

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL
PÓS –GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL COM ÊNFASE EM ESPAÇOS
EDUCADORES SUSTENTÁVEIS

ELENICE CARDOZO GOOD

PROTAGONISMO INFANTIL FRENTE AO CONSUMO CONSCIENTE

MATINHOS, PR

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL
PÓS –GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL COM ÊNFASE EM ESPAÇOS
EDUCADORES SUSTENTÁVEIS

ELENICE CARDOZO GOOD

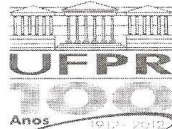
PROTAGONISMO INFANTIL FRENTE AO CONSUMO CONSCIENTE

Relatório de Projeto de Intervenção apresentado ao programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental com Ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis, da UFPR, Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Educação Ambiental.

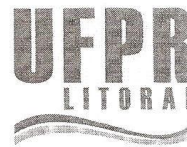
Orientador : Ms Almir Carlos de Andrade

MATINHOS, PR

2015



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
UFPR Litoral
Curso de Especialização Educação Ambiental com
Ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis

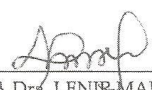


PARECER DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Orientador, Professor Mestre **ALMIR CARLOS ANDRADE**, realizaram em 27/06/2015 a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do estudante **ELENICE CARDOZO GOOD**, sob o título "*PROTAGONISMO INFANTIL FRENTE AO CONSUMO CONSCIENTE*", para obtenção do Título de *Especialista em Educação Ambiental com ênfase em espaços Educadores Sustentáveis* pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo estudante recebido conceito "**APL**".

Matinhos, 27 de junho de 2015.


Prof. MSc. **ALMIR CARLOS ANDRADE**


Prof. Dra. **LENIR-MARISTELA SILVA**


ELENICE CARDOZO GOOD
Estudante

Conceitos de aprovação
APL = Aprendizagem Plena
AS = Aprendizagem Suficiente

Conceitos de reprovação
APS = Aprendizagem Parcialmente Suficiente
AI = Aprendizagem Insuficiente

Ao meu esposo Jose Gabriel, por ter me acompanhado
nessa caminhada, aos meus filhos: Maiara e Gabriel, que
foram grandes incentivadores! Obrigada!

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Prof. Msc. Almir Carlos Andrade, pelo acompanhamento, orientação e amizade.

Ao Curso de Educação Ambiental com ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis, do Setor Litoral, da Universidade Federal do Paraná, na pessoa de sua coordenadora Profa. Dra. Lenir Maristela Andrade, pelo compromisso assumido na realização e sucesso do referido curso.

À Loriane Munhoz Amorim, diretora da EEB Professor Mário de Oliveira Goeldner, por acreditar no trabalho e estar sempre pronta a cooperar.

O agradecimento especial ao grupo de alunos do 3º, 4º e 5º anos, da EEB Prof Mário de Oliveira Goeldner, meus alunos e companheiros de pesquisa nos anos de 2012, 2013 e 2014, sempre presentes em todo o processo de intervenção deste trabalho, em sala de aula e fora dela

“Daqui a cem anos, não importará o tipo de carro que dirigi, o tipo de casa em que morei, quanto tinha depositado no banco, nem que roupa vesti. Mas o mundo pode ser um pouco melhor porque eu fui importante na vida de uma criança.”

Autor desconhecido

RESUMO

O relatório dessa intervenção envolve crianças que como protagonistas, assumiram atividades propostas por elas, envolvendo outras crianças, de sete a dez anos, permitindo não só dar condições de avançar nas questões sociais de consumo consciente, mas propor ações de menor impacto ambiental. Com isso, as famílias da comunidade escolar, também foram envolvidas, onde foram feitas abordagens para repensar do descarte de produtos consumidos, oferecendo alternativas de reaproveitamento, através de campanhas que buscassem efetivamente diminuir a incidência de despejo em afluentes do bairro, além de investigar as formas mais comuns de apelos midiáticos voltados ao consumismo infantil. Outras ações ao longo do ano foram propostas pelos protagonistas que sugeriam atividades e campanhas visando o consumo consciente, gerando novas pesquisas, novos interesses e envolvimento da família e comunidade, o que evidenciou o caráter socioambiental do projeto.

Palavras-chave: protagonismo infantil, consumo consciente, consumismo infantil.

ABSTRACT

The report of this intervention involves children as protagonists, they assumed activities proposed by them involving other children, from seven to ten years, allowing not only give conditions to advance in the social issues of conscious consumption, but propose actions with less environmental impact. Thus, the families of the school community were also involved, where approaches were made to rethink the disposal of consumed products, offering alternative reuse through campaigns that seek to effectively reduce the incidence of dumping in affluent neighborhood, and investigate most common forms of media appeals aimed at children consumerism. Other actions throughout the year have been proposed by the protagonists suggesting activities and campaigns to conscious consumption, generating new research, new interests and involvement of family and community, which highlighted the environmental nature of the project.

Keywords: child role, conscious consumption, child consumerism.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	APRESENTAÇÃO.....	10
1.2	OBJETIVOS.....	10
1.2.1	OBJETIVO GERAL.....	11
1.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA:.....	12
1.4	REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
1.4.1	CONSUMO E CONSUMISMO INFANTIL.....	13
2	DESENVOLVIMENTO	16
2.1	METODOLOGIA	16
2.2	AVALIAÇÃO.....	20
2.3	ANÁLISE CRÍTICA.....	20
3	CONCLUSÃO.....	22
3.1	CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
	REFERÊNCIAS.....	24

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

O projeto a seguir refere-se ao consumismo, porém com um direcionamento ao público infantil, com ênfase no consumo consciente, numa abordagem às questões que direta ou indiretamente influenciam e remetem a ele.

Além disso, o projeto desenvolvido na Escola de Educação Básica Professor Mario de Oliveira Goeldner, em Mafra SC, com um grupo de crianças de 8 a 10 anos, durante os períodos letivos de 2012 a 2014; busca propor ações como propostas alternativas de menor impacto ambiental para que diminuam a prática de consumo diante da percepção de intenções nas mídias e influência na decisão e escolha de um produto, seja consumido pelas crianças ou pela família, mesmo não sendo ainda provedoras financeiras, nem tendo recursos próprios.

Também nesse projeto o diferencial é que as próprias crianças assumiram e foram protagonistas da conscientização do consumismo infantil e para isso, as mesmas foram envolvidas e orientadas a desenvolver pesquisa de campo e ações com outros grupos de alunos de 1º ao 5º ano na referida escola.

Essa proposta surgiu da necessidade de intervir na mudança de práticas até então observadas, que frequentemente eram exercidas pela comunidade escolar, sendo ela de periferia, de poucos recursos, moradoras em área de risco, vítimas de enchentes, mas que emerge para uma sociedade de consumo, como uma forma de inserção social, diante aos apelos midiáticos que os remete para uma crescente clientela que necessita consumir para se identificar ao grupo social. Diante desse fato, novos consumidores e cada vez mais precocemente, a sociedade absorve uma nova geração que se não for direcionada conscientemente às práticas de consumo, sofrerá com maior degradação ambiental e conseqüentemente qualidade de vida.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver ações de protagonismo infantil voltadas ao consumo consciente.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Promover a participação das crianças como protagonistas no trabalho de abordagem ao consumismo entre as crianças.

Trabalhar textos literários e informativos com abordagem ao consumismo e suas implicações.

Analisar o interesse mercadológico presente nas publicidades direcionadas ao público infantil, partindo da observação de linguagem e imagem publicitária, de comportamento de pais e crianças diante do interesse em consumir produtos, percebendo suas implicações para o futuro.

Selecionar anúncios publicitários cujo conteúdo se torna atrativo ao público infantil.

Citar anúncios publicitários em que o conteúdo foi de relevância para o público infantil, reconhecendo os horários da programação com relação aos horários de lazer das crianças.

Criar anúncios publicitários fictícios com critérios pré estabelecidos.

Aplicar questionário para a pesquisa de campo.

Analisar os dados coletados e transpor num gráfico, estabelecendo relações numéricas e noções de contagem e agrupamento com base decimal.

Desenvolver capacidade crítica frente aos problemas ambientais e sociais ligados ao consumo.

Divulgar propostas de incentivo às praticas conscientes no descarte de produtos.

Estimular o consumo racional e responsável em ações futuras evitando o desgaste da natureza e desgaste físico e financeiro da família.

1.3 JUSTIFICATIVA:

Num convívio com crianças pequenas, muitos pais e educadores começam a preocupar-se com o futuro das crianças numa sociedade em que valores do “ter” entram em contradição com o do “ser”; conseqüentemente estão vivendo em um ambiente de crescente degradação permeado por vários fatores, e entre eles o consumo desenfreado. Percebendo a vulnerabilidade da criança diante dos “apelos” publicitários e de suas conseqüências, é que este projeto sobre consumismo infantil foi idealizado e aplicado, para uma turma de 3º ano das séries iniciais do ensino Fundamental da Escola de Educação Básica Professor Mário de Oliveira Goeldner. No entanto o tema “encantou” a turma que logo foi redimensionando o projeto e ampliando, remetendo à algumas práticas adotadas em suas casas e na escola.

A intenção educativa inicial desta abordagem foi iniciar um trabalho de conscientização sobre o comportamento consumista, cuja indução está presente nas publicidades veiculadas nos horários em que o público infantil é expectador da programação televisiva ou até mesmo nos anúncios impressos em materiais direcionados a elas, tais como gibis e revistas.

Enfatizou-se durante o desenvolvimento deste trabalho, avançar nas questões que permeiam todo esse conteúdo e que vão além da visão ambientalista, enfocando outras questões relacionadas ao excesso de consumismo: obesidade

infantil, erotização precoce, banalização da agressividade e violência, consumo precoce de álcool e drogas, estresse familiar, entre outros.

A fim de alertar as crianças, que são um alvo importante, não apenas porque escolhem, mas porque acabam influenciando a decisão de compra pelos pais, este projeto procura introduzir um trabalho de iniciação à seleção de critérios e prioridades, cujo mercado se tornará cada vez mais atento e crescente a essa clientela.

Com isso, a intenção não é parar todo esse processo, visto ainda que o modelo capitalista está inserido cotidianamente mesmo nas menores cidades e suas periferias, mas avançar nas questões de permitir essa reflexão e oportunizar esse protagonismo infantil ainda nas séries iniciais, nos remetendo à postura de mediação social frente aos problemas ambientais e propostas de sustentabilidade tão em pauta atualmente.

1.4 REFERENCIAL TEÓRICO

1.4.1 CONSUMO E CONSUMISMO INFANTIL

Iniciar nas crianças, desde a mais tenra idade, um comportamento responsável em relação ao consumo é uma das intenções que urge necessidade de abordagem e já vem sendo um dos temas evidenciados desde o início dos anos 90 nas escolas, com a introdução dos Parâmetros Curriculares Nacionais e Temas Transversais nos currículos de educação básica.

As crianças ainda em pleno desenvolvimento físico, intelectual e moral, estão cada vez mais vulneráveis as apelações da sociedade atual, uma sociedade de consumo.

Conforme a definição no Manual de Educação e Consumo Sustentável

...O termo Sociedade de Consumo é uma das inúmeras tentativas de compreensão das mudanças que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas. Refere-se à importância que o consumo tem ganhado na formação e fortalecimento das nossas identidades e na construção das

relações sociais. Assim, o nível e o estilo de consumo se tornam a principal fonte de identidade cultural, de participação na vida coletiva, de aceitação de um grupo e de distinção com os demais.(MEC IDEC , 2005, p.17)

Por todos esses fatores relacionados acima é que a preocupação com uma geração “consumista”, se torna um compromisso na visão de educadores e ambientalistas, que percebem nessa idade de desenvolvimento uma busca crescente da indústria moderna,.

Ainda, conforme o Manual de Educação Consumo Sustentável: “Podemos chamar de consumismo a expansão da cultura do “ter” em detrimento da cultura do “ser” (MEC IDEC, 2005,p. 17)

É nessa inversão de valores que pais, avós, pessoas que convivem com as crianças, estão percebendo o quanto elas, mesmo sem capital financeiro, influenciam, acabam interferindo nas decisões de compra de produtos, tendo em vista as proposições diárias que aparecem ao ligar a TV, ao folhear um gibi ou uma revista infantil.

Não importa a classe social, o gênero, a faixa etária, a nacionalidade. Hoje, todas sofrem o impacto das mídias de massa e que acabam estimulando a consumir de maneira inconsequente.

Além disso, o meio publicitário investe em categorias de produtos infantis. Segundo o Instituto Alana, Organização Não -Governamental,cujo trabalho é focado em combater o consumismo infantil:

“Em 2006, os investimentos públicos destinados à essas categorias foram de R\$209.700.000,00, conforme dados do IBOPE, o qual divulgou também que esse mercado ainda em 2006, já movimentava R\$39 bilhões. Portanto, há um interesse muito grande e com visão de futuro mercadológico nessa categoria de anúncios publicitários.(alana.org.br)

Importante ainda clarear os conceitos quando se fala em publicidade como ideia de mercado e consumo:

“Os vocábulos publicidade e propaganda às vezes são tomados como sinônimos, mas vários autores apontam uma diferença básica entre eles. Segundo o Dicionário de Propaganda e Jornalismo, propaganda seria o conjunto de atividades que visam influenciar o homem, com objetivo religioso, político ou cívico, mas sem finalidade comercial. Já a publicidade (aqui, então, estaria o anúncio publicitário) seria a arte de despertar no público o desejo de compra, levando-o à ação; conjunto de técnicas de ação coletiva, utilizadas no sentido de promover o lucro de uma atividade comercial, conquistando , aumentando ou mantendo clientes. e acordo com

essas definições, a publicidade estaria voltada para o lucro e possuiria fins comerciais, enquanto a propaganda não (Oliveira apud Seixas).

Promover um debate com os alunos sobre esse assunto se torna indispensável desde as classes menores e até mesmo com pais e outros que estão educando as crianças para que possam ir tomando consciência do qual é a intenção de um simples anúncio, o que significa isso para a família, seja dispendendo um desgaste físico ou financeiro, pois terão que trabalhar mais, entre tantas outras graves consequências para essa criança. Ainda estão relacionadas ao consumismo infantil algumas das graves consequências referenciadas pelo Instituto Alana em seu site: obesidade infantil, erotização precoce, consumo de álcool e drogas, banalização de violência e agressividade, entre outros e que ao longo da formação física e moral da criança são percebidas e tem impactos sociais.

“A publicidade na TV é a principal ferramenta do mercado para a persuasão do público Infantil, que cada vez mais cedo é chamado a participar do universo adulto quando é diretamente exposto às complexidades das relações de consumo, sem que esteja efetivamente pronto para isso”, defende o Instituto Alana, de São Paulo, em seu site.

Abordar consumismo infantil ultrapassa os conceitos até aqui relacionados com os problemas de ordem doméstica e de educação escolar. Nesse momento é um enfoque que ampliará para questões de ordem social e ambiental, tão abordadas em conferências, fóruns e congressos.

Resume-se num “pontapé” inicial que envolverá um trabalho com questões de valores e critérios que ao longo dos tempos foram distorcidos e que podem ser diminuídos e até evitados se preservarmos a inocência, a infância e a naturalidade de seu desenvolvimento.

É com esta intervenção que a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e desenvolvimento, em seu documento Agenda 21, também ressalta:

“A humanidade se encontra em um momento de definição histórica. Defrontamos com a perpetuação das disparidades existentes entre as nações e no interior delas; o agravamento da pobreza, da fome, das doenças e do analfabetismo, e com a deterioração contínua dos ecossistemas de que depende nosso bem estar” (Agenda 21, p.3)

Ainda aqui, fica evidente os problemas que já eram focados na época da elaboração do documento citado e retrata a preocupação com os desafios que

teríamos pela frente, e que passados quinze anos da publicação deste, direcionam ainda para a mesma situação. Importante também aqui analisar um dos objetivos que aborda em seu capítulo sobre Mudança nos padrões de Consumo: “...É preciso ...Desenvolver uma melhor compreensão do papel do consumo e da forma de implementar padrões de consumo mais sustentáveis.(Agenda 21, p.18)

Silva (2014) ressalta também que :

“Também não podemos ser hipócritas ou radicais a ponto de achar que a solução para preservar ou melhorar o planeta é o não consumo; isso seria impossível de ser praticado, pois todos nós, precisamos consumir para viver. Contudo , a sua variante quantitativa (o consumismo, esse, sim!) é uma versão perversa, em que o ter ameaça a natureza como um todo, a própria sobrevivência da humanidade, e transforma a vida dos consumidores compulsivos (os oniomaníacos) em um verdadeiro tormento de dívidas, conflitos familiares, culpas e angústias constantes. (p.35)

Portanto, um trabalho onde a abordagem do consumismo infantil visa um consumo consciente, desenvolvido com crianças pequenas, traz no bojo de seu trabalho um tema preocupante do início deste novo século , que mesmo antes do nascimento delas se previa e se voltava para um dos grandes problemas que essa geração enfrentaria, considerando toda a expansão tecnológica, produção e consumo de forma a manter um planeta sustentável e a preocupação com o ser que nele habita, especialmente o ser humano.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do Projeto “Protagonismo Infantil frente ao Consumo Consciente”, esse trabalho absorveu o público de alunos do 5º ano, num total de 17 alunos em 2014, na Escola de Educação Básica “Professor Mário de Oliveira Goeldner”, em Mafra, nas aulas da professora regente, a qual iniciou quando os mesmos alunos estavam no 3º ano (2012) e foi sendo estendido nos anos seguintes, os quais foram multiplicadores de ações que visavam diminuir o consumo consciente.

Foram propostos momentos distintos; de pesquisa e leitura de textos com abordagem direta e /ou indiretamente ao assunto, tendo em vista os diversos enfoques dados para o tema; num segundo momento: o de pesquisa de campo feita pelos alunos, coleta de dados, transposição para o gráfico e análise da pesquisa.

O trabalho se iniciou com um texto literário; “Bola, bolinha, Bolofa” (Seixas, 2010, p. 67 e 68), que envolvia temas atuais e polêmicos como o “bullying” e a obesidade infantil. Focando nesta ideia, outro texto foi selecionado para leitura e comentários de ideias veiculadas, texto jornalístico “Guerra contra a propaganda de comidas”, retirado da Revista Veja (Seixas, 2010, p.71), onde o enfoque era dado a ideia de consumo de produtos vistos nos anúncios televisivos e as consequências diretas e indiretas. Todos estes textos também foram utilizados para resolução de exercícios de interpretação oral e escritos.

Na continuidade, apresentou-se aos alunos um anúncio publicitário retirado do mesmo material citado acima (p.72), observando os recursos utilizados: os desenhos, a mensagem, o produto anunciado e o público a que se destina.

Foram propostos aos alunos a análise de outros anúncios publicitários, onde deveriam destacar para quem foram direcionados, principalmente relacionando ao material selecionado (revistas feminina, de esporte , de carros, entre outros).

Na sequência, planejaram e elaboraram anúncios seguindo alguns critérios: criar um produto fictício, saudável e direcionado para o público infantil, utilizando recursos estudados tais como: mensagem, texto e imagens atrativas.

Assim, o trabalho de protagonismo ganha espaço e começa a intervenção com outras crianças: momento de elaboração de entrevistas onde a aplicação do questionário foi desenvolvido pelos próprios alunos do 3º ano, nas demais classes do período vespertino, com alunos de 7 a 10 anos, por amostragem, num universo de 80 crianças. Pesquisa de campo cujo enfoque foi o desejo e a consequente compra de um produto desenvolvido para crianças consumirem. Após, contaram os votos que tinham sido anotados nos cadernos e construíram o gráfico referente aos dados das perguntas formuladas. Para a montagem do gráfico os alunos representaram na base decimal os dados quantitativos. Foi através destes resultados que os alunos puderam comentar, analisar e repassar as conclusões a que chegaram , durante a I Feira do Conhecimento, na referida escola.

Para complementar o trabalho ao final, os alunos aplicaram um teste de Conhecimento pessoal, a fim de que as pessoas que visitaram e conheceram seus

trabalhos, pudessem responder e se autoanalisar como um consumidor compulsivo ou racional e prudente.

No ano seguinte, dando continuidade ao trabalho os alunos promoveram entre outras ações, debates em dois grupos, (tema fictício desenvolvido a partir de um texto “A notícia do rádio”), onde o grupo 1 eram os defensores da conservação da montanha como paisagem natural, e o grupo 2 defendia a exploração da montanha para aproveitar os minérios que nela existiam, onde muitas ideias dos alunos foram consequência do trabalho desenvolvido sobre consumismo e degradação do ambiente natural e as consequentes ações dos homens nesse ambiente.

Também ainda neste ano, os alunos divulgaram a ideia de promover a “1ª Feira da Troca de Brinquedos” na escola, durante alguns horários pré-estabelecidos, onde envolveram as demais crianças da escola.

Ainda em 2014 este projeto permitiu uma maior participação que ampliou para o trabalho de promover estas ações entre as crianças ingressantes neste ano letivo a fim de divulgar entre os alunos e difundir práticas simples, sem maiores custos, mas que tivessem um resultado de consumo consciente entre elas. Um exemplo foi o dia das mães onde as crianças confeccionaram diferentes presentes em sala de aula, cada qual com sua professora regente (onde alguns presentes foram: sacolas de compras, panos de pratos, porta recados e sachês para roupas) todos presentes que buscaram usar produtos de fácil confecção, sem que onerassem as famílias ou a própria escola, oportunizando esta ideia de consumo consciente em um ambiente educador que em seu cotidiano busca dar condições de criar práticas menos consumistas para o presente e o futuro.

Como o tema sustentabilidade e meio ambiente permeava todas as questões, os alunos sugeriram a possibilidade de avaliar a quantidade de papel descartado em sala de aula. Para isso, fizeram campanhas na escola para separar o papel de outros lixos (pontas de lápis) armazenados nas lixeiras internas das salas de aula, pois nas lixeiras externas já tem separação do lixo.

A partir dessa motivação, coletaram os papéis, e sentiram curiosidade em verificar quanto de embalagens de produtos também em suas casas era separadas, cujos dados também foram anotados em tabelas individuais dos alunos. Para isso adotamos uma balança para aferir o que era trazido, mas logo se percebeu que a balança de uso doméstico (seja de cozinha ou de banheiro) não pesava quantias

pequenas, em gramas, o que fez com que buscássemos auxílio no mercado próximo, pesando as embalagens mais leves. Como todos os dias era grande a quantidade de papel trazida, os alunos tiveram interesse em confeccionar papel reciclado na escola, com o objetivo de fazer a capa de um livro de Gêneros Textuais, produções de texto que vinham ao longo do ano escrevendo. Foram três semanas de acúmulo de papel na sala de aula (agora só folhas) inclusive solicitaram os da secretaria que eram descartados; percebia-se a todo momento essa movimentação em torno do material desejado.

A confecção do papel reciclado foi iniciado e exigiu muitas horas de trabalho, pois primeiro era necessário picar o papel , deixar de molho em um balde com água e só no dia seguinte era processado no liquidificador. Depois passado por uma peneira para escoar o excesso de água, colocado em uma tela (tipo de serigrafia) para escoar e após era utilizada uma forma para tomar a forma retangular. No outro dia era desenformado e colocado sobre jornais com peso para secar e ficar com uma gramatura boa para o papel desejado. Depois foram pesquisando e observando outras técnicas, como secar em uma meia de nylon fina e colocada para secar a sombra para não deformar.

Após todo esse processo o resultado não foi o esteticamente esperado, pois houve variação na gramatura, e também as variáveis como temperatura, tipo de papel, entre outros foram observados. Porém permitiu que essa turma já tivesse um primeiro momento de investigação científica com experimentos e análise crítica do projeto, pois ao final puderam concluir que ao tentar se aproveitar um material que foi descartado estaríamos consumindo outro recurso natural, a água (o qual para se fazer o papel no momento da mistura para triturar se utiliza muito) ; e que para tal projeto ter sucesso em escala artesanal na escola, teríamos que adotar um sistema de captação de água pluvial na própria escola, com cisternas; algo que atualmente ainda não dispomos, mas que já estão em pauta de projetos de gestão escolar.

Além dessas práticas adotadas pelos alunos, outra que ganhou grande comprometimento das famílias também foi o uso do óleo de cozinha descartado, onde os alunos passaram nas casas da comunidade entregando um comunicado informando sobre a coleta deste material na escola e com datas pré-estabelecidas por eles, comprometendo-se em retornar aos locais em determinados dias e horários: a escola fez parceria com uma empresa que busca esse interesse, cujo projeto não é exclusivo desta unidade escolar, mas da empresa que buscou a

parceria nas comunidades escolares, cujo destino é a confecção do biodiesel, mas aqui relatado pelo empenho e desejo dos protagonistas desta ação.

2.2 AVALIAÇÃO

A avaliação do projeto aconteceu de forma contínua, constante e permanente. Do trabalho inicial cujo objetivo matemático era coletar dados, numa atividade de iniciação em estatística da série /grade curricular, além de estabelecer relações entre as respostas e os dados numéricos pode-se constatar que avançaram em questões concretas e souberam relacionar o conteúdo trabalhado à situações vivenciadas no dia-a-dia, sintetizando as ideias relacionadas ao consumismo infantil, sendo capaz de explicar suas conclusões, repassando a comunidade escolar e principalmente ao público infantil; além de propor ações, que mesmo sendo inviáveis ainda no universo escolar, devida a pouca estrutura que se tem (como foi no caso da confecção do papel reciclado), proporcionou a intensa reflexão da necessidade de diminuir o consumo, já que os recursos para a reciclagem e reaproveitamento nem sempre estão disponíveis em todos os ambientes domiciliares e locais da comunidade.

Dessa forma o projeto de intervenção com ênfase em ambiente educador sustentável permitiu que essas crianças e as demais que o trabalho incluiu, trouxesse ainda nas séries iniciais um olhar atento para o crescente consumo, tornando-o mais consciente diante das necessidades pessoais, coletivas e ambientais.

2.3 ANÁLISE CRÍTICA

Diante do desenvolvimento das atividades descritas acima, foram perceptíveis fatos concretos de que essa clientela fez a diferença nos anos de 2012 a 2014, e se assumiram como protagonistas de ações que buscam a consciência

ecológica, pois em todas as atividades que a escola promovia, os alunos eram lembrados e solicitados.

Perceptíveis também foram as mudanças de atitudes, entre elas, em relação ao uso do material escolar: no início do ano letivo, onde muitos traziam objetos de uso pessoal, sem maiores detalhes de marcas , personagens, onde até mesmo o plástico do livro foi reaproveitado por plástico do ano anterior ou já utilizado em outro produto, fato esse aqui entendido não como depreciação, falta de recursos ou outro motivo, mas vivenciado pela ideia do reaproveitamento ou do uso consciente e economia .

Também a partir do momento em que os pais participaram com seus comentários, em momentos de reuniões formais ou em conversas informais se obteve um “termômetro” do projeto, pois ao relatarem o quanto as crianças modificaram seus hábitos e escolhas, demonstram o quanto os pais, e a comunidade (vizinhos, avós , entre outros) também estão sendo inseridos numa nova forma de consumir, realizando assim o “consumo consciente”.

3 CONCLUSÃO

3.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da aplicação do projeto de intervenção em nossas escolas, a fim de tornar um espaço educador sustentável, surgiram novas reflexões. Primeiro porque nos remeteu a necessidade de uma maior pesquisa de quem são os sujeitos que estão envolvidos neste processo e, por conseguinte, a resignificação que haveria de acontecer neste processo.

Ao desenvolver um projeto que aborda o consumismo infantil pelas próprias crianças, o resultado foi observado pela ótica das questões sociais, tais como influência da mídia e do convívio com os sujeitos, porém com enfoque nas questões ambientais, além de abordar questões éticas, o que fez com que remetesse à reflexão das escolhas, abordando cidadania para um mundo melhor, tópicos estes enfatizados pelos protagonistas do referido projeto e que nos alerta para a necessidade dessa abordagem.

A intenção é ainda dar condições para que as crianças, que são o público-alvo da aplicação do projeto, atentem para as questões sociais que estão por trás desse modelo capitalista, de sociedade de consumo, ainda que sequer reconheçam como discurso das classes dominantes (numa relação de mercado e capital, da qual a classe trabalhadora é o mecanismo de geração desse mercado), numa condição de possibilitar mudanças, e que também possam refletir, conforme Cortella (2009), na sua definição de ética, mas que tão bem se encaixa na intenção dessa abordagem com as crianças frente ao consumismo: “... as grandes questões da vida: QUERO, DEVO, POSSO. Tem coisas que eu quero , mas não posso. Tem coisas que eu posso, mas não devo. Tem coisas que eu devo, mas não quero”. Aqui parafraseando eu diria: Quero, posso, preciso, e com as referentes indagações pertinentes a estas três palavras: tem coisas que eu quero, mas não posso. Tem coisas que eu posso mas não preciso. Tem coisas que eu preciso mas não quero?

A educação ambiental nas escolas também deve avançar nas questões de perceber o sujeito que hoje está inserido nela, que concomitantemente é

sujeito numa esfera mundial, sujeito que deverá, ter claro quando aborda as dimensões da sustentabilidade: "sustentar, conservar e manter". (Sachs) .

Assim relacionei até aqui algumas abordagens necessárias a todo professor em sala de aula, para posteriormente se engajar na mudança e na intenção de implementar um projeto de sustentabilidade na escola.

Sabemos das inúmeras possibilidades e necessidades de avançarmos na questão de transformar a escola em um espaço educador sustentável. Pretendemos com essas iniciativas, promover mudanças que culminem em práticas sustentáveis e novas posturas sociais.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, ZYGMUNT. **Vida para consumo, a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008.

BUENO, MIRIAM REZENDE. **Geografia: Ensino Fundamental**, livro 2. Belo Horizonte. Editora Educacional. 2010.

BOTSMAN, RACHEL. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Tradução de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre. Bookman, 2011.

Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 1992 (Rio de Janeiro). Agenda 21. Curitiba. IPARDES, 2001.

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

CORTELLA, MÁRIO SÉRGIO. **Qual é a tua obra? Inquietações prepositivas sobre Gestão, liderança e ética**. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2009

LAMIM-GUEDES, VALDIR. **As cinco dimensões do ecodenvolvimento (Ignacy Sachs)**. Disponível em: <http://naraiz.wordpress.com/2011/07/05/as-cinco-dimensoes-do-ecodenvolvimento-ignacy-sachs/>. Acesso em: 02 dez 2014.

SEIXAS, CLÁUDIA TEIXEIRA. **Língua Portuguesa., 2º ano Ensino Fundamental**, livro 1. 1 ed. Belo Horizonte: Editora Educacional. 2010.

SILVA, ANA BEATRIZ BARBOSA. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. 1 edição. São Paulo. Globo , 2014.

<http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/Consumismoinfantil.aspx-aceso> em 20.ago.2009