sujeito que aprende e incide sobre sua identidade e posturas diante do mundo. Desenvolvendo habilidades como mais cooperação, e menos competitividade, assim se pode ter grandes expectativas sobre a recuperação do meio ambiente, ou o congelamento da destruição dos bens naturais que ainda não entraram em extinção no nosso planeta (MEDEIROS, 2011).

Layrargues (1999) aponta para o surgimento de estratégia de resolução de problemas ambientais locais, onde a ação local representa a melhor oportunidade tanto do enfrentamento dos problemas ambientais, como da compreensão da complexa interação dos aspectos ecológicos com os político-econômicos e socioculturais da questão ambiental. A partir desta ótica, para além de se trabalhar pontualmente questões globais e distantes da realidade, como a redução da camada de ozônio, as queimadas nas florestas tropicais, o comércio do lixo tóxico, a desertificação ou a extinção de espécies, o educador deve priorizar em sua prática a pauta dos problemas locais que afetam as suas comunidades.

A resolução de problemas ambientais locais carrega um valor altamente positivo, pois foge da tendência desmobilizadora da percepção dos problemas globais, distantes da realidade local, e parte do princípio de que é indispensável que o cidadão participe da organização e gestão do seu ambiente de vida cotidiano (LAYRARGUES, 1999).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia de que o consumo de produtos representa qualidade de vida e sociedade evoluída tem caído por terra frente aos grandes danos ambientais. Mas atrelado ao consumo exacerbado está a propaganda, que nos leva na busca

incessante da felicidade intangível. O público mais suscetível ao apelo da mídia é sem dúvida o público infantil devido ao fato da criança não ter uma mentalidade crítica, sem conseguir distinguir o que está por trás da mensagem publicitária.

O levantamento dos dados nos mostra que o tema “Consumismo e Educação ambiental” é pouco abordado na educação e principalmente na educação para o consumo que conseqüentemente nos leva a uma falha, pois a educação tem a capacidade de promover valores, não sendo somente um meio de informar, trata-se de um processo que envolve transformações no sujeito que aprende e incide sobre sua identidade e posturas à frente do mundo, diante disso fica claro a real importância de se trabalhar educação para o consumo desde a educação infantil pois, é desde pequeno que se aprende a preservar.

Diante disso fica claro a importância da Educação Ambiental nas séries iniciais. A disciplina tem como objetivo promover pensamentos críticos a respeito dos problemas ambientais enfrentados e futuros.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, M. F. M; REA, M. F; PINHEIRO, K. A; SCHMITZ, B. A. Avanços na norma brasileira de comercialização de alimentos para idade infantil. *Rev Saude Publica* 2006; 40(3):513-20.

ARNT, R. **O que os economistas pensam sobre sustentabilidade**. São Paulo, SP: Editora 34, 2010. 288 p. ISBN 978-85-7326-452-4.

BOFF, L. **Saber cuidar: Ética do humano – compaixão pela Terra**. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

CARON, E; LEFEVRE, F; LEFEVRE, A. M. C. **Afinal, somos ou não somos uma sociedade de consumo? Consequências para a saúde**. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro , v. 20, n. 1, p. 145-153, Jan. 2015 .

CARVALHO, I. C. M. **Educação Ambiental: a formação do sujeito ecológico**. São Paulo: Cortez, 2004.

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

CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G., orgs. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano [online].** São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5.

DOS SANTOS ALVES, S. C; DE FIGUEIREDO GRAVATÁ, R. C; FERNANDES, S. C. S. A Influência da Mídia no Consumismo Infantil: Uma Revisão de Literatura. **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, v. 6, n. 7, p. 41-56, 2019.

FRIEDMAN, R.; ALVES, B. S. **Obesidade infantil.** In: BANDEIRA, F.; GRAF, H. Endocrinologia e diabetes. 2. ed. Rio de Janeiro: Medbook, 2009.

GIACOMINI FILHO, Gino; **Consumidor versus Propaganda.** São Paulo: Editora SUMMUS, 1991.

<https://www.akatu.org.br/releases/instituto-akatu-e-worldwatch-institute-wwi-apresentam-relatorio-estado-do-mundo-2010/>> Acessado em 08/08/2019

IBGE. Pesquisa nacional por amostra de domicílios: **PNAD.** Rio de Janeiro: IBGE, 2011. <<https://www.ibge.gov.br/>> Acessado em 08/08/2019

LAYRARGUES, P.P. **A resolução de problemas ambientais locais deve ser um tema-gerador ou a atividade-fim da educação ambiental?** In: REIGOTA, M. (Org.). Verde Cotidiano: o meio ambiente em discussão. Rio de Janeiro: DP & A Editora. p. 131-148. 1999.

LAZZARINI, M.; GUNN, L. Consumo sustentável. In: BORN, Rubens H. (Coord.) **Diálogos entre as esferas global e local: contribuições de organizações não-governamentais e movimentos sociais para a sustentabilidade, equidade e democracia planetária.** São Paulo: Petrópolis, 2002.

LIPOVETSKY, G.. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.** São Paulo: Cia. das Letras, 2007. 402 p. ISBN 978-85-35910-93-3.

LOGAREZZI, A. J. M. **Educação ambiental em resíduo: o foco da abordagem.** In: CINQUETTI, H. C. S; LOGAREZZI, A. (orgs.) **Consumo e resíduo – fundamentos para o trabalho educativo.** São Paulo: EdUFSCAR, 2006, p. 119- 144.

MEDEIROS, A. A Importância da educação ambiental na escola nas séries iniciais. **Revista Faculdade Montes Belos**, v.4, n.1, set.2011.

MENDES, M. J. F. L. et al. Associação de fatores de risco para doenças cardiovasculares em adolescentes e seus pais. **Revista Brasileira de Saúde Materna e Infantil**, v. 6, p. 549-554, 2006. Suplemento 1.

PINSKY, I; JUNDI, S. A. R. E. I. O impacto da publicidade de bebidas alcoólicas sobre o consumo entre jovens: revisão da literatura internacional. **Rev. Bras. Psiquiatr.**, São Paulo , v. 30, n. 4, p. 362-374, Dec. 2008.

PIPITONE, M. A. P. **Educação para o Consumo de Alimentos.** *Hig. aliment.* 2005 19(132):18-23.

PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Brasília, 2014: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2014_pt_web.pdf> Acessado em 08/08/2019

UNESCO. Década das Nações Unidas da Educação para um Desenvolvimento Sustentável, 2005-2014: documento final do esquema internacional de implementação. – Brasília: UNESCO, 2005. 120p.

ZANIRATO, S. H.; ROTONDARO, T. **Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade.** *Estud. av.* São Paulo, v. 30, n. 88, p. 77-92, dezembro de 2016.

BADR, E. et al. **Educação Ambiental, conceitos, histórico, concepções e comentários à lei da Política Nacional de Educação Ambiental** (Lei nº 9.795/99): Programa de Pós-Graduação em Direito Ambiental da UEA: mestrado em Direito Ambiental / Org. Eid Badr. Vários autores – Manaus: Editora Valer, 2017.

SORRENTINO, M. T. T, a educação ambiental no Brasil. In: JACOBI, P et al (Orgs.). **Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências.** São Paulo: SMA. 1998. p.27-32.

Educação ambiental e a gestão para a sustentabilidade. In: SANTOS, J. E.; SATO, M. (Org.). A contribuição da educação ambiental à esperança de Pandora. São Carlos : RIMA, 2001. p. 183-195.

Lei n. 9795, de 27 de abril de 1999. **Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências.** Presidência da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1999. Acesso em: 05 de Agosto 2020.

DIAS, G. F. **Educação Ambiental: Princípios e Práticas.** 9ed. São Paulo: Gaia, 2004.

SAVIANI, D. **O conceito dialético de mediação na pedagogia histórico-crítica em intermediação com a psicologia histórico-cultural.** *Geminal: marxismo e educação em debate*, Salvador, v. 7, n. 1, p. 26-43, 2015.

BRASIL. Lei no 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação , e dá outras providências.** Presidência da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1981. Acesso em: 05 de Agosto 2020.