

Eixo Temático ET-13-015 - Educação Ambiental

EDUCAÇÃO AMBIENTAL E CONSUMISMO INFANTIL: UMA ABORDAGEM REFLEXIVA

Gisele Aparecida Ramos de Albuquerque

Mestranda em Ciências Ambientais - Unesp/Sorocaba. E-mail:
gisele.albuquerque@posgrad.sorocaba.unesp.br.

RESUMO

O presente artigo trata de uma discussão englobando situações atuais que discorrem sobre as práticas de consumo consciente e o universo infantil. A partir dessa linha, o texto abordará a influência que a publicidade promovida pelos meios de comunicação exerce na criança, incentivando-a precocemente ao consumismo, bem como discutirá quais ações e práticas as escolas devem promover coletivamente e o professor no âmbito sala de aula com o propósito de mediar informações relevantes visando à construção de uma educação ambiental que promova uma reflexão sobre aspectos de consumo, desperdício e preservação dos recursos naturais.

Palavras-chave: Educação ambiental; Consumismo; Práticas pedagógicas.

INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade cada vez mais consumista; consumo este que vem colaborando para a degradação do meio ambiente e formando cidadãos que buscam a satisfação dos desejos através da aquisição de produtos, que por muitas vezes não é necessário.

O cidadão então se sente parte importante na sociedade, por ter a oportunidade do poder de comprar e de consumir, levando-o a ações impulsivas e em certos casos desmedidas. Mas qual a diferença entre consumo e consumismo? Consumo significa adquirir e utilizar bens e serviços para atender às necessidades, enquanto consumismo tenta satisfazer carências emocionais e sociais através de compras, demonstrando o valor pessoal pelo produto que possui (LEONARD, 2011).

Diversos meios de comunicação são utilizados para atingir esse público, dentre eles os mais fortes são a televisão e a internet. As crianças são as mais influenciadas por esses meios, tornando-se um público-alvo importante para alcançar os mercados adultos, pois os mercadólogos estão direcionando suas estratégias para as crianças, se utilizando de técnicas para atrair esse consumidor (BUCKINGHAM, 2012).

Uma das maneiras mais eficientes de evitar o consumismo excessivo é criando na criança uma consciência ambiental desde cedo, pois se os pequenos cidadãos tiverem a oportunidades de adquirir um bom aprendizado ambiental, com certeza saberá discernir e fazer escolhas corretas quando necessário. Sem dúvida o mercado enxerga cada vez mais a criança como um consumidor potencial, e por isso as práticas publicitárias voltadas para atingir esse público continuarão existindo, cabe aos profissionais da comunicação medir suas ações protegendo o direito da criança.

Na publicação “Consumismo infantil: na contramão da sustentabilidade”, divulgada pelo Ministério do Meio ambiente, com colaboração do Instituto Alana, diversos problemas são abordados em decorrência do consumismo, como: aumento da geração de resíduos, obesidade infantil, adultização da infância e erotização precoce, consumo precoce de álcool e tabaco, diminuição das brincadeiras criativas, violência, e estresse familiar.

Como vimos o consumo sem reflexão geram problemas multifatoriais, e por isso diversos pesquisas e mudanças na legislação vem ocorrendo nesse cenário. Uma das medidas mais questionadas do ano de 2014 foi a publicação da resolução 163, de 13 de março- que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e adolescente. Essa resolução abriu um debate acerca das diversas proibições que seriam impostas visando à proteção da criança, com isso todas as formas de publicidade abusiva que buscam persuadi-la e estimular ao consumo seria condenada em conformidade com a Constituição federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente.

A partir dos estudos acerca do tema, será possível realizar uma reflexão sobre o consumo, consumismo e quais práticas pedagógicas podem ser aplicadas visando à formação da consciência ambiental do cidadão.

OBJETIVO

Promover a reflexão sobre o consumo, consumismo, e formação do cidadão em educação ambiental. Através de uma contextualização teórica com informações práticas sobre o tema, o pesquisador utilizará dessa pesquisa para futuras consultas buscando o aprofundamento e debate.

CONSUMISMO E CONSUMO CONSCIENTE

Sem dúvida, todo ser humano necessita do consumo, mas tem certa diferença entre ser consumidor e ser consumista, pois o consumidor adquire aquilo que precisa para sua vida, e o consumista compra artigos sem necessidade para satisfazer um desejo.

Leonard (2011) destaca uma pesquisa realizada pela ONU (Organização das Nações Unidas) no ano de 2003, onde conclui-se que os gastos globais com cosméticos chegaram a 18 bilhões de dólares, enquanto despesas com assistência médico ginecológica não passou dos 12 bilhões. Ainda segundo a pesquisa, destacou-se que para eliminar a fome e desnutrição teria custados cerca de 19 bilhões de dólares, mas nos Estados Unidos e Europa, foram gastos 17 bilhões de dólares em pacotes com ração para animais de estimação (LEONARD, 2011).

Outro fator discutível é sobre os produtos fabricados que possui vida útil menor perante aos antigos produzidos há algumas décadas, tudo para que o consumidor continue a consumir. Além disso, o avanço da tecnologia faz com que produtos adquiridos hoje perca seus atrativos após alguns meses, fazendo com que o consumidor-consumista adquira um novo produto, para não ficar aquém perante seus amigos.

As lojas criam diariamente diversas promoções em lojas físicas, online, divulgando também em nos meios de comunicação, produtos com preços reduzidos, oferecendo vantagens de crédito, e em diversos momentos utilizando de artifícios para “seduzir” o cliente, levando-o a consumir sem a necessidade.

Antes de consumir, devemos parar para refletir, se necessitamos do produto, e sobre a quantidade de matéria-prima é extraída da natureza para a fabricação daquele bem. Após a reflexão é possível efetuar o poder de decisão, preciso do produto ou não?

Vivemos em um planeta desigual, onde a riqueza econômica de uma minoria, em detrimento dos que vivem em extrema pobreza, é uma vergonha e as duas principais causas da degradação ambiental dos países em desenvolvimento são a miséria e o mau uso da riqueza, onde os pobres são obrigados a destruir os recursos dos quais dependem sua subsistência e enquanto os ricos provocam demandas insustentáveis de recursos da Terra (BARBIERI, 1996).

Como devemos exercer o consumo consciente? Esse modelo de consumo deve estar baseado na aquisição de bens e serviços realmente úteis para a pessoa no momento da compra. A influência da publicidade, no adulto exerce um poder menor, pelo grau de discernimento, fazendo com que o mesmo reflita em certo instante para tomar a decisão. Já a criança até os oito anos de idade, possui poder de influencia maior, sendo assim, as publicidades direcionadas à elas exercer grande poder de atração, levando-as ao consumo (INSTITUTO ALANA, 2009 *apud* KUNKEL et al., 2004)

Nesse caso, cabe aos pais à orientação sobre o consumo consciente, demonstrando os motivos para não efetuar a compra e as escolas devem ter um poder fundamental nesse processo de conscientização, pois uma educação ambiental eficiente promoverá na criança um grau maior de discernimento sobre os problemas ambientais, orientando-os e assim formando cidadãos atentos e críticos, preparando os mesmo para que quando adultos continuem exercendo sua cidadania com sabedoria.

EDUCAÇÃO AMBIENTAL E A FORMAÇÃO DO CIDADÃO

Propor e possibilitar aos alunos uma proposta eficiente voltada às questões ambientais é fundamental para uma boa formação do cidadão. Ao longo das décadas pode ser observados diversos problemas ambientais enfrentados pelo planeta e a partir disso é perceptível um avanço no conhecimento da população acerca do tema, mesmo que ainda pareça devagar.

No Brasil a educação ambiental faz parte do currículo escolar atuando de forma interdisciplinar. Na Lei nº 9.795/1999, regulamentada pelo Decreto nº 4.281/2002, que dispõe sobre a educação ambiental e instituiu a PNEA (Política Nacional de Educação Ambiental), descreve em sobre a aplicabilidade na educação formal.

Art. 9º Entende-se por educação ambiental escolar a desenvolvida no âmbito dos currículos das instituições de ensino públicas e privada, englobando:

I - educação básica:

- a) educação infantil;
- b) ensino fundamental e
- c) ensino médio.

II - educação superior;

III - educação especial;

IV - educação profissional;

V - educação de jovens e adultos.

A então lei discorre em seus demais artigos destacando que a educação ambiental formal, não deve ser implantada como disciplina específica no currículo de ensino, mas sim trabalhada de maneira integrada com as demais disciplinas.

O Decreto nº 4.281/2002 regulamentou a Lei nº 9.795/1999, que instituiu a Política Nacional de Educação Ambiental. Nesse documento em seu artigo 5º, recomenda-se que a educação ambiental seja aplicada em todos os níveis e modalidade de ensino, tendo como referência os Parâmetros e Diretrizes Curriculares Nacionais, atentando-se à integração da educação ambiental nas disciplinas de modo transversal, contínuo e permanente, além da adequação dos programas já vigentes de formação continuada de educadores.

É importante que as escolas desenvolvam continuamente processos de formação de seus profissionais no sentido de aprimorar seu conhecimento sobre o tema, principalmente para os que em sua formação não tiveram acesso a uma educação eficiente e aprofundada sobre o meio ambiente, pois um profissional capacitado também poderá fornecer conceitos importantes na construção do conhecimento no processo de ensino-aprendizagem.

Algumas práticas são válidas nesse processo, como o desenvolvimento de seminários, palestras, oficinas, salas temáticas, jogos interativos, visitas ou passeio a ambientes naturais e preservados, além de parcerias com ONGs e institutos ambientais; fornecendo ao docente e discente uma visão holística, compreendendo a importância dos recursos naturais, do consumo consciente e demais atitudes ambientalmente corretas.

CONCLUSÕES

De acordo com o estudo realizado, conclui-se que a educação ambiental nas escolas é fundamental para que criemos futuros cidadãos conscientes de suas atitudes frente às questões ambientais. Um cidadão bem formado e informado corretamente está apto para realizar as melhores decisões com base em seu conhecimento adquirido, sabe diferenciar o consumo do consumismo, compreende a importância da preservação ambiental e contribui com ações individuais e coletivas para diminuir o impacto ambiental do planeta.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, E. **Desenvolver ou preservar o meio ambiente?** São Paulo: Cidade Nova, 1996.

BRASIL, Secretaria de direitos humanos. Resolução CONANDA nº 163, de 13 de março de 2014. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Disponível em: <http://www.mpba.mp.br/atuacao/infancia/publicidadeeconsumo/conanda/resolucao_163_conanda.pdf>. Acesso em: 22 set. 2015.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Decreto nº 4.281/2002. Regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm>. Acesso em: 22 set. 2015.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Legislação Ambiental Básica. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, UNESCO, 2008. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/secex_conjur/_arquivos/108_12082008084425.pdf>. Acesso em: 22 set. 2015.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Lei nº 9.795, de 27/1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm>. Acesso em: 22 set. 2015.

BUCKINGHAM, D. Repensando a criança-consumidora: novas práticas, novos paradigmas. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo: v. 9 n. 25, p. 43-72, 2012.

INSTITUTO ALANA. Consumismo infantil: na contramão da sustentabilidade. Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Consumismo-Infantil.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2015.

INSTITUTO ALANA. Infância e Consumo: estudos no campo da comunicação. Brasília: 2009. 160 p. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/file/50175/download?token=8aRkgMJ4>>. Acesso em: 22 set. 2015.

LEONARD, A. **A história das coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo o que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.