

## **O CONSUMO E O CONSUMISMO NA INFÂNCIA: PRÁTICAS PEDAGÓGICAS VIVENCIADAS COM OS ALUNOS DA ESCOLA MUNICIPAL VICENTE FRANCISCO DA SILVA EM ALTA FLORESTA/MT**

DOS SANTOS, Gisele Feitoza<sup>1</sup>

gifeitosa37@hotmail.com

MATSUBAYASHI, Eliza Tomiko<sup>2</sup>

elizaleff@hotmail.com

### **RESUMO**

O presente trabalho foi realizado com alunos do 2º ano matutino, na Escola Municipal Vicente Francisco da Silva, localizada no bairro São José Operário, em Alta Floresta-MT, no ano de 2014. Consistiu na discussão do consumo na infância, devido às influências das comunicações terem afetado e gerado desconforto na vida das crianças através das publicidades. Objetivou construir com os alunos noções de discernimento nas situações de consumo, bem como analisar a relação da tecnologia com a vida cotidiana e posicionar-se de maneira crítica em relação ao consumismo nas mensagens de publicidade e estratégias de venda. É nesse contexto que o presente trabalho propôs questionar como as crianças são influenciadas pelas publicidades no mundo de hoje, desta maneira, posiciona-se e alerta-se às crianças de como o consumismo interfere na vida diária. Assim, como as novas tecnologias das redes comunicativas modificaram e modificam a vida das pessoas, criam-se novas e múltiplas relações entre produtos, que alteram hábitos e padrões culturais. Pode-se visar os resultados do projeto, como se constata nos PCN's, que, mesmo compreendido o tema e gerado o conhecimento, as crianças sentiram dificuldades de resistirem a determinados produtos da propaganda, pelo fato de sempre desejarem seguir os lançamentos, ainda que não necessitem dos mesmos. Conclui-se então como é importante a discussão dos Temas Transversais no currículo escolar para serem trabalhados desde os anos iniciais até os finais.

Palavras-chave: Consumo. Publicidade. Temas Transversais. Escola.

### **ABSTRACT**

This work was conducted in the 2nd year in the morning at the Municipal School Vicente Francisco da Silva, situated in the neighborhood São José Operário in Alta Floresta-MT in the year 2014. Consisted in the discussion of consumption in childhood, due to the media had affected and generated discomfort in the life of children through advertising. And aimed to build with the students notions of discernment in consumption situations. Analyze the relation of technology with everyday life and position themselves critically in relation to consumerism in the messages of advertising and sales strategies. It is in this context that this paper has proposed to question how children are influenced by advertising in today's world. In this way, we positioned and alerted the children of how consumerism interferes with daily

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Pedagogia da Faculdade de Alta Floresta (FAF)

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Pedagogia da Faculdade de Alta Floresta (FAF)

life. So, with the new technologies of the communication networks changed and keep changing people's lives, it creates new and multiple relations between products, which altering habits and cultural patterns. We can aim at the project results, as seen in the PCN's, that even understood the topic and generated knowledge, the children found it difficult to resist to certain products of the advertising, because they always want to follow the releases, even they do not need it. It is concluded, so, how important is the adequacy of transversal themes in the school curriculum to be worked from the early years until the end.

Keywords: Consumption. Advertising. Transversal themes. School.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho discute o tema Consumo na Infância. As questões referentes ao consumo através da publicidade têm gerado muito desconforto na vida cotidiana. A transmissão e recepção de informações em tempo real e seu processamento pelo computador criaram novas condições de investir e gerenciar o capital e a produção em diferentes pontos do planeta.

As discussões sobre os meios de comunicação e a publicidade criam necessidades e divulgam novos padrões de consumo e comportamento, colocam em pauta a necessidade de reflexão sobre a relação entre os meios de comunicação, publicidade, economia e política. Destaca-se como organiza o processo de produção, criação, distribuição da informação, assim como a sempre crescente importância da indústria cultural.

A publicidade tem interferido no consumo das crianças, pois ela é mais do que uma forma de divulgar um produto ou um serviço, para torná-lo conhecido do público e, portanto, vendável. Além de produtos e serviços, por meio dela, divulgam-se estilos de vida, padrões de beleza e comportamento que traduzem determinados valores e expectativas. Deste modo a publicidade é formadora de novas necessidades e hábitos de consumo, que cumpre um papel relevante na sociedade contemporânea, relacionando-se às características atuais do modelo econômico e às novas possibilidades e recursos dos meios de comunicação.

A presença da publicidade é marcante nos centros urbanos, através dos diferentes meios de comunicação comerciais — rádio, TV, jornais e revistas —, nas feiras e mercados, em peças de vestuário. Verificar o tipo de bens e serviços que são anunciados, por exemplo, através da TV, nesse sentido, é possível introduzir a discussão sobre o que se considera vital/supérfluo.

É neste contexto que o presente estudo visa discutir: como as crianças estão sendo influenciadas pelas publicidades no mundo de hoje. Posicionar e sensibilizar as crianças de como o consumismo interfere na vida cotidiana.

Os Temas Transversais pretendem a ruptura com as propostas pedagógicas tradicionais, que fragmentam o processo educacional. Compartimentam os conteúdos em estruturas disciplinares, o que significa dizer que os Temas Transversais bem trabalhados trazem a perspectiva da interdisciplinaridade e transversalidade. Estes temas incorporam ao currículo escolar demandas do cotidiano, de abrangência nacional, passíveis de ensino e aprendizagem na educação fundamental e com importante papel na participação social e política.

Ao se conceber a educação escolar como uma prática que tem possibilidade de criar condições para que todos os alunos desenvolvam suas capacidades, é papel da escola discutir como poderá atuar na educação das crianças e dos jovens. Isso na perspectiva da participação em relações sociais, políticas e culturais, que são condições fundamentais para o exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e não excludente.

A escola, a partir da definição de seu projeto pedagógico, das capacidades a serem desenvolvidas, dos diálogos que manterá com as famílias e a comunidade escolar, poderá promover a aprendizagem de uma série de conteúdos e atitudes.

Assim, tem-se como problema: As crianças têm consumido através daquilo que a publicidade anuncia? A hipótese de trabalho é que: A publicidade tem interferido no consumo das crianças. Os objetivos: Atuar com discernimento nas situações de consumo. Analisar a relação da tecnologia com a vida cotidiana. Posicionar-se de maneira crítica em relação ao consumismo nas mensagens de publicidade e estratégias de venda.

## 2 METODOLOGIA

A partir de uma discussão introdutória, **começa-se** a pensar na metodologia do trabalho que teve aplicação na escola. Isso se iniciou com a identificação dos conteúdos a serem aplicados em sala e que **estão** nos Parâmetros Curriculares dos Temas Transversais: Trabalho e Consumo. Assim, tem-se como conteúdos: “Constatação e análise da influência da publicidade na vida cotidiana. Constatação e análise do impacto dos meios de comunicação na vida cotidiana”. (BRASIL, 1998, p. 391-392)

Após essa escolha, elaboraram-se questões referentes aos conteúdos, para pensar quais são as disciplinas curriculares que poderiam ajudar na elaboração da aula, isso gerou reflexão sobre a transversalidade e a interdisciplinaridade. As problemáticas **foram** as seguintes: O que é vital e supérfluo na publicidade? A publicidade tem interferido no consumo das crianças?

Os produtos e serviços por meio da publicidade têm influenciado na vida cotidiana? Qual o seu hábito de consumo?

E as disciplinas que ajudaram a responder estas questões foram Arte, Língua Portuguesa, Matemática e Ciências Naturais. O conteúdo da Arte consiste em: “As artes visuais como produto cultural e histórico: Reconhecimento e valorização social da organização de sistemas para documentação, preservação e divulgação de bens culturais”. [...] (BRASIL, 2001, p.65). Nessa disciplina, também se utilizou da Música: “Comunicação e expressão em música: interpretação, improvisação e composição: Utilização e criação de letras de canções, parlendas, etc., como portadoras de elementos da linguagem musical”. (BRASIL, 2001, p. 79)

Na disciplina de Língua Portuguesa, contemplou-se: Língua oral: usos e formas. “Participação em situações de intercâmbio oral que requeiram: ouvir com atenção, intervir sem sair do assunto tratado, formular e responder perguntas, explicar e ouvir explicações, manifestar e acolher opiniões, adequar as colocações às intervenções precedentes, propor temas”. (BRASIL, 2001, p. 129-130)

Na Matemática, selecionou-se: “Identificar os conhecimentos matemáticos como meios para compreender e transformar o mundo à sua volta e perceber o caráter característico da matemática; Fazer observações sistemáticas de aspectos quantitativos e qualitativos do ponto de vista do conhecimento e estabelecer o resultado com precisão [...]”. (BRASIL, 2001, p.51-52)

Na disciplina de Ciências Naturais, os conteúdos foram: “Organização e registro de informações por intermédio de desenhos, esquemas, listas e pequenos textos; Comunicação oral e escrita, dados e conclusões, respeitando diferentes opiniões” (BRASIL, 1997, p.80). Os conteúdos na disciplina de História constam de: “Identificação de transformações e permanências dos costumes das famílias das crianças e nas instituições escolares. Registros em diferentes formas: textos, livros, fotos, vídeos, exposições, mapas, etc”. (BRASIL, 1997 p. 54,58)

Por fim, voltou-se para o tema transversal Ética a fim de abordar assuntos relacionados “às boas maneiras de consumir para refletir e possibilitar juízo crítico sobre os valores que existem em nossa sociedade referente ao consumismo na infância”. (BRASIL, 1997, p. 43)

Após elencar todas as disciplinas e conteúdos, partiu-se para o plano de aula, em que tanto o conteúdo do Tema Transversal Trabalho e Consumo se fazem presentes, bem como os conteúdos das disciplinas que se relacionam ao Transversal.

**PLANO DE AULA****Tema:** Consumo e Consumismo: Publicidade na Infância**Turma:** 2º ano **Período:** Matutino**Data:** 16/10/2014**Duração:** 4 horas**Disciplina:** Matemática, Linguagem, Arte, História e Ciências Naturais.**Objetivo geral:**

Levar os alunos a compreenderem as noções sobre o consumo e o consumismo.

**Objetivos específicos:**

Atuar com discernimento nas situações de consumo;

Analisar a relação da tecnologia com a vida cotidiana;

Posicionar-se de maneira crítica em relação ao consumismo nas mensagens de publicidade e estratégias de vendas.

**Metodologia:**

1º momento: Apresentação.

2º momento: Oração.

3º momento: Texto impresso sobre consumismo.

4º momento: Explicação e atividades sobre o texto.

5º momento: Apresentação dos vídeos, a publicidade de produtos.

6º momento: Explicação e roda de conversa sobre o vídeo.

7º momento: Exposição e explicação do painel.

8º momento: Reunião os alunos em grupo para a simulação de uma compra.

9º momento: Cálculo da “compra” dos alunos e observação das atitudes consumistas e não consumistas.

10º momento: Diálogo sobre a compra.

11º momento: Atividades extras de pinturas relacionadas ao tema da aula.

**Recursos:**

Lousa, Giz, Retroprojeto, Atividade impressa, Paineis em T.N.T

**Avaliação:**

Avaliar o aluno no processo de cada atividade individual e coletiva, observando seu desenvolvimento conceitual, procedimental e atitudinal.

**Referências:**

BRASIL. Parâmetros curriculares nacionais volume 8: apresentação dos temas transversais: ética. 3. ed. Brasília: MEC, 2000.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais língua portuguesa. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Arte. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Matemática. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Ciências naturais. Brasília: MEC, 1997.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais História e Geografia. Brasília: MEC, 1997.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais / Secretaria de Educação Fundamental. Trabalho e Consumo. – Brasília: MEC/SEF, 1998. 337-406p. Disponível em:

<<http://dominiopublico.mec.gov.br/download/texto/me000046.pdf>>. Acesso em: 15 de agosto de 2014.

CARVALHO, Andre; ABUJAMRA, Alê. Consumidor e Consumismo. Coleção “pergunte ao José.” Belo Horizonte: Lê, 1993.

DESENHO para colorir carro hot Wells. Disponível em:

<<http://www.tattoodonkey.com/desenhos-desenho-de-carro-para-colorir-e-imprimir-tattoo/2/>>. Acesso em 12 de out. de 2014

DESENHO para colorir boneca Barbie Disponível em:

<<http://www.desenhosparacolorir.org>>. Acesso em 12 de out. de 2014  
 PUJOL, Rosa M. O que Ensinar e o que Aprender no Ensino Fundamental sobre a Educação dos Consumidores? In: NIEVES, Alvarez María [et. al]. Valores e Temas Transversais no Currículo. Porto Alegre: Artmed, 2002.  
 VÍDEO comercial Barbie Portal Secreto. Disponível em:  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=BXqLzuaQBgw>>. Acesso em 12 de out. de 2014  
 VÍDEO comercial Carro Hot Whells. Disponível em:  
 <<https://www.youtube.com/watch?v=xbMDGyoA788>>. Acesso em 12 de out. de 2014  
 Fonte: Gisele Feitoza dos Santos e Eliza Tomiko Matsubayashi

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (1998), as áreas do currículo escolar possuem ensinamentos a respeito dos Temas Transversais, pois todas as disciplinas envolvem assuntos referentes aos valores em relação à sociedade.

O autor Gavidia, em seu texto sobre “Valores e Temas Transversais no Currículo”, faz a abordagem dos Temas Transversais e aponta a necessidade de se considerar três conteúdos para sua aplicação, que são: os conteúdos conceituais, procedimentais e atitudinais.

Os conteúdos conceituais são os conhecimentos com base em pesquisas e metodologias científicas, enfatizados nas disciplinas trabalhadas de modo tradicional. Os conteúdos procedimentais são caminhos a serem percorridos para a aplicação de um determinado conteúdo, ou seja, os procedimentos a serem utilizados pelo professor em sala de aula. Já os conteúdos atitudinais são conceitos e hábitos individuais e coletivos, a saber, as atitudes que os alunos têm ao longo do seu desenvolvimento e, assim, o professor deve atuar na modificação de certas ações consideradas não tão corretas para a vivência em sociedade.

Conforme Gavidia, a escola enfrenta algumas dificuldades na aplicação dos Temas Transversais. A primeira delas é a que a escola enfrenta para mudar os comportamentos dos alunos e os valores, pois muitos professores entram em sala de aula e estão preocupados apenas com os conteúdos conceituais e nem se preocupam se o aluno realmente aprende. Uma segunda dificuldade que a escola encontra é a necessidade de pôr em prática os conteúdos das matérias transversais. Os professores têm de explorar muito bem os conteúdos, pois são de suma importância e têm características próprias para cada matéria, e que devem ser respeitados com a transversalidade (GAVIDIA, 2002).

A terceira dificuldade se refere à formação dos professores concernente aos Temas Transversais. É necessário que os profissionais tenham uma boa preparação para abordar, em sala de aula, os principais problemas que afetam os alunos e a sociedade.

A quarta dificuldade, ainda de acordo com Gavidia (2002), é a falta de união e laços na equipe de trabalho e, em especial, entre pais e outras instituições. Um exemplo dessa dificuldade vislumbra-se na hora de montar o projeto político pedagógico da escola, que precisar da equipe escolar para discutir, entrar em acordo e respeitar a opinião do colega na hora de escrevê-lo, porém, há dificuldade de se obter consenso.

A escassez de materiais curriculares é a quinta dificuldade para aplicação dos Temas Transversais na escola (GAVIDIA, 2000). Na realidade, não existem livros próprios que abordam os temas, existem bibliografias de alguns autores, além de artigos científicos dirigidos diretamente para os professores, que são difíceis de chegar até as mãos dos alunos, devido ao teor técnico. Os livros didáticos escolares abordam basicamente as temáticas dos temas transversais no geral, contendo poucas informações sobre o mesmo, não sendo específicos para que os alunos obtenham conhecimentos.

A sexta dificuldade é a avaliação dos conteúdos transversais, pois se já é difícil selecionar os conteúdos, imagine-se avaliá-los. O autor Gavidia estabelece uma série de sequências a serem seguidas, relevando os conteúdos conceituais, atitudinais e procedimentais. (GAVIDIA, 2002)

Diante das dificuldades de se entender a aplicação dos temas transversais na escola, Gavidia aponta as linhas, as áreas e os espaços transversais. Ele destaca:

Cabe considerar uma terceira possibilidade que não é mais do que uma estratégia intermediária: os espaços de transversalidade. Eles consistem em um ponto de encontro entre os dois enfoques anteriores [linhas e áreas], com a coexistência de ambas as possibilidades: uma organização vertical, disciplinar, mas “impregnada” de transversalidade em que, além disso, existem momentos de aprendizagem interdisciplinar para o desenvolvimento de certos temas, que são apresentados como projetos ou unidades didáticas de problemas sociais e ambientais que é necessário pesquisar. (GAVIDIA apud NIEVES et al., 2002, p. 20).

A transversalidade é uma forma de abordar os Temas Transversais com as disciplinas em sala de aula, para formar um contexto íntegro para melhor discutir as problemáticas no meio social. A evolução da dimensão conceitual da transversalidade segue uma passagem entre linhas, áreas e espaços.

As linhas transversais vão cruzar todas as disciplinas, já a segunda concepção, as áreas formam em torno de si próprio, diferentes matérias que transpassam os conteúdos, e os espaços transversais consistem em cruzar as linhas e as áreas de maneira a trabalhar a transversalidade para a aprendizagem do aluno (PCN's 1998).

Porém, a condição para se abordar adequadamente os temas transversais está em considerá-los a partir do projeto curricular da escola e da reflexão entre os profissionais, para que todas as áreas do conhecimento contribuam na formação e na educação dos alunos,

partam, assim, do cruzamento dos espaços transversais entre as linhas e as áreas para se trabalhar a abordagem da transversalidade.

No momento de adequar os Temas Transversais dentro das disciplinas, é preciso fugir da dinâmica tecnológica e visualizar os conteúdos de maneira mais ampla, com conexão com a realidade e com perspectiva globalizadora para conhecê-la, como algo complexo.

A proposta da transversalidade acarreta discussões sobre a interdisciplinaridade. A transversalidade é uma relação com as questões da vida real de cada aluno. Já a interdisciplinaridade aborda e questiona as disciplinas trabalhadas na escola.

Rosa Pujol também debate os Temas Transversais e, nesse sentido, discute a especificidade dos conteúdos da educação do consumidor, apontando:

Considerarmos que os conteúdos conceituais característicos da educação do consumidor são todos aqueles que fazem referência à relação entre os consumidores, a estrutura e o funcionamento da sociedade de consumo; portanto ao sistema de produção-consumo, aos mecanismos de *marketing* que nela são trabalhados, ao papel da publicidade, à oferta de produtos e de bens e ao funcionamento e uso de serviços. (PUJOL apud NIEVES et al., 2002, p. 127)

Conforme a autora, os conteúdos conceituais da educação do consumidor também incluem os hábitos consumistas, os seus erros e mitos e as suas formas de influência no ato da compra. As questões referentes ao consumismo através dos mecanismos de marketing têm gerado muito desconforto na vida cotidiana, pois, com o avanço da tecnologia a recepção de informações e seu processamento, criaram-se novas condições de as pessoas investirem e gerenciarem seu capital, de maneira que venha a causar o aborrecimento e até mesmo prejuízo desnecessário.

Sobre a abordagem didática da educação do consumidor, a autora Rosa M. Pujol pontua:

Simplificar o conteúdo conceitual para torná-lo inteligível aos alunos costuma, muitas vezes, ocasionar uma fragmentação em que cada aspecto constitui um acontecimento isolado, autônomo, a partir do qual fica difícil de perceber a relação como os outros, com os quais se relaciona. Facilmente propomos, por exemplo, analisar de forma isolada o anúncio de um produto, fazendo referência somente ao conteúdo, esquecendo seu significado para o consumidor e deixando de lado o significado atual da publicidade. (PUJOL apud NIEVES et al., 2002, p. 131)

Conforme a citação da autora, o professor, ao simplificar o conteúdo para torná-lo fácil ao aluno, ocasiona uma disjunção na aprendizagem deste, pois torna difícil para o aluno relacionar o conteúdo apresentado com o meio em que vive.

Além disso, ao simplificar o conteúdo, o professor corre o risco de falsificação, pois levará para a sala de aula “tudo pronto e enxugado”, assim bloqueia o aluno a expor suas ideias, o que pode desestimulá-lo e causar riscos na aprendizagem e no convívio social.

Sobre a necessidade de pôr em prática os conteúdos das matérias transversais, Gavidia aponta:



Parece obvio que todo cidadão, em seu período escolar, deve receber uma educação mínima sobre a saúde, o meio ambiente, o consumo, a igualdade de direitos e deveres de todos, etc. A questão não é criar unicamente atitudes positivas para certos estilos de vida, mas procurar uma aprendizagem significativa de determinados conceitos, procedimentos e habilidades pessoais e sociais. (GAVIDIA apud NIEVES et al., 2002, p.26).

Segundo o autor, todos os cidadãos, em seu período escolar, devem receber uma educação sobre os Temas Transversais. Daí ser necessário que o professor aborde esses temas nos anos iniciais e use representações adequadas, de acordo com o entendimento e a linguagem da criança, para que ela interprete e construa os seus próprios conhecimentos.

Nos Parâmetros Curriculares Nacionais, a Pluralidade Cultural é abordada:

O grande desafio da escola é investir na superação da discriminação e dar a conhecer a riqueza representada pela diversidade etnocultural que compõe o patrimônio sociocultural brasileiro, valorizando a trajetória particular dos grupos que compõem a sociedade. (PCN's, 2000, p. 32).

Assim, a escola tem um imenso desafio, que é o de superar a discriminação e fazer com que os alunos reconheçam a enorme riqueza brasileira. Nesse sentido, deve ser um local de diálogo, de aprender vivenciando sua cultura e respeitando as diferentes expressões culturais das pessoas.

Desde os anos iniciais, o professor deve informar aos alunos que se vive em uma sociedade heterogênea, em que se depara com pessoas de costumes diferentes, umas consumistas e outras não. É preciso conhecer e respeitar as diferenças que cada cultura constitui, assim se facilita o olhar sobre o preconceito e a discriminação, que existe e causa muito constrangimento entre as pessoas.

Assim, através desta discussão, pode-se entender mais sobre o consumo na infância. Esta abordagem ocorre através do Tema Transversal Trabalho e Consumo. O dilema do consumo e do consumismo coloca em pauta discussões sobre a interferência da publicidade na vida das crianças, pois os meios de comunicação dirigem seus anúncios para convencer os consumidores.

Portanto, a publicidade é uma forma de divulgação de um determinado produto para torná-lo vendável. A maioria das vezes, o que a propaganda mostra é ilusão e, quando a criança vai até a loja para comprar o produto, não é aquilo tudo, pois a publicidade dá vida aos objetos, que andam e falam, mas na verdade é apenas uma forma de vender os produtos.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A instituição escolhida para aplicar o projeto foi a Escola Municipal Vicente Francisco da Silva, localizada no Bairro São José Operário, na Avenida Teles Pires s/nº, em terreno

denominado LP, Quadra 8, com total de 10.950 metros quadrados, que está em nome da Prefeitura Municipal de Alta Floresta.

A escola atende 220 alunos no período matutino e 165 alunos no período vespertino, no total de 385 alunos, na modalidade de Educação Infantil, com as turmas de Pré I (crianças de 04 anos de idade) e Pré II (crianças de 5 anos de idade), também oferece atendimento ao ensino fundamental de 09 anos, para alunos com idade compreendida entre 6 a 14 anos. Os referidos alunos residem no Bairro Cidade Bela, nas chácaras da comunidade Paraíso e Santíssima Trindade e também do Bairro São José Operário.

A escola, situada no bairro São José Operário, tem 46,6% dos alunos que moram no próprio bairro; 30% dos alunos, no bairro Cidade Bela, os quais utilizam o transporte escolar municipal para ir à escola; e 7,7%, em outros bairros próximos à escola.

A instituição conta com 09 salas de aula, sala da direção, dos professores, de vídeo, de recursos, secretaria, biblioteca, laboratório de informática, banheiro, refeitório, cozinha, almoxarifado, cantina e quadra de areia, para aulas de educação física.

Segundo a coordenadora da escola Maria Vilma, a matriz curricular foi elaborada com base nos conteúdos dos Temas Transversais. Portanto, em todas as disciplinas, os conteúdos estão embutidos: Ética, Trabalho e Consumo, Orientação Sexual, Pluralidade Cultural, Saúde e Meio Ambiente.

No dia 16 de outubro de 2014, ministrou-se a aula a partir do planejamento do projeto “Consumo e Consumismo: Publicidade na Infância”, com o objetivo de sensibilizar os alunos quanto aos gastos excessivos. No primeiro momento, iniciou-se com um texto sobre consumismo, do autor Andre Carvalho e Alê Abujamra, o qual abordava assuntos referentes às publicidades na infância e as diferenças entre consumo e consumismo.

Segundo o autor Andre Carvalho e Alê Abujamra (1993, s/p.):

Os homens, através da tecnologia, inventam a cada dia novas formas de conforto e lazer. E objetos que possam atender à demanda de consumo. Uma das formas de convencer o consumidor a comprar os novos produtos é a publicidade. A publicidade é feita das formas mais variadas. Vai de um simples folheto distribuído nas ruas...

A partir do texto, o assunto foi debatido e mostrado como a publicidade interfere na vida dos alunos. Para melhor entendimento, pediu-se para cada um destacar as palavras consumo e consumismo no documento. Devido aos alunos terem conhecimentos com a linguagem, não sentiram dificuldades de entender a proposta.

No segundo momento, utilizaram-se os vídeos, a publicidade que passa na televisão dos “carros da hot wheels” e das “bonecas Barbie” e as “sapatilhas mágicas”. Ao assistirem os vídeos propostos, realizou-se uma roda de conversa sobre a diferença entre o virtual e o real.

No virtual, a criança tem o desejo, quer um determinado objeto sem ao menos ter tocado; já no real, quando adquire um objeto, pode não ser aquilo que esperava. Para melhor esclarecimento, levou-se para a sala de aula os objetos concretos: uma boneca Barbie e um carro da hot whells, nesse momento, os alunos perceberam como a publicidade induz ao consumismo.

Dando sequência à aula, apresentou-se um painel com produtos referentes ao consumo e consumismo. Orientou-se que os alunos realizassem uma compra com os critérios de não ultrapassarem os limites de 10 itens e relembrem toda a aula trabalhada. Observou-se que, mesmo com o conhecimento construído, os alunos sentiram dificuldades de resistirem a determinados produtos da publicidade, pelo fato de desejarem seguir os lançamentos dos objetos.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho abordou a temática sobre o consumo na infância, que, embora seja um tema de extrema importância para a sociedade, ainda é pouco lembrado e discutido nas escolas de forma clara. Pode-se observar que o consumo através da publicidade é mais do que uma forma de divulgação de um produto ou serviço. Através da pesquisa na Escola Vicente Francisco da Silva, percebeu-se que a publicidade gera muito desconforto na vida cotidiana das crianças, pois as tem convencido a adquirir o produto e torná-lo vendável, e isso leva ao hábito de consumir e acaba por gerar o consumismo. A publicidade transmite uma imagem virtual do produto. Através do avanço da tecnologia, os objetos ganham vida e no real, quando a criança se depara com o objeto, não é o que esperava em relação ao que foi visto no anúncio.

Segundo os PCN's, aborda-se o tipo de bens e serviços que são anunciados nos meios de comunicações, tendo em vista que, antes de adquirir o produto, o consumidor deve analisar o que é vital e supérfluo, para que possa obter somente o que identificar como necessidade. Portanto, é neste contexto que o presente estudo buscou trabalhar de maneira crítica como as crianças estão sendo influenciadas pela publicidade. E, assim, buscou-se posicionar e sensibilizar as crianças de como o consumismo interfere na vida cotidiana.

Acredita-se que os resultados obtidos em sala de aula foram de extrema importância para os alunos refletirem de maneira adequada sobre o consumo na sua vida cotidiana. E também para as futuras professoras, pois permitiu um contato com a realidade e com um conteúdo complexo de ser trabalhado, uma vez que a sociedade, a cada dia, tem incentivado o

consumo, e nem sempre as compras são vistas com critérios, ou seja, muitas vezes, o consumo se torna supérfluo e não necessário.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Parâmetros curriculares nacionais volume 8: apresentação dos temas transversais: ética. 3. ed. Brasília: MEC, 2000.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Língua Portuguesa. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Arte. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Matemática. 3. ed. Brasília: MEC, 2001.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais Ciências naturais. Brasília: MEC, 1997.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais História e Geografia. Brasília: MEC, 1997.

\_\_\_\_\_. Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais / Secretaria de Educação Fundamental. Trabalho e Consumo. – Brasília: MEC/SEF, 1998. 337-406p. Disponível em:

<<http://dominiopublico.mec.gov.br/download/texto/me000046.pdf>>. Acesso em: 15 de agosto de 2014.

CARVALHO, Andre; ABUJAMRA, Alê. **Consumidor e Consumismo**. Coleção “Pergunte ao José.” Belo Horizonte: Lê, 1993.

DESENHO para colorir carro Hot Wells. Disponível em:

<<http://www.tattoodonkey.com/desenhos-desenho-de-carro-para-colorir-e-imprimir-tattoo/2/>>. Acesso em 12 de out. de 2014

DESENHO para colorir boneca Barbie Disponível em:

<<http://www.desenhosparacolorir.org>>. Acesso em 12 de out. de 2014

GAVIDIA, Valentin. A Construção do Conceito de Transversalidade. In: NIEVES, Alvarez María [et. al]. **Valores e Temas Transversais no Currículo**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

PUJOL, Rosa M. O que Ensinar e o que Aprender no Ensino Fundamental sobre a Educação dos Consumidores? In: NIEVES, Alvarez María [et. al]. **Valores e Temas Transversais no Currículo**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

YUS, Rafael. Temas Transversais e Educação Global: Uma Nova Escola para um Humanismo Mundialista. In: NIEVES, Alvarez María [et. al]. **Valores e Temas Transversais no Currículo**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

VÍDEO comercial Barbie Portal Secreto. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=BXqLzuaQBgw>>. Acesso em 12 de out. de 2014

VÍDEO comercial Carro Hot Whells. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=xbMDGyoA788>>. Acesso em 12 de out. de 2014