



PERCEPÇÃO DE ALUNOS DO ENSINO MÉDIO SOBRE CONSUMO, CONSUMISMO E SEUS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE: ENTRE CONCEITOS E PRÁTICAS.

Aluno: Cleberson Vieira de Araújo¹
Orientador: Fabiano Gumier Costa²

Resumo

Temas relacionando economia e meio ambiente estão presentes na agenda de governos, empresas e sociedade civil, devido à necessidade de repensarmos os modelos de desenvolvimento e apropriação dos recursos naturais. É inegável o papel do consumo e consumismo nesse contexto que, articulados à temática de educação financeira, podem incorporar novos valores ao o processo formativo dos indivíduos rumo a uma sociedade mais sustentável. Esse trabalho teve como objetivo geral analisar como os alunos e alunas, de uma turma do Ensino Médio de Nazarezinho – Paraíba percebem os conceitos de “consumo”, “consumismo” e seus impactos no meio ambiente. Além disso, buscou-se analisar o uso de conceitos de educação financeira e suas relações com a temática ambiental. As percepções dos alunos foram coletadas por meio de questionários aplicados no final do ano letivo de 2019. Os resultados foram organizados em estatísticas descritivas e a análise se deu em confrontação com a literatura científica disponível sobre o tema. A maior parte dos estudantes envolvidos na pesquisa demonstrou discernimento e senso crítico sobre os conceitos abordados e clareza sobre a necessidade incorporação dos princípios da educação financeira como relevantes para sustentabilidade ambiental.

Palavras-chave: educação financeira; economia; ambientalismo; sustentabilidade.

Abstract

Themes relating to the economy and the environment are present on the agenda of governments, companies and civil society, due to the need to rethink the models of development and appropriation of natural resources. The role of consumption and consumerism in this context is undeniable, which, linked to the theme of financial education, can incorporate new values into the training process of individuals towards a more sustainable society. This work had as general objective to analyze how the students, from a high school class in Nazarezinho – Paraíba, perceive the concepts of "consumption", "consumerism" and their impacts on the environment. In addition, we sought to analyze the use of financial education concepts and their relationship with the environmental theme. The students' perceptions were collected through questionnaires applied at the end of the 2019 academic year. The results were organized into descriptive statistics and the analysis took place in comparison with the available scientific literature on the subject. Most of the students involved in the research demonstrated discernment and critical sense about the concepts covered and clarity about the need to incorporate the principles of financial education as relevant to environmental sustainability.

Keywords: financial education; economy; environmentalism; sustainability.

¹ Aluno concluinte do Curso de Especialização em Educação Financeira. E-mail: historia-geral@bol.com.br.

² Doutor em Ciências: Gestão Socioambiental. Analista Ambiental no Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Floresta Nacional da Restinga de Cabedelo, Rod. BR 230, KM 11, Cabedelo, PB. E-mail: fabiano.costa@icmbio.gov.br.



1 Introdução

As sociedades humanas, a partir do século XVIII, aumentaram drasticamente o consumo de recursos naturais e geração de externalidades negativas sobre o meio ambiente. Desde então, o crescimento populacional associado ao advento de produtos descartáveis e de difícil assimilação pela natureza têm gerado problemas de dimensões alarmantes e que colocam em risco o futuro do planeta e das espécies, inclusive do ser humano (LIAO et al., 2018).

O crescimento quantitativo da economia nos modelos vigentes do capitalismo visa essencialmente ao lucro, resultando em devastação da natureza, acirramento de desigualdades sociais e ampliação dos índices de pobreza (DUPAS, 2012). Desde muito tempo, o homem modifica a natureza, mas nunca tanto quanto na contemporaneidade, em ritmo cada vez mais acelerado e com impactos ambientais drásticos sobre o clima e ecossistemas. Essa lógica vem sendo rompida e um novo modelo de desenvolvimento precisa ser pensado e incorporado pela sociedade (LEEF, 2006).

Outro aspecto fundamental e relacionado à problemática ambiental é o consumo sem reflexão crítica, que passa a ser uma realidade cotidiana, extrapolando em muito a necessidade de alimentação e subsistência das pessoas, sendo paulatinamente incorporados nas decisões de consumo valores muito além da necessidade objetiva das pessoas. Tal temática foi objeto de análise do economista norte americano Thorstein Veblen (1857-1929) ao propor o conceito de “consumo conspícuo”, incluindo o consumo baseado em valores de competição e status social. Para muitos, o ato de consumir passa a ocupar excessivamente a vida em várias instâncias e momentos, como se o objetivo finalístico da existência fosse adquirir produtos e serviços não necessariamente essenciais. Sob esse viés, pode-se estabelecer uma relação entre a conotação atual do termo consumismo a partir do conceito de consumo conspícuo de Veblen (1980) como discutido por Assimos et al. (2019) ao relacioná-lo com consumo de status, consciência de marca e auto expressão, por exemplo.

O impacto ambiental, antes percebido apenas em áreas com atividades industriais intensas, passa a ser relevante até mesmo em municípios de pequeno porte, caracterizando-se por rios e riachos poluídos, disposição inadequada de lixo, erosão e degradação dos solos e efeitos regionais e globais das mudanças climáticas como escassez de chuvas (ou tempestades) e elevação de temperaturas médias. (LEFF, 2006). Frente a essa realidade, captar a percepção de estudantes do ensino básico torna-se de extrema relevância por serem esses os futuros promotores de mudanças ou mesmo os tomadores de decisões em uma sociedade em constante mudança.

Assim, o objetivo geral da pesquisa foi analisar como os alunos e alunas de uma turma do Ensino Médio de Nazareno – Paraíba percebem os conceitos “consumo” e “consumismo” e suas relações com impactos sobre o meio ambiente.

Para tanto, buscou-se ainda analisar a importância dada para a temática de educação financeira e os possíveis reflexos desta sobre o meio ambiente. Para isso, averiguou-se a realidade local do Município mediante casos concretos, de empreendimentos e intervenções, que geram diferentes níveis de impacto ambiental e que pudessem ser objeto de análise dos estudantes.



2 Literatura

2.1 Educação financeira, consumo, consumismo e impacto ambiental

A educação financeira desponta como uma necessidade nos tempos atuais, não apenas para gerar reflexão e análise nos consumidores sobre a melhor gestão dos recursos financeiros que possuem, mas para reavaliação de necessidades e também ao repensar o desperdício e o consumo exagerado de recursos ambientais, por exemplo. Portanto, é absolutamente coerente e necessário integrar as abordagens da educação financeira e ambiental (CASTRO et al., 2015; ROSINI et al, 2015).

Nesse sentido, a educação financeira é tratada como uma preocupação em muitos países desenvolvidos do mundo, a exemplo dos Estados Unidos e da Inglaterra, o que faz com que o tema seja bem mais aprofundado. Ainda que com críticas quanto aos seus programas e resultados para o desenvolvimento de ações previamente planejadas (SAVOIA et al, 2007).

No Brasil, a educação financeira encontra-se ainda em construção se comparada a países como os Estados Unidos e o Reino Unido, onde a maioria das escolas aborda a temática financeira com diversas organizações engajadas nesse processo. Mas, essas diferenças perpassam pela compreensão de fatores históricos, culturais, bem como conta com a responsabilidade de diversas instituições no curso do processo da formação cidadã em educação financeira (SAVOIA et al, 2007).

Levando em conta a educação financeira e sua efetiva prática, há de se recordar que o consumo, na contemporaneidade, está atrelado ao cotidiano e até mesmo sinônimo de status social o que pode levar ao seu exagero e, portanto, ao consumismo como traço da cultura de um tempo que muito pode influenciar comportamentos individuais ou coletivos a partir de valores do mundo do consumo e do capital que apontam como cidadão de fato e de direito somente aquele que também é capaz de consumir (SILVA et al, 2015).

Nesse sentido, o ato de consumir faça a fazer parte da vida cotidiana em atitudes simples e nem sempre fruto de reflexão apurada, e isso vai desde o automóvel que possui até a casa que constrói. Esse mecanismo que vincula o ser humano a sociedade do consumo mudou o controle social e liga-se a novas necessidades da sociedade de forma constante e sequencial (MARCUSE, 1968).

Assim, o que se consome não é o objeto em si, mas o seu ideal a partir de uma referência de grupo bem específica. É fato que o consumidor, geralmente, ignora esse processo ao adotar suas condutas consumistas apontadas como símbolos de liberdade, com suas possibilidades de escolha, e não como condicionantes que geram obediência (BAUDRILLARD, 1995).

Práticas de consumo exageradas atreladas a um ritmo acelerado de crescimento populacional resultam em grave impacto ambiental que pode levar a um colapso de abastecimento em face da diminuição dos recursos naturais do planeta e comprometimento de serviços ecossistêmicos, a exemplo de problemas já enfrentados no abastecimento de água (SILVA et al, 2015).

Diante dessas realidades postas, cabe o entendimento de termos que podem ampliar o debate a exemplo do consumo conspícuo que trata da exibição de bens enquanto marcadores de status social com relação direta a imagem pública dos consumidores, o ainda entre o produto e determinado grupo social (ÁSSIMOS et al, 2016).

Existe, portanto, certo mecanismo que gera sentido ao consumo conspícuo. Mas, sem a exibição pública dos produtos perderia o sentido os comprar já que, esses comportamentos



CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO FINANCEIRA



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

estão vinculados, na maioria das vezes, por pressupostos exclusivamente ligados ao econômico-utilitário (ÁSSIMOS et al, 2016).

Mas, os modelos de desenvolvimento vigentes, com base fundamentalmente capitalista, alimentam-se da ilusão de que os recursos naturais e a capacidade de suporte do planeta são inesgotáveis. Nesse caso, destaca-se que o consumo no Brasil, como um país continental, pode explicar estes valores voltados para o ato de consumir sem se preocupar com os efeitos desta ação em um futuro próximo. Nesse sentido, a questão ambiental está intimamente ligada ao consumo e ao consumismo e, ainda, a outros temas transversais visto que sempre que se passa a abordar a questão socioambiental, tema discutido e analisado por muito tempo apenas pelo Estado e entidades ambientais, se pensa em preservação, bem como seus efeitos, ao mesmo tempo em que na contemporaneidade há uma forte inclinação para tratar o tema em sua complexidade e para além do simples presente (SILVA et al, 2015).

É o comportamento adotado pela humanidade que pode ser decisivo na sobrevivência do planeta e de seus ecossistemas. Com um comportamento dinâmico de forma a que a ação humana seja ponderada pelo respeito e a convivência com a capacidade de regeneração do planeta ao passo em que não se detém a marcha para o pleno desenvolvimento (ROSINI et al, 2015).

Segundo Vargas (2015), se faz necessário entender o papel do consumidor e do Estado em meio a todo esse processo como agentes promotores de mudanças e de importância histórica capazes de suprir as necessidades demandadas pelos diversos setores. Todavia, o consumo consciente caminha na direção do processo que leva ao impacto ambiental. Assim, o foco no crescimento do consumo e, conseqüentemente, da produção, pode caminhar junto com a lógica do desenvolvimento sustentável da sociedade que cresce sem destruir em um processo onde todos ganham (SILVA et al, 2015).

O consumismo é uma marca da contemporaneidade e é a causa impactos profundos no ambiente natural do planeta. Durante muito tempo acreditou-se no mito do bem-estar atrelado ao consumo para o progresso da civilização. O prestígio social foi gradativamente sendo ligado a ideia de capacidade de aquisição e a valorização do indivíduo acompanhado pela angústia de se ter e aumentar cada vez mais os bens enquanto fim em si mesmo, como ocorre dentro do sistema capitalista (ROSINI et al, 2015).

Vale lembrar que o ser humano é o resultado de uma complexa teia de necessidades em face do advento do consumismo. Tendo em vista que, mesmo com as necessidades básicas atendidas, novas vão sendo produzidas enquanto geradoras de consumo atreladas a tecnologia e a ciência que, não param de produzir ao passo que interferem diretamente, até mesmo, no sentido da vida que sempre obediente aos ditames do consumo e que são potencializados, frequentemente, pela mídia e seus apelos na direção do consumismo desenfreado (VARGAS, 2015).

O consumo marca ainda a autoexpressão ao transmitir uma informação, sobre si e sobre os outros, mediante a compra feita com o consumir por status com produtos que se vincula diretamente a riqueza e poder de compra conferido a alguns em detrimento de outros que sequer conseguem comprar o básico para a existência digna. Logo, o consumo conspícuo, ou consumo de ostentação, é o resultado do consumo exagerado criado pelo desejo de consumir provocado por favores sociais e midiáticos que podem acentuar ações na direção do desgaste natural do planeta (ÁSSIMOS et al, 2016).

Mesmo diante dessa problemática, governos, empresas e sociedade civil passam a discutir a questão ambiental, que está cada vez mais em alta, e com isso a busca de maior sustentabilidade e menor impacto ambiental. Tudo isso passa pela questão ecológica e a conscientização da sociedade, facilitado pelo acesso a informação. Nesse contexto, a



educação se faz fundamental passa potencializar o discernimento nas decisões, ao avaliar decisões e posturas, que impactam tanto o presente quanto o futuro (VARGAS, 2015).

Com isso, o aumento da capacidade produtiva tem como uma de suas faces a degradação acelerada do planeta, sem igual na história do planeta terra. Assim, mediante o consumo insustentável, já se pensam medidas para mitigar seus efeitos ao equilibrar os padrões mundiais de consumo com a uma oferta compatível com os recursos do planeta buscando assim, a sustentabilidade. Mas, isso de dará com princípios e diretrizes bem definidas e equilibradas em pilares sociais, ambientais e econômicos em face de suas interações e princípios norteadores inseridos em uma dinâmica humana e social (ROSINI et al, 2015).

Toda essa preocupação ambiental ocorre em paralelo a um estímulo constante ao consumismo, com propagandas cada vez mais convidativas que insuflam o consumo exagerado e tentam desconstruir as pesquisas que visam conter os danos causados pelos seres humanos ao longo do tempo. Mesmo diante das informações, que chegam de forma constante, à ordem do mercado é nunca deixar parar, ou mesmo diminuir, o estímulo e o desejo pelo consumo. Diante dessa realidade, os meios de comunicação continuam a disseminar propagandas apelativas, mediante os intervalos comerciais, em um campo de pensamento ideológico onde o consumo é fundamental, inclusive para manutenção de postos de trabalho, ainda que um pequeno grupo seja realmente beneficiado (BERNARDELLI; JESUS, 2009).

Diante desse cenário, o consumidor contemporâneo passa a figurar como alguém que precisa ter consciência das características dos produtos e fazer suas escolhas com base nas consequências para o planeta e para a saúde humana, em contraponto ao consumismo desenfreado e acrítico (SOUZA; THEBALDI, 2014).

2.2 Educação financeira, família e escola

A educação financeira, durante muito tempo, foi vista apenas como uma forma de gerar capacidade, possibilitando pessoas a serem capazes de aprender a ganhar dinheiro, ou seja, que elas fossem capazes de resolver problemas contemporâneos vinculados às finanças. Contudo, em tese, quanto maior a capacidade que um estudante tem de resolução de problemas de alguém ou de uma instituição maior é a sua absorção das temáticas que envolvem a educação financeira (D'AQUINO, 2007).

Com efeito, o desenvolvimento dos hábitos e o exercício da responsabilidade vêm desde muito pequenos e vai influenciar na economia e nas finanças, e aqui valendo lembrar que temas como economia e finanças não estão reservados tão somente a escola, mas também estão muito presentes na própria casa do estudante. Por isso, a Educação Financeira não trata tão somente de dinheiro, mas trata de educar para um pensamento crítico e responsável que solucione as situações de forma reflexiva e ligada a realidade e, com isso, uma nova abordagem em educação financeira (PREGARDIER, 2014).

Logo, a educação financeira começa em casa, com os familiares, desde os primeiros anos de vida e mesmo antes da escola. Tudo isso pode partir de questões voltadas a como a família obtém dinheiro e como faz para economizar e realizar um gasto consciente e tudo isso é, de fato, muito relevante para que as crianças e adolescentes, desde cedo, compreendam o valor da moeda e o funcionamento do sistema financeiro para, na escola, ampliar essa discussão (BALLEJO; KROETZ, 2013).

Portanto, mesmo a educação financeira começando em casa, é na escola que ela pode ser tematizada e voltada para os conceitos basilares desse campo do saber atrelando economia ao consumo consciente.



3 Procedimentos Metodológicos

Essa pesquisa foi realizada em uma escola, localizada no Município de Nazarezinho, estado da Paraíba (Figura 1). O público alvo da pesquisa foi o de 18 estudantes de uma turma do ensino médio com faixas etárias entre 15 a 16 anos de idade.

Para analisar a percepção dos alunos e alunas sobre os conceitos “consumo” e “consumismo” e estabelecer relações com as temáticas “impacto ambiental” e “educação financeira” foi elaborado um questionário com questões fechadas formatado na plataforma Google Forms (GOOGLE, 2019) (Anexo 1) de modo que a facilitar o acesso dos educandos, coleta e análise das informações.



Figura 1. Escola de Nazarezinho, Paraíba. Fonte: Página do Facebook da escola.

Logo, o universo amostral foi de 18 alunos, o que representou todos os estudantes uma turma da escola de ensino médio de Nazarezinho – PB, e os questionários ficaram disponíveis por 20 dias, para respostas, e isso se deu entre os meses de novembro e dezembro de 2019.

Os dados obtidos são de natureza quali-quantitativos (GUNTHER, 2006) e as análises tiveram uma abordagem exploratória a partir da interpretação das respostas fornecidas, que foram sistematizadas mediante a estatística descritiva com percentuais e frequências das respostas analisadas.

4 Resultados e Discussão

Os alunos e alunas da turma de ensino médio escolhida participaram ao responder a um questionário eletrônico de múltipla escolha. A ferramenta de questionários eletrônicos (GOOGLE, 2019) mostrou-se prática e eficaz na elaboração, disponibilização e acesso dos estudantes, bem como sistematização dos resultados. Foram sete questões dirigidas aos estudantes, com opções de múltipla escolha sobre os conceitos discutidos na pesquisa e outra para pontuação (gradação) quanto à percepção de severidade de empreendimentos (ou obras) e seus impactos ambientais no nível local. (descrever como o instrumento é composto na parte do método)

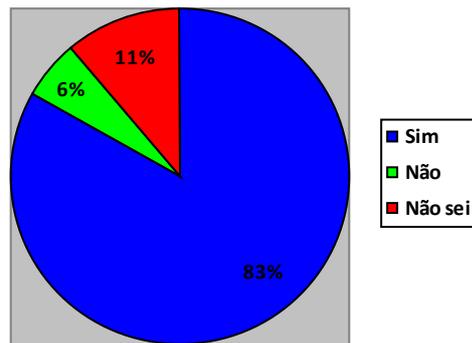


Figura 2. Percepção dos alunos sobre a diferença entre os conceitos consumo e consumismo. Fonte: Dos autores (2020).

A grande maioria dos estudantes afirmou que há diferença entre consumo e consumismo (83%) demonstrando que esses conceitos já estão de alguma maneira bem delineados na percepção desse público. Mas ainda assim, 11% afirmaram não saberem se há diferença entre os conceitos, o que demonstra a necessidade de discussão e reflexão do assunto com o público escolar.

Segundo Vargas (2015) o ato de consumir tem a possibilidade de modificar realidade em um contexto em que se produz tão somente quando há quem venha a consumir. E o consumir tem um importante papel enquanto agente de transformação social ao gerar empregos, mas ao mesmo tempo lutar para que o meio ambiente seja devidamente respeitado. O autor ainda pondera que a publicidade, nesse contexto de consumo, deve ser observada e ir além da emoção, quando transformada em conhecimentos que promovam a mudança de hábitos para o bem do desenvolvimento social estável e sustentável, transformando-se em uma via de reflexão correta na direção da estabilidade.

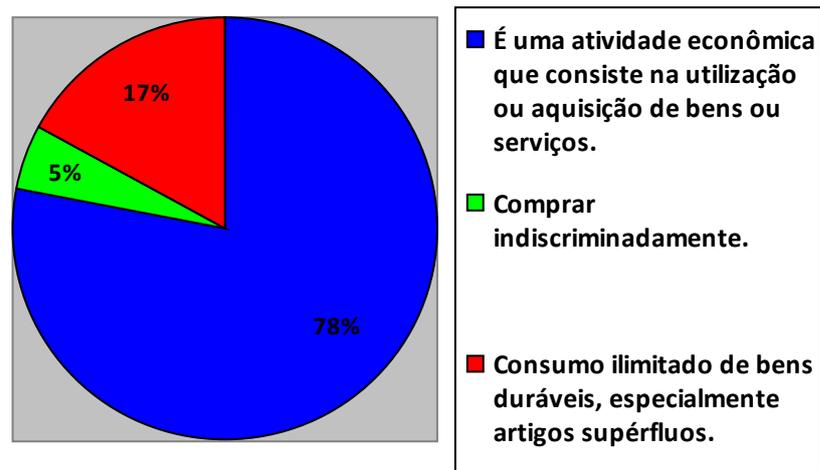


Figura 3. Percepção dos alunos sobre a definição de consumo. Fonte: Dos autores (2020).

Quanto à definição do conceito de consumo, de modo similar à questão anterior, a maioria (78%) escolheu o conceito que mais se aproxima daquele que é consenso entre os pesquisadores tendo em vista que se apresenta como uma atividade que parte do oferecimento de bens e serviços. No entanto, 22% dos estudantes escolheram as opções “comprar indistintamente” e “consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos”, evidenciando a necessidade de trabalho e discussão desses conceitos. Com isso, o consumo



relaciona-se profundamente com a sociedade atual e suas máximas difundidas pelos meios de comunicação que estimulam as massas na direção do consumo (BERNARDELLI; JESUS, 2009).

Logo, o conceito de consumo, não se apresenta mais na contemporaneidade como suficiente e vem sofrendo mutações e adaptações ao adotar o que se convencionou chamar de consumo sustentável onde, surge a ideia do consumo consciente, discutida constantemente nos meios de comunicação como sendo uma alternativa frente a uma população que não para de crescer. São bilhões de habitantes na terra buscando uma vida capitalizada e regada a confortos que, em muitos casos, acabam negligenciando as necessidades e mesmo a capacidade de regeneração do planeta. Assim, a sociedade capitalista acaba vendendo uma falsa ideia de que se pode viver bem apenas se a necessidade do ego e da ganância humana forem plenamente atendidas ainda que o planeta venha a sofrer as consequências. (VARGAS, 2015).

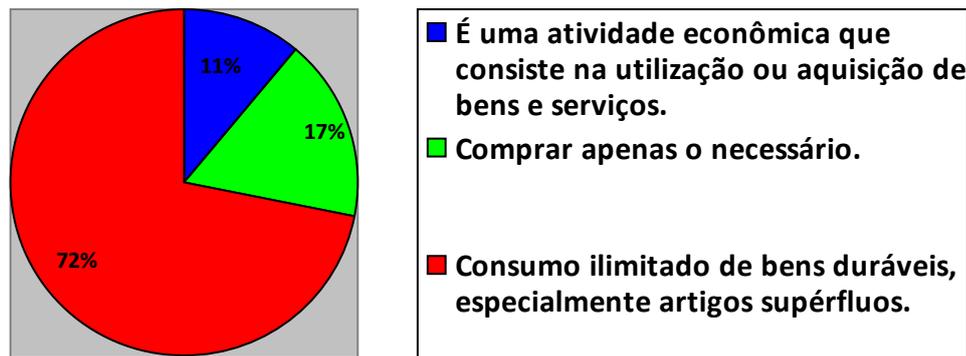


Figura 4. Percepção dos alunos sobre o conceito de consumismo. Fonte: Dos autores (2020).

Já no tocante ao conceito de consumismo, 72% dos participantes escolheram a opção “Consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos”. Mesmo com a maioria apontando a opção mais acertada, 28% dos participantes escolheram outras respostas ao questionamento feito que em muito afasta-se de seu significado mais adotado. Nesse contexto, o conceito de consumismo é amplo e ao mesmo tempo muito atual, ao abordar a dinâmica política social instalada já que essa é reivindicada por vários grupos sociais, a saber, desde os desprovidos até aqueles que tentam retirar desses a dignidade e mesmo, a de se fazer escutar em uma sociedade plenamente controlada por ricos e donos dos meios de produção. (NIETZSCHE, apud BAUMAN, 2011).

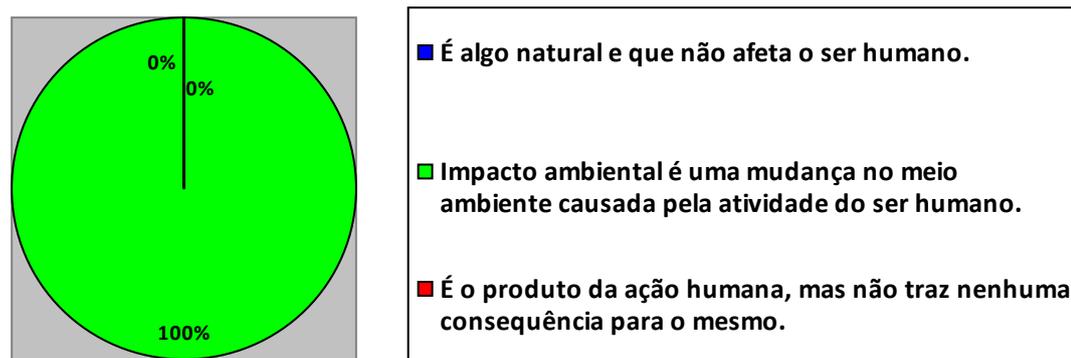


Figura 5. Percepção dos alunos sobre o conceito de impacto ambiental. Fonte: Dos autores (2020).



Consumo e consumismo estão intimamente relacionados ao impacto ambiental como uma das consequências mais graves da exploração dos recursos naturais e expansão da presença humana no globo. Cem por cento dos participantes escolheram a resposta mais coerente que aponta que “Impacto ambiental é uma mudança no meio ambiente causada pela atividade do ser humano” (Figura 5). Vale ponderar que o impacto ambiental é uma realidade desde o momento em que o ser humano passa a interferir no espaço geográfico passando inclusive a ser uma preocupação e, nesse sentido sabe-se que os impactos ambientais vêm sendo mais claramente percebidos em face do aumento populacional ao longo do tempo juntamente com o poder de compra da população sendo alterado. Juntamente com problemas educacionais sobre os padrões de consumos é que se abre caminho para o consumismo atrelado a questões no entorno da desigualdade que surge de forma mais visível nos países em desenvolvimento. Mas, mesmo diante desse cenário que traz reflexões necessárias, surgem campanhas que refletem sobre a finitude dos recursos naturais e qual a herança que se deixara para as gerações futuras quando o assunto é recursos naturais (TADEU et al, 2016).

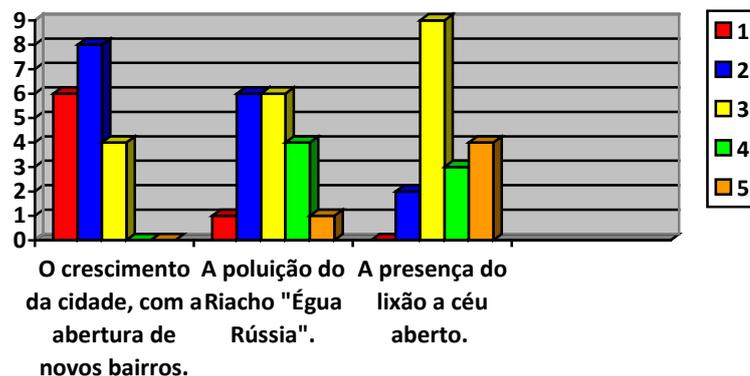


Figura 6. Severidade dos impactos ambientais na cidade de Nazarezinho (Paraíba). No eixo Y consta o número de votos para cada nota. As cores das barras distinguem as diferentes notas atribuídas para cada dos impactos ambientais exemplificados (eixo x). Fonte: Dos autores (2020).

Três situações foram apresentadas aos estudantes para que eles as pontuassem de acordo com a severidade dos impactos ambientais, do menos grave para o mais grave (notas entre 1 e 5), no contexto do município de Nazarezinho. Assim, para o impacto, crescimento da cidade, a maioria apontou como sendo de impacto de nível 2, considerando de baixa severidade. A situação do riacho “Égua Rússia”, notoriamente conhecido como poluído pela população, teve a maioria das pontuações entre 2 e 4, reforçando a percepção dos alunos de gravidade da situação. Mesmo assim, poucos alunos atribuíram nota 5 à situação do riacho. Já a presença do lixão a céu aberto teve a maioria das notas no nível 3 e foi o impacto que mais recebeu nota 5. Percebeu-se, portanto, que o impacto do riacho poluído e da existência do lixão são impactos percebidos como graves para cidade pelos estudantes e reforça a preocupação geral de inadequada destinação de resíduos (sólidos e líquidos). Por outro lado, o crescimento urbano do município é atenuado apesar de haver relação direta entre o crescimento desordenado e a maior produção de resíduos e má destinação (Figura 6).

Com a degradação do ambiente pode levar a escassez desses recursos caso não haja uma mudança no comportamento social tanto da geração atual quanto das futuras gerações para que possa desfrutar de forma consciente de um meio ambiente equilibrado o que pode garantir qualidade e expectativa de vida para toda a população mundial (SOUZA; THEBALDI, 2014).

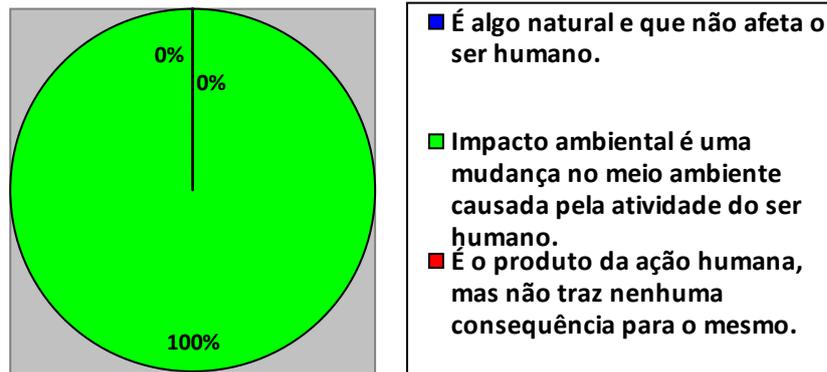


Figura 7. Percepção sobre o conceito de educação financeira. Fonte: Dos autores (2020).

Para consumir, distanciando-se dos excessos, a educação financeira se mostra fundamental nesse intento. Quando submetidos a três alternativas de possíveis conceitos para “educação financeira”, 100% dos participantes escolheram a opção que aponta a educação financeira como “aquela que pode auxiliar os consumidores na direção do consumo consciente” (Figura 7). A educação financeira em seu conhecimento pleno pode ajudar em muito as sociedades humanas, por potencializar ganhos e rendimentos ao passo que se contribui para manutenção do planeta na direção da sustentabilidade. Mas, o desafio do desenvolvimento sustentável repousa em conciliar o mercado, economia e o meio ambiente ao passo em que se busca o consumo consciente sem desdenhar das gerações futuras. (SOUZA; THEBALDI, 2014).



Figura 8. Importância da educação financeira e sua relação com impactos ambientais. Fonte: Dos autores (2020).

Como questionamento final, aos estudantes foi perguntado sobre a relação entre educação financeira e sua relação com a minimização dos impactos ambientais (Figura 8). Noventa e quatro por cento dos participantes apontaram que a educação financeira, e seus principais conceitos relacionados, ajudariam a evitar o desperdício. A busca do desenvolvimento sustentável é um desafio compartilhado, e necessário, para toda a humanidade. Na atualidade o desenvolvimento sustentável é assunto em variados espaços de discussão que ganha terreno até mesmo junto ao empresariado. Tudo isso se manifesta também no cotidiano e é largamente aproveitado junto a valores consumistas da sociedade do capital. Assim, a lógica do consumo aponta para o lucro ilimitado que vem acompanhado com a falsa ideia do consumo ecologicamente correto para superação da degradação (BERNARDELLI; JESUS, 2009).



Logo, diante das respostas fornecidas pelos estudantes, os resultados dessa pesquisa demonstraram o conhecimento dos alunos e alunas sobre as temáticas abordadas e que esses, e essas, têm muito a contribuir com a sociedade, da qual fazem parte, ao colocar em prática os conhecimentos desenvolvidos no ambiente escolar.

5 Considerações Finais

A condição ambiental do planeta já reflete consequências do excesso de produção industrial e consumo desenfreado de recursos naturais. A escola, mediante temáticas transversais como a educação financeira e a educação ambiental, pode e deve fomentar esse debate com a comunidade escolar. Nesse sentido, urge discutir consumo sustentável, combate ao consumismo, desperdício de recursos financeiros e naturais e má destinação de resíduos. Os estudantes que fizeram parte da pesquisa reconhecem e distinguem os conceitos básicos e são capazes de elaborar valores e construir discussões mais profundas sobre os temas o que pode contribuir para pesquisas futuras envolvendo percepção e comportamento.

Diante disso, o conceito de impacto ambiental, de conhecimento dos participantes da pesquisa, já que os mesmos estão interligados e o consumo tem impacto direto mediante a exploração dos recursos naturais. Já o conceito de educação financeira além de reconhecido também é entendido como fundamental no processo prático de contenção dos impactos ambientais mediante a adoção de práticas de consumo sustentável. Logo, ao responder o problema geral de pesquisa, observa-se que os estudantes percebem a questão do consumo e sua ligação com os impactos ambientais já que é um tema que perpassa todas as disciplinas da educação escolar.

Toda essa discussão aponta para a possibilidade de interligação com as temáticas locais, prova maior de que o que se discute a partir de temáticas relacionadas a consumo e consumismo está presente em grandes centros, mas também nas pequenas localidades com impactos visíveis.

Logo, essa pesquisa gerou informações relevantes que poderão contribuir com uma abordagem futura, mais aprofundada, e embasar estudos na educação básica, nas mais variadas disciplinas, com potencial de impactos significativo sobre os membros da comunidade escolar (docentes, gestores, discentes e pais).

REFERÊNCIAS

ÁSSIMOS, B. M.; PINTO, M. R. ; LEITE, R. S. ; ANDRADE, M. L. . **O Consumo Conspícuo e Suas Relações com Consciência de Marca, com Consumo de Status e com Autoexpressão.** In: XL Encontro da ANPAD - EnANPAD 2016, 2016, Costa do Sauípe.

Anais do XL Encontro da ANPAD, 2016. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1808-23862019000400350&script=sci_arttext&tlng=pt> Acesso em 15 de março de 2020.

BALLEJO, C. C.; KROETZ, K. **Imposto de importação: uma proposta de educação financeira no ensino fundamental.** In: Anais do XIX EREMATSUL – Encontro Regional de Matemática da Região Sul. Santa Maria: [s.n.], 2013. Disponível em:

<http://www.ere matsul.com/>. Acesso em 20 de junho de 2020.

BAUDRILLARD, J. **À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas.** São Paulo: Brasiliense, 1985.



BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2011.

BERNARDELLI, Tania Mara dos Santos ; JESUS, Altair Reis de . **O Discurso da Sustentabilidade e as práticas de consumo na sociedade contemporânea.** In: V ENECULT- Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2009, Salvador. O discurso da Sustentabilidade e as práticas de consumo na sociedade contemporânea. Salvador: ENECULT, 2009. v. 1

CASTRO, V. S. ; SANTOS, I. F. ; OLIVEIRA, S. V. . **Educação Financeira e Ambiental Aplicada no Ensino Fundamental da Escola João Goulart de Palmeira das Missões, Rio Grande do Sul, Brasil.** REMOA Revista Monografias Ambientais, Santa Maria, RS., p. 91 - 100, 01 jan. 2015. Disponível em:< <https://periodicos.ufsm.br/remoa/article/view/18744>> Acesso em 15 de março de 2020.

D'AQUINO, C. **Educação Financeira: Como educar seu filho.** Rio de Janeiro: Elsevier – Campus, 2007.

DUPAS, G. Economia política como ciência do progresso. In: **O mito do progresso, ou progresso como ideologia.** 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

GUNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 22, n. 2, p. 201-210, 2006.

LEFF, Enrique. **Racionalidade Ambiental. A reapropriação social da natureza.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LIAO, Yongxin; LOURES, Eduardo Rocha; DESCHAMPS, Fernando; BREZINSKI, Guilherme; VENÂNCIO, André. **The impact of the fourth industrial revolution: a cross-country/region comparison.** Produção (São Paulo), v. 28, p. 1-18, 2018. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132018000100401> Acesso em 15 de março de 2020.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1968.

PREGARDIER, A. P. **Finanças é coisa de criança: livro para pais e educadores.** Porto Alegre: [s.n.], 2014.

ROSINI, Alessandro Marco; MESSIAS, J. F. ; Palmisano, ANGELO ; DA SILVA, Orlando Roque . **Educação financeira, consumo e sustentabilidade ambiental.** REPAE : Revista de Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia, v. 1, p. 1, 2015. Disponível em: <repaonline.com.br> Acesso em 15 de março de 2020.

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA, Flávia de Angelis. **Paradigmas da educação financeira no Brasil.** RAP. Revista Brasileira de Administração Pública, v. 1, p. 1121-1141, 2007. Disponível em:<



**CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122007000600006 >
Acesso em 15 de março de 2020.

SILVA, L. F.; TREVISAN, L. N.; GUEVARA, A. J. H. **A cultura do consumismo: consciência e sustentabilidade como valores abstratos.** Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais v.6 - n.1 Dez 2014, Jan, Fev, Mar, Abr, Mai 2015.

SOUZA, A. S. R. ; THEBALDI, I. M. M. . **Equilíbrio entre Consumo e Sustentabilidade.** In: Carlos André Hüning Birnfeld, Álvaro Gonçalves Antunes Andreucci, Luiz Ernani Bonesso de Araujo. (Org.). Direito e sustentabilidade I. 1ed.Florianopolis: CONPEDI, 2014, v. 1, p. 69-86.

TADEU, S. A.; BREYER, L. ; SOARES, T. G. . **Consumo e meio ambiente: reflexões em torno de uma teoria compreensiva.** Revista Eletrônica da Faculdade de Direito da UFPEL, v. 02, p. 84-105-105, 2016. Disponível em:
<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/revistadireito/article/viewFile/9309/6040>.
Acesso em 20 de janeiro de 2020.

VARGAS, C. B.. **Sustentabilidade e Consumo Consciente: A Percepção da Evolução do Modo de Consumir e como isso Pode Afetar a Gestão nos Próximos Anos.** 15ª Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão. 2015.

VEBLÉN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa.** São Paulo: Abril Cultural, 1980.



Anexo 1 - Questionário aplicado aos alunos e alunas.

QUESTIONÁRIO

Especialização em Educação Financeira - UFPB

Pesquisa: "Consumo, Consumismo e seus impactos no Meio Ambiente: Atualizando a temática a partir dos alunos e alunas do 3º ano A da EEEFM Francisco Augusto Campos/ Nazarezinho – PB"

Pesquisador: Cleberon Vieira de Araújo

Participante da pesquisa (nome) *

Texto de resposta curta

01. Há diferenças entre consumo e consumismo? *

- Sim
- Não
- Não sei

02. De acordo com os seus conhecimentos, qual seria a melhor definição para consumo? *

- É uma atividade econômica que consiste na utilização ou aquisição de bens ou serviços.
- Comprar indiscriminadamente.
- Consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos.

03. De acordo com os seus conhecimentos, qual seria a melhor definição para consumismo? *

- É uma atividade econômica que consiste na utilização ou aquisição de bens ou serviços.
- Comprar apenas o necessário.
- Consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos.



CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO FINANCEIRA



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

04. De acordo com os seus conhecimentos, qual seria a melhor definição para impacto ambiental? *

- É algo natural e não afeta o ser humano.
- Impacto ambiental é uma mudança no meio ambiente causada pela atividade do ser humano.
- É o produto da ação humana, mas não trás nenhuma consequência para o mesmo.

05. Na cidade de Nazarezinho, qual seria o maior impacto ambiental causado, por nível, pela ação humana em cada caso? *

	1	2	3	4	5
O crescimento ...	<input type="radio"/>				
A poluição do R...	<input type="radio"/>				
A presença o li...	<input type="radio"/>				

06. De acordo com os seus conhecimentos, qual seria a melhor definição para educação financeira? *

- É aquela que pode auxiliar os consumidores na direção do consumo consciente.
- É um campo do sabe meramente teórico e que não dialoga com o consumo.
- É parte da matemática e não participa das discussões diárias do consumo por ser um campo de saber m...

07. Como os conceitos de educação financeira podem ajudar a minimizar o impacto ambiental? *

- Evitando desperdício.
- Comprando tudo aquilo que desejo.
- Gastando mais do que ganho para satisfazer minhas vontades.