

CRIANÇA E CONSUMO: CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA INFÂNCIA

Ana Carolina Ceron Oliveria Mônico¹

Ana Paula Freitas Zocatelli de Moura²

Daniel Avancini Sobreira³

Heloiza Santos de Oliveira⁴

Karla Gabriely Freitas Zocatelli de Moura⁵

Luana Gabrielle Antunes⁶

Ryane Cambui Silva⁷

Resumo: Diante do avanço do consumismo infantil e de seus impactos sociais e ambientais, este relato de experiência descreve um projeto de extensão voltado à conscientização ambiental de crianças sobre os riscos do consumo exacerbado. A iniciativa foi realizada em uma escola de Colatina/ES, por meio de atividades lúdicas e práticas de Educação Ambiental. Durante o processo, observou-se o engajamento das crianças em reflexões sobre consumo, alimentação e sustentabilidade. Os estudantes desenvolveram competências relacionadas ao consumo consciente e influenciaram, inclusive, mudanças perceptíveis no ambiente familiar.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Reciclar; Meio Ambiente; Crianças; Ensino.

Abstract: In view of the advance of child consumerism and its social and environmental impacts, this experience report describes an extension project aimed at raising children's environmental awareness about the risks of exacerbated consumption. The initiative was carried out in a school in Colatina/ES, through playful activities and environmental education practices. During the process, it was observed that the children engaged in reflections on consumption, food and sustainability. The students developed skills related to conscious consumption and even influenced noticeable changes in the family environment.

Keywords: Sustainability; Recycle; Environment; Children; Teaching.

¹ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: nus@unesc.br

² Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: anapfzmed@gmail.com

³ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: dasobreira@outlook.com

⁴ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: santos012heloiza@gmail.com

⁵ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: karlafreitaszocatelli@gmail.com

⁶ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: luanaantunes400@gmail.com

⁷ Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC). E-mail: ryanesilva78@gmail.com

Introdução

Na sociedade contemporânea, o consumo vai além da satisfação das necessidades básicas, assumindo um papel simbólico na construção da identidade, na busca por satisfação pessoal e na valorização de valores individualistas. O filósofo francês Gilles Lipovetsky descreve o consumismo como uma busca pela felicidade por meio da aquisição de objetos, sendo que a sociedade de consumo é marcada pelo individualismo e pelo foco no presente (Lipovetsky, 2007). Essa dinâmica afeta todas as faixas etárias, tornando-se ainda mais alarmante quando direcionada às crianças. Esse fenômeno levanta uma reflexão sobre o impacto do consumismo na infância, em que a busca pelo ter acaba se confundindo com a construção do ser.

O consumismo infantil está diretamente relacionado a inúmeros prejuízos ambientais, sendo um dos principais fatores o aumento da produção de lixo plástico. Segundo o Instituto Alana (2020), estima-se que aproximadamente 1,38 milhão de toneladas de brinquedos de plástico serão produzidos no Brasil entre 2018 e 2030, além de 582 mil toneladas de embalagens geradas no mesmo período. Também estão associados ao consumo excessivo infantil problemas como o incentivo ao consumo de alimentos ultraprocessados, aumento da obesidade, impactos na saúde mental e isolamento social, uma vez que as crianças, sem senso crítico desenvolvido, são mais vulneráveis às estratégias de marketing (Trajano, 2018; Monteiro; Pereira, 2012; SILVA *et al.*, 2017).

A crescente influência da mídia digital promove padrões de consumo voltados ao público infantil. De acordo com Souza (2018), as crianças têm migrado do consumo de produtos com personagens infantis para itens destinados ao público adulto, moldando seus hábitos de forma cada vez mais complexa. Essa pressão social, alimentada por estímulos midiáticos, gera o desejo por produtos que conferem status, levando os pais a adquirirem itens desnecessários para atender às exigências do grupo (Trajano, 2018).

Esse cenário também pode ser compreendido como uma manifestação precoce de uma busca por sentido, na qual o consumo surge como tentativa de preencher vazios existenciais. Como destaca Jean Baudrillard (2008), os bens de consumo não são mais desejados apenas por sua funcionalidade, mas pelos signos e símbolos que representam. Assim, desde cedo, as crianças são inseridas nesse universo simbólico, em que a posse de determinados produtos se associa à identidade, pertencimento e reconhecimento social.

Para Paulo Freire, a conscientização envolve um processo crítico e profundo, no qual a simples tomada de consciência é superada por uma compreensão que conduz à ação transformadora (Freire, 1983). Essa perspectiva é essencial quando se trata de questões ambientais, especialmente no contexto infantil, onde a Educação Ambiental pode gerar mudanças significativas nas atitudes e comportamentos das novas gerações.

A Educação Ambiental crítica busca promover mudanças de comportamento em direção a práticas mais sustentáveis. De acordo com Guimarães (2004), ela é fundamental para formar cidadãos que compreendam a interdependência entre os seres humanos e o ambiente, adotando atitudes que minimizem os impactos negativos. Esse processo é ainda mais relevante com crianças, que têm o poder de influenciar as decisões de consumo dentro de suas famílias (Silva, 2017).

A Política Nacional de Educação Ambiental (Brasil, 1999) reforça que a Educação Ambiental deve ser um processo contínuo e formativo, permitindo que tanto o indivíduo quanto a coletividade desenvolvam valores, atitudes, habilidades e conhecimentos essenciais para a preservação do meio ambiente. Integrada ao cotidiano, essa abordagem contribui para a formação de práticas sustentáveis desde a infância, refletindo diretamente nas escolhas de consumo.

Neste sentido, este relato de experiência tem como objetivo apresentar e analisar o desenvolvimento e os impactos do Projeto de Extensão "Criança e Consumo", idealizado pelo Núcleo UNESC Sustentável (NUS), do Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC), realizado em uma escola particular do município de Colatina/ES entre abril e junho de 2023. Por meio de uma abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, o estudo visa descrever as estratégias adotadas, os resultados observados e as percepções de alunos e professores, com ênfase na promoção do consumo consciente e da Educação Ambiental junto a crianças do Ensino Fundamental I. A experiência foi registrada por meio de observações de campo, registros descritivos e avaliações formativas, possibilitando uma compreensão aprofundada das práticas pedagógicas aplicadas e seus efeitos no comportamento de consumo infantil.

O projeto tem como intuito conscientizar as crianças sobre os impactos do consumismo e promover práticas de consumo consciente, contribuindo para a formação de cidadãos críticos e ambientalmente responsáveis. São observados indicadores como a capacidade de distinguir entre necessidades e desejos, o engajamento em atividades como troca de brinquedos, cuidado com o desperdício e reciclagem de materiais. Esses comportamentos demonstram lucidez sobre o assunto e refletem os princípios da Educação Ambiental crítica (Loureiro; Lima, 2009).

As práticas em Educação Ambiental têm como objetivo despertar uma consciência crítica nos estudantes, promovendo uma nova percepção sobre o meio ambiente. Elas possibilitam o conhecimento da realidade socioambiental em que estão inseridos, o que é fundamental para refletir sobre o futuro e planejar ações coletivas mais eficazes (Torres *et al.*, 2023.). Ao abordar esses temas de maneira lúdica e didática, os educadores têm a oportunidade de inspirar as futuras gerações a buscar soluções inovadoras e a se comprometer com um futuro mais sustentável, mesmo diante dos desafios contemporâneos.

A relevância deste trabalho justifica-se pela necessidade de preparar as crianças para tomar decisões mais conscientes desde cedo. Ao oferecer alternativas educativas que promovam comportamentos sustentáveis, este projeto busca minimizar os impactos negativos do consumismo infantil e contribuir para a formação de cidadãos mais responsáveis e críticos em relação ao meio ambiente e ao consumo. Justifica-se também pela urgência de se desenvolver trabalhos de Educação Ambiental com prazos mais longos, em vez de ações pontuais. A Educação Ambiental contínua é essencial para que as crianças possam internalizar práticas sustentáveis e entender o impacto de suas escolhas ao longo do tempo, o que contribui para a construção de uma sociedade mais consciente e comprometida com a preservação do meio ambiente.

Metodologia

O presente artigo segue a estrutura de um relato de experiência, utilizando uma abordagem mista, com métodos qualitativos e quantitativos para análise descritiva. A experiência foi registrada através de observações, anotações de campo e feedbacks coletados das crianças e professores envolvidos no projeto "Criança e Consumo". Além disso, foram elaborados relatórios descritivos ao longo de cada etapa do projeto para organizar os dados e garantir a análise precisa das atividades desenvolvidas.

O relato tem como objetivo compartilhar o desenvolvimento e os impactos observados do projeto de extensão "Criança e Consumo", idealizado pelo Núcleo UNESC Sustentável (NUS), do Centro Universitário do Espírito Santo (UNESC), em uma escola da rede particular de Colatina/ES de abril a junho de 2023. O projeto foi direcionado a 195 crianças, com idades entre 6 e 11 anos, sendo 106 meninos e 89 meninas, e matriculadas no Ensino Fundamental I, nos turnos matutino e vespertino. As atividades foram planejadas por membros do NUS, compostos por estudantes de Psicologia, Farmácia, Medicina e Pedagogia, sob a orientação de um professor responsável.

Procedimentos e etapas do projeto

Para alcançar os objetivos propostos, o projeto foi estruturado em três etapas distintas, uma escolha que visa proporcionar uma abordagem sistemática e organizada para o desenvolvimento das atividades. Essa divisão permitiu uma melhor gestão do tempo e dos recursos, facilitando a implementação de ações específicas e a coleta de dados ao longo do processo. Além disso, cada etapa foi projetada para se complementar, assegurando que os conhecimentos adquiridos em uma fase possam ser integrados e aplicados nas seguintes, promovendo assim uma aprendizagem contínua e aprofundada sobre as questões relacionadas ao consumo e à conscientização ambiental.

Etapa 1 - Diagnóstico das Preferências de Consumo

Nesta fase, foi realizada uma análise para identificar marcas e produtos, incluindo personagens e logotipos, que influenciam o comportamento de consumo das crianças. O objetivo foi traçar o perfil de consumo infantil e compreender as motivações subjacentes a esse comportamento. O diagnóstico foi estruturado em dois momentos:

- **Momento 1 – Apresentação das Marcas e Produtos:** as crianças foram expostas a imagens representando diversos itens, a saber: vestuário, alimentos, jogos, material escolar, canais da TV aberta e canais de streaming, sites de compras online e produtos amplamente divulgados nos meios de comunicação e outros menos conhecidos (Figura 01). Após a análise visual dessas imagens, solicitou-se que as crianças expressassem suas preferências caso fossem adquirir os produtos em questão e se elas conheciam as marcas apresentadas. As preferências sobre as marcas foram anotadas e tabuladas para análise gráfica.



Figura 1: Exemplo da apresentação das imagens utilizadas nos cartazes em tamanho A3 no diagnóstico das marcas. **Fonte:** Autores (2023).

- **Momento 2 – Roda de Conversa:** Em seguida, realizou-se uma sessão de diálogo com foco em questões relacionadas ao consumo. Dentre os temas abordados, destacaram-se: o padrão alimentar; o estilo de vida (incluindo atividades físicas e brincadeiras ao ar livre); o acesso à internet e à televisão; a posse de dispositivos móveis, como celulares e tablets; o tempo despendido em frente às telas; as preferências de conteúdo em mídia, como programas de TV, canais de YouTube, plataformas de streaming e redes sociais; a quantidade de brinquedos presentes no ambiente doméstico (seja em quantidade escassa ou abundante); a geração de resíduos plásticos; a influência de personagens na escolha de produtos; a compra de brinquedos e objetos motivada por amizades; e a aquisição de itens influenciada por

estratégias de marketing. Este diagnóstico aprofundado propiciou uma compreensão detalhada dos fatores que moldam o comportamento de consumo infantil, possibilitando novos entendimentos e aprendizados para o desenvolvimento subsequente do projeto.

Etapa 2 - Intervenção Pedagógica e Conscientização

Nesta etapa, foram desenvolvidas atividades pedagógicas práticas com o objetivo de promover a conscientização sobre o consumo responsável. Ao todo, foram realizadas três atividades, descritas em detalhes na Tabela 01. Cada uma delas foi organizada em três momentos: diagnóstico, intervenção e avaliação formativa.

- **Momento 1 – Diagnose:** teve o objetivo de identificar o grau de conhecimento das crianças sobre consumo e sustentabilidade através de jogos, palestras e rodas de conversa.
- **Momento 2 – Atividade de Intervenção:** as atividades práticas de conscientização escolhidas foram elaboradas com base no diagnóstico, levando em consideração a faixa etária dos alunos. As crianças foram agrupadas em dois grupos: 1º ao 3º ano (6 a 8 anos) e 4º e 5º ano (9 a 11 anos).
- **Momento 3 – Avaliação Formativa:** após as atividades de intervenção, uma avaliação formativa foi realizada pelos professores, a partir de diversas atividades, registrando o ganho de conhecimento das crianças. Essas informações foram compiladas em relatórios detalhados.

Tabela 1: Atividades de conscientização realizadas no Projeto de Extensão Criança e Consumo – Resumo dos Planos de Ação.

ATIVIDADE DE CONSCIENTIZAÇÃO	OBJETIVO ESPECÍFICO	MOMENTO 1	MOMENTO 2	MOMENTO 3
Atividade 01: Relação consumo e o meio ambiente.	Analizar a compreensão das crianças em relação ao consumo, tecnologia, inteligência artificial, uso de telas e escassez dos recursos naturais, visando conscientizá-las sobre a importância do consumo sustentável. Durante as atividades.	Palestra seguida de roda de conversa, abordando questões como consumo, tecnologia e suas possíveis consequências futuras. Perguntas como "E se eu não tivesse brinquedos?" e "E se eu não tivesse acesso à tecnologia?" foram usadas para estimular o diálogo e a reflexão. Durante a conversa, as crianças discutiram como a dependência da tecnologia pode afetar suas interações sociais e o meio ambiente. Também foram abordadas soluções criativas para se divertir sem o uso de eletrônicos, promovendo a imaginação e atividades ao ar livre. Local: Quadra da Escola.	Exibição do filme <i>Wall-E</i> (PIXAR, 2008). O filme dá ênfase a assuntos relacionados à degradação ambiental, consumismo, poluição, nos levando a refletir acerca de nossas ações e sobre a falta da conscientização humana que pode trazer graves consequências ao meio ambiente. Após a exibição do filme, as crianças participaram de uma discussão guiada sobre as mensagens principais, conectando os temas da animação à realidade atual. Foram sugeridas maneiras de reduzir o impacto ambiental no dia a dia e adotar o uso consciente da tecnologia. Local: Sala de aula.	Elaboração de cartazes e quiz interativo sobre a temática em sala de aula com o auxílio das professoras. Após a realização do quiz, as professoras foram convidadas a descrever as percepções das crianças sobre as atividades realizadas. Os cartazes refletiam as ideias discutidas nas atividades anteriores, destacando temas como reciclagem, preservação da natureza e a importância do consumo consciente. O quiz foi uma ferramenta lúdica para reforçar o aprendizado, testando o conhecimento das crianças de forma divertida e interativa. Local: Sala de aula, posteriormente exposição dos cartazes na quadra da escola.
Atividade 02: Os 4Rs – repensar, reutilizar, reduzir e reciclar / Como escolher materiais mais sustentáveis.	Promover a conscientização sobre os quatro "Rs" (Reducir, Reutilizar, Reciclar e Recusar), incentivando práticas sustentáveis que contribuam para a separação adequada dos resíduos sólidos, a diminuição do uso de recursos naturais, a redução da geração de lixo e o desenvolvimento de uma postura crítica em relação ao consumo excessivo.	Os alunos participaram de uma palestra, seguida por uma roda de conversa. O tema abordado foi "De onde vêm as coisas ao nosso redor e o que são resíduos sólidos", explicando que todos os materiais utilizados no cotidiano têm origem na natureza. Foram apresentados exemplos como o plástico dos brinquedos, derivado do petróleo, e o tijolo, feito de argila. Também foram discutidos os conceitos de sustentabilidade, recursos renováveis e não renováveis, além da importância dos materiais sustentáveis. A palestra incluiu a abordagem dos 4Rs da sustentabilidade (Reducir, Reutilizar, Reciclar e Recusar), promovendo a Educação Ambiental e incentivando práticas conscientes de consumo e separação de resíduos sólidos. Local: Quadra da escola.	Visita Técnica: Associação de catadores colatinenses de materiais recicláveis – ASCCOR e Aterro Sanitário de Colatina/ES - CETREU. A atividade incluiu palestra e roda de conversa sobre a importância da reciclagem e do destino correto dos resíduos. As turmas foram divididas por faixa etária: do 1º ao 3º ano visitaram a ASCCOR, e do 4º ao 5º ano foram ao CETREU. No total, ocorreram quatro visitas, sendo duas pela manhã e duas à tarde. Possibilitando a participação de todas as crianças.	Como avaliação formativa, as crianças confeccionaram cartazes sobre a separação de resíduos recicláveis, demonstrando uma maior compreensão da importância da coleta seletiva e questões relacionadas à sustentabilidade. Para realização da atividade foi elaborado um material didático de apoio. Local: Sala de aula, posteriormente exposição dos cartazes na quadra da escola.

ATIVIDADE DE CONSCIENTIZAÇÃO	OBJETIVO ESPECÍFICO	MOMENTO 1	MOMENTO 2	MOMENTO 3
Atividade 03: Alimentação Saudável.	Desenvolver indivíduos conscientes sobre as escolhas alimentares, tanto do ponto de vista ecológico quanto nutricional, é fundamental para a promoção da educação alimentar saudável, especialmente entre crianças em idade escolar. Essa etapa também se relaciona diretamente com o combate ao consumismo, uma vez que estimula uma reflexão crítica sobre os hábitos alimentares impostos pela mídia, que frequentemente incentivam o consumo excessivo de produtos ultraprocessados.	Realização de uma roda de conversa lúdica com as crianças, apresentando fotos de diferentes tipos de alimentos e perguntando-lhes quais eram seus favoritos. Além disso, será promovida uma reflexão sobre os excessos e a quantidade de plástico gerada pelos alimentos industrializados, bem como a influência da alimentação baseada no que eles veem na internet. Local: Quadra da Escola.	Atividade: Minhas Escolhas Alimentares: Foi realizado uma feira na qual as crianças escolhiam os alimentos para distintas refeições (café da manhã, almoço, janta e/ou prato favorito), selecionavam imagens representativas deles e depois eles aprendiam sobre a qualidade nutritiva de cada um desses alimentos. Ademais, foi elaborada uma folha de atividade de "monte seu prato" para que os professores desenvolvessem com as crianças e discutissem com elas o que aprenderam. Local: Quadra da Escola.	Jogo: Amarelinha dos alimentos. Após o jogo, foi realizada a avaliação das escolhas alimentares das crianças. O objetivo do jogo era relacionar os alimentos saudáveis e não saudáveis em cada etapa da amarelinha, incentivando as crianças a refletirem sobre suas escolhas alimentares de maneira divertida e dinâmica. Ao final do jogo, as crianças foram convidadas a identificar os alimentos que consomem regularmente e a discutir os benefícios de uma alimentação equilibrada. As professoras mediaram as conversas, trazendo exemplos práticos sobre como pequenos ajustes na dieta podem impactar a saúde a longo prazo. Local: Quadra da Escola.

Etapa 3 - Atividade: Feira de Troca de Brinquedos e brincadeiras ao ar livre

Como fechamento do projeto, foi realizada a terceira etapa, que consistiu em uma Feira de Troca de Brinquedos e brincadeiras ao ar livre. O objetivo dessa atividade foi mostrar que trocar pode ser mais divertido do que comprar um brinquedo novo. Além de brinquedos, a ação estimulou a reflexão sobre o consumo excessivo, abordando temas como a compra de roupas, itens de papelaria, alimentos e outros produtos, além de ressaltar a importância do brincar e a redução do tempo de telas. Para realização desta atividade foram organizados três momentos.

- **Momento 01 – Reflexão:** as famílias foram convidadas a realizar um momento de reflexão com as crianças em casa e separar os brinquedos que ela deseja trocar. Além de conscientizá-las que trocar pode ser mais divertido do que ganhar um objeto novo, gerando uma reflexão sobre o consumismo e possibilitar que a criança dê um novo significado para os seus próprios brinquedos.
- **Momento 02 - Entrega e triagem dos brinquedos recebidos:** cada criança escolheu um ou mais brinquedos que deseja trocar e entregar na escola. A cada brinquedo entregue a criança recebeu um ticket que dará o direito de escolher um brinquedo no dia da feira. Os brinquedos deveriam estar em bom estado de conservação e sem peças faltando.
- **Momento 03 - Feira de Troca de Brinquedos e brincadeiras ao ar livre:** a ação foi organizada no sábado no UNESC, possibilitando o envolvimento das famílias. Cada criança pode trocar seus tickets por um ou mais brinquedos. Além da troca de brinquedos foi organizado várias brincadeiras ao ar livre como: queimada, amarelinha, pula corda, caça ao tesouro entre outras. O objetivo desta atividade é promover um estilo de vida mais equilibrado e saudável, incentivando a atividade física, a interação social e a conexão com a natureza. Essas brincadeiras estimulam a criatividade, a imaginação e o desenvolvimento cognitivo das crianças, proporcionando experiências sensoriais únicas e promovendo uma maior consciência ambiental. Ao passar mais tempo ao ar livre, as crianças têm menos exposição aos dispositivos eletrônicos, o que pode contribuir para uma diminuição dos efeitos negativos associados ao uso excessivo de telas, como sedentarismo, problemas de saúde mental e desconexão com o meio ambiente.

Relato de experiência

Diagnóstico das marcas

Durante a apresentação das marcas e a roda de conversa, as crianças foram questionadas sobre quais marcas conheciam, de onde as conheciam e qual escolheriam caso pudesse fazer uma escolha. Durante esse diálogo, responderam com entusiasmo e animação, destacando que conheciam as

marcas principalmente por meio das propagandas veiculadas no YouTube e na televisão.

O diagnóstico das marcas revelou uma inclinação notória das crianças por itens provenientes de grandes empresas (Figura 2), o que se justifica pela facilidade de reconhecimento proporcionada pelas constantes campanhas publicitárias presentes nos conteúdos que acessam na internet. A interpretação dos resultados reflete claramente essa tendência, evidenciada pelas marcas que ocupam as primeiras posições de preferência.

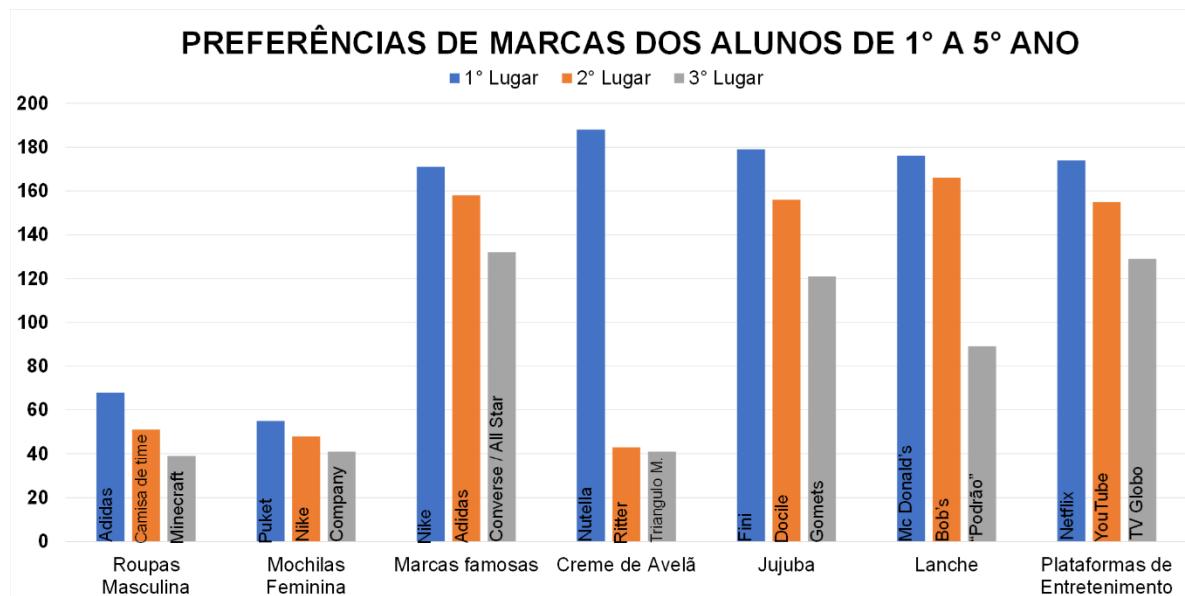


Figura 2: Gráfico 01 - Relação de quantidade favorita para cada categoria.

Fonte: Autores (2024).

Em virtude disso, marcas menos populares no mercado apresentaram maior predisposição a avaliações negativas ou até mesmo ao desconhecimento por parte das crianças, especialmente quando se tratava de produtos de empresas de menor porte ou com foco em responsabilidade socioambiental. Essa tendência se repetiu com todas as marcas menos conhecidas analisadas no projeto.

Como exemplo, podemos destacar a análise da marca “creme de avelã”. Os dados revelaram que, ao serem questionadas sobre os tipos existentes, as crianças prontamente identificaram o produto associado à famosa marca Nutella. No entanto, ao serem expostas a alternativas concorrentes, demonstraram dificuldade de reconhecimento ou até completa falta de familiaridade com os produtos apresentados.

No que diz respeito à escolha de locais para alimentação, entre as opções de lanche apresentadas (Bob's, McDonald's e uma lanchonete local), aproximadamente 95% das crianças demonstraram preferência marcante pelo

Bob's e McDonald's. Essa escolha pode ser atribuída à presença de brinquedos como brindes nas refeições e às estratégias de marketing diferenciadas dessas redes. Esses elementos não estão presentes na oferta da lanchonete local, o que corrobora a análise do Instituto Alana (2020), sugerindo que o apelo publicitário e os incentivos lúdicos exercem papel crucial na tomada de decisão de consumo infantil.

Conforme argumentam Silveira et al. (2021), a persuasão exercida pela mídia é especialmente crítica quando direcionada a públicos com limitada capacidade de julgamento crítico, como as crianças, que se encontram em estado de hipervulnerabilidade. Nesse contexto, elementos culturais, grupos de referência e apelos emocionais são estrategicamente utilizados para potencializar o impacto das mensagens publicitárias.

Essa perspectiva se articula com a análise de Silva (2017), que destaca que, ao serem expostas cotidianamente a anúncios de produtos diversos, as crianças têm seus valores moldados por esses conteúdos, o que reforça padrões culturais e desperta desejos de consumo desde a infância.

Os achados da pesquisa evidenciam a profunda influência do marketing sobre o comportamento infantil. Como apresenta Vygotsky (1991), essa manipulação publicitária traz implicações para o desenvolvimento infantil tanto a curto quanto a longo prazo. É notável que, na busca por seus produtos preferidos, as crianças favorecem aqueles com maior visibilidade publicitária, mesmo em detrimento de alternativas potencialmente mais acessíveis e com qualidade equivalente ou superior.

Conforme destaca Alves (2011, p. 14):

"Entre os três e os quatro anos inicia-se a terceira fase, na qual as crianças já conhecem as marcas e já entendem a relação entre publicidade, produto e loja. [...] Podemos concluir que, nos primeiros anos de vida, o meio social em que a criança está inserida e as primeiras experiências de consumo são determinantes para o futuro adulto e para seu comportamento enquanto consumidor".

Assim, a preferência por grandes marcas é explicada pela influência das primeiras experiências de consumo e pela exposição a campanhas publicitárias, fatores que moldam suas percepções e atitudes em relação ao mercado desde cedo. Além disso, as crianças estão cada vez mais expostas à publicidade em função do aumento do tempo que passam em frente à televisão e do acesso constante à internet por meio de celulares, computadores e tablets. Esse cenário tem levado as empresas a desenvolverem estratégias de marketing específicas para atrair e fidelizar o público infantil, fazendo com que seus produtos se tornem objetos de desejo entre as crianças (Pivotto et al., 2023).

É relevante observar ainda que essa tendência se estende ao interesse por produtos que, na visão das crianças, estão mais alinhados com o universo

adulto, em detrimento de itens projetados especificamente para sua faixa etária. Isso revela uma faceta preocupante do marketing voltado ao público infantil. O livro *Infância plastificada* contribui com essa discussão ao destacar que as práticas de marketing direcionadas ao público infantil são consideradas ilegais pela legislação brasileira, por se configurarem como publicidade abusiva, já que se aproveitam da falta de experiência das crianças. Além disso, o Instituto Alana observa que as crianças têm se tornado cada vez mais exigentes em relação ao consumo e que exercem forte influência sobre os adultos nas decisões de compra dentro do ambiente familiar, o que justifica o aumento de anúncios de produtos e serviços do universo adulto direcionados ao público infantil (Instituto Alana, 2020, p. 38).

Segundo Pivotto (2023), em sua pesquisa sobre o grau de influência dos filhos nas decisões de compra familiar, os resultados indicam que as crianças influenciam significativamente essas escolhas, tanto de forma direta quanto indireta. Diretamente, muitos pais levam os filhos às compras e atendem suas solicitações; indiretamente, consideram suas preferências na hora de consumir.

Em estudo conduzido por Silva *et al.* (2023), foi analisada a influência das mídias sociais — especialmente o YouTube — no comportamento de compra das crianças. Embora a maioria dos pais reconheça a presença significativa da plataforma na vida dos filhos, muitos não acreditam que os vídeos assistidos influenciem diretamente seus comportamentos de consumo. O estudo destaca a importância do diálogo entre pais e filhos para conscientizá-los sobre as mensagens de consumo presentes nesses vídeos.

A discrepância entre a percepção dos pais e a realidade observada nas interações das crianças com as marcas revela um ponto essencial: embora os responsáveis nem sempre percebam o impacto direto das mídias sociais, as crianças demonstram significativa consciência das marcas e produtos promovidos por esses meios. Isso reforça que, mesmo sem intenção explícita, a publicidade digital está moldando de forma ativa as preferências e comportamentos de consumo infantil.

Conscientização

Atividade 1: Relação do consumo e o meio ambiente.

A atividade “Relação entre consumo e meio ambiente” permitiu analisar o que as crianças compreendem sobre consumo, tecnologia e a escassez dos recursos naturais. Durante a roda de conversa (Figura 3), foi evidente a preocupação das crianças em relação ao futuro e à poluição ambiental. Quando perguntadas sobre “O que aconteceria se todos os nossos recursos naturais acabassem” as crianças demonstraram inquietação com essa possibilidade e destacaram a poluição da água, a presença de plásticos nos oceanos, o desmatamento das florestas e o hábito de jogar lixo no chão como as principais causas do esgotamento dos recursos naturais. Ao questioná-las sobre o excesso de brinquedos e a geração de plástico, incentivamos as crianças a refletirem

sobre dois cenários: um em que uma criança está cercada por uma grande quantidade de brinquedos, demonstrando o consumismo excessivo e outro que retrata um futuro no qual não existam mais brinquedos no mundo. Podemos destacar algumas frases ditas pelas crianças durante a roda de conversa para os dois cenários: “A vida seria triste”; “Eu não teria amigos”; “Eu viveria no celular”. Nenhuma das crianças refletiu sobre os impactos do consumismo excessivo e as consequências para o meio ambiente, particularmente em relação à grande quantidade de plástico gerada e sobre a escassez de recursos naturais. Este fato pode ser justificado conforme Cunha (2019), que argumenta que a consciência ambiental atual é promovida pela mídia, que frequentemente dissemina mensagens sobre preservação ao lado de incentivos ao consumo, culpabilizando a população pela poluição e destruição dos recursos naturais sem promover uma reflexão crítica genuína. As propagandas dos meios de comunicação de massa, embora aparentemente ambientais, muitas vezes incentivam o consumo de novos produtos para substituir os antigos, criando problemas de poluição e desperdício de recursos ambientais sem realmente resolver os problemas existentes.

Isso comprova a urgência de inserir a temática do consumo consciente no ambiente escolar. Segundo Massi *et al.* (2020), as gerações de consumidores estão crescendo sem compreender a relação entre consumo e meio ambiente, frequentemente reproduzindo clichês ambientalistas sem um entendimento profundo da questão. Dado que os recursos naturais da Terra são limitados, é crucial que os indivíduos aprendam a satisfazer suas necessidades diárias com um consumo cada vez menor. Eles defendem que na Educação Infantil é essencial problematizar a lógica consumista a partir do cotidiano das crianças, utilizando situações-problema, diálogo e mediações. Tratar do consumismo, como um dos motores do sistema capitalista, em um projeto de Educação Ambiental crítica voltado para crianças, é uma necessidade urgente.

Outra questão levantada durante o diagnóstico foi o avanço das novas tecnologias, incluindo assistentes virtuais como a Alexa, o uso de inteligência artificial e a presença generalizada de dispositivos com telas. As crianças foram incentivadas a imaginar um cenário futurista onde robôs e tecnologia avançada desempenhavam todas as tarefas do dia a dia. Neste ponto, muitas crianças enxergaram essa situação de forma positiva, pois acreditaram que a tecnologia poderia proporcionar mais tempo para atividades prazerosas, como brincar, jogar videogames e até mesmo usar o celular. Reis e Ziegler (2016) apontam que o uso excessivo de tecnologia pelas crianças pode ter impactos significativos no desenvolvimento cognitivo, ressaltando que, embora a tecnologia possa ser uma aliada na maturação psíquica infantil, é essencial controlar seu uso para evitar efeitos negativos. Os autores enfatizam a importância de um diálogo entre escola e pais sobre o uso das tecnologias, com foco na orientação quanto ao acesso a conteúdo, tipos de jogos e tempo de uso, além de alertarem para os riscos associados ao uso prolongado de telas, como problemas de visão, hipertonia e a influência negativa de jogos violentos no comportamento infantil. Eles também destacam a necessidade de atividades

físicas e brincadeiras para promover o desenvolvimento saudável da criança e prevenir dificuldades futuras de aprendizagem.



Figura 3: Roda de conversa sobre a relação do consumo e o meio ambiente – Quadra da Escola. **Fonte:** Autores (2023).

A intervenção realizada, por meio da exibição do filme Wall-E (Pixar, 2008), proporcionou um aprendizado lúdico, transmitindo uma mensagem perspicaz sobre a conservação ambiental, a desconexão entre indivíduos, questões alimentares, o uso excessivo da tecnologia e a diversidade entre os personagens robóticos, temas cotidianos de grande relevância. Durante a avaliação formativa, os alunos participaram de reflexões acerca dessas mensagens e elaboraram cartazes (Figura 4). O relatório preenchido pelas professoras registra as reflexões das crianças nas atividades, como o quiz interativo. Elas discutiram como o uso excessivo da tecnologia e os hábitos alimentares afetam suas vidas, reconheceram a Terra como o único planeta habitável no sistema solar e destacaram a importância de preservá-la, além de perceberem que a comodidade proporcionada pelos robôs pode gerar dependência tecnológica e falta de iniciativa.

As crianças compreenderam que as ações humanas têm consequências, como exemplificado pela acumulação de lixo mostrada no filme, e que é necessário agir de maneira responsável para preservar o meio ambiente. Demonstraram, ainda, que pequenas atitudes diárias podem gerar mudanças positivas em pensamentos, comportamentos e hábitos. Internalizaram a importância de cultivar esperança e aprender desde cedo a respeitar a vida e o meio em que vivem, percebendo também o quanto a dependência tecnológica pode prejudicar a socialização.

Essa compreensão contribuiu para ampliar a percepção das crianças sobre o consumo responsável e fomentar um senso de responsabilidade coletiva em prol de um futuro mais sustentável. Ainda que tenham demonstrado interesse por práticas benéficas à comunidade e ao planeta, mudanças efetivas de comportamento dependem de outros fatores. Segundo Kollmuss e Agyeman (2002), o conhecimento e a conscientização ambiental, embora relevantes, não

garantem, por si só, a mudança de comportamento, uma vez que fatores emocionais, sociais e contextuais podem atuar como barreiras à ação pró-ambiental.

Os resultados apresentados evidenciam o impacto positivo da intervenção educativa que utilizou o filme Wall-E (Pixar, 2008) como ferramenta para promover a conscientização ambiental. A partir das reflexões dos alunos, constatou-se uma compreensão ampliada sobre questões ambientais, uso das tecnologias e relação com o consumo exacerbado. As crianças reconheceram a importância da conservação ambiental e compreenderam como seus próprios hábitos podem influenciar o equilíbrio ecológico, revelando um amadurecimento em relação à interdependência entre os seres humanos e o meio ambiente.

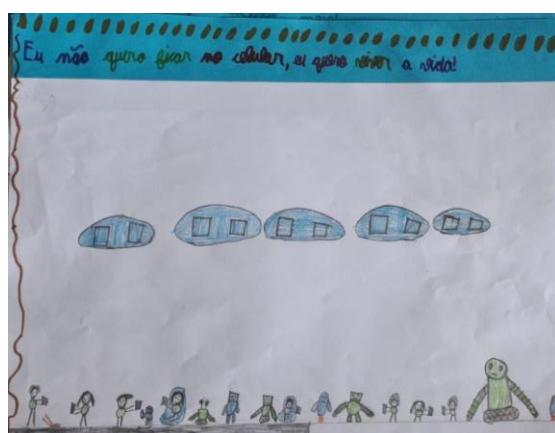


Imagen A: O cartaz retrata a preocupação das crianças pelo excesso de uso de tecnologia retratada no filme (3º ano).



Imagen B: O cartaz retrata uma reflexão sobre o excesso de consumo e tecnologia (3º ano).

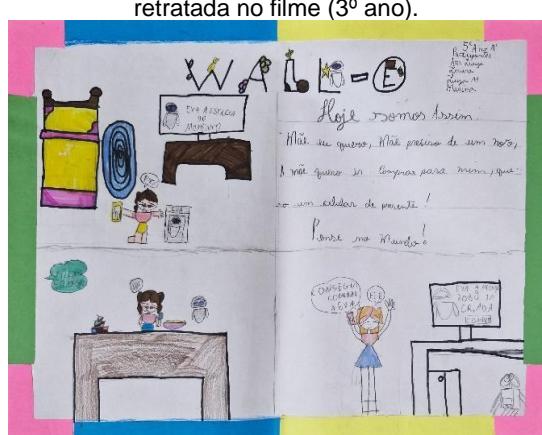


Imagen C: O cartaz retrata a influência das crianças na decisão de compra dos pais (5º ano)

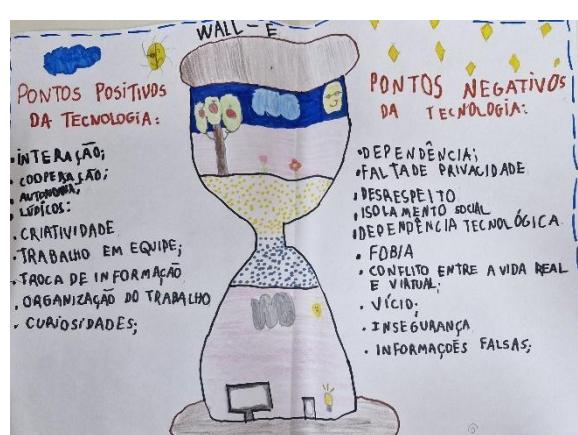


Imagen D: O cartaz retrata os pontos positivos e negativos do uso de tecnologia (5º ano).

Figura 4: Cartazes elaborados pelo 3º e 5º ano, baseado no filme *WALL-E*.
Fonte: Autores (2023).

Atividade 2: Os 4Rs – repensar, reutilizar, reduzir e reciclar / Como escolher materiais mais sustentáveis.

Os 4Rs representam um conjunto de práticas sustentáveis que envolvem repensar os hábitos de consumo e evitar a geração de resíduos, reduzir o consumo, reaproveitar materiais para prolongar sua vida útil e reciclar por meio de programas como a coleta seletiva e a logística reversa (Jardim; Yoshida; Valverde Filho, 2012). A inserção desses conceitos por meio de atividades práticas com crianças é essencial, pois permite que elas compreendam de maneira concreta a relação entre suas escolhas diárias e os impactos no meio ambiente. Ao ensinar as crianças sobre os princípios dos 4Rs, conforme proposto por Oliveira *et al.* (2015), promovemos a conscientização e a adoção de práticas sustentáveis desde cedo, contribuindo para a formação de cidadãos responsáveis e atentos ao meio ambiente.

De acordo com o Manual de Educação para o Consumo Sustentável (Consumers International *et al.*, 2005), a adoção de práticas como reduzir, reutilizar, reciclar e repensar os hábitos de consumo é essencial para frear o ritmo crescente da geração de resíduos. Esse processo está diretamente relacionado ao modelo de consumo predominante, especialmente em países desenvolvidos, e exige uma mudança coletiva de comportamento para que os recursos naturais possam ser preservados a longo prazo.

A intervenção teve início com uma palestra expositiva, seguida por uma roda de conversa, abordando detalhadamente cada um dos 4Rs, esclarecendo conceitos e apresentando exemplos práticos do cotidiano. O tema central foi "De onde vêm as coisas ao nosso redor e o que são resíduos sólidos", explicando que todos os materiais utilizados no cotidiano têm origem na natureza. Em seguida, foram realizadas duas visitas técnicas à Associação dos Catadores Colatinenses de Material Reciclado – ASCCOR (Figura 5) e ao Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos Urbanos – CETREU (Figura 6).

Durante as visitas, as crianças demonstraram surpresa, empatia e curiosidade. Muitas fizeram uma associação entre o cenário encontrado na ASCCOR e o filme *Wall-E*, assistido na Atividade 1 (Relação entre consumo e meio ambiente), identificando semelhanças entre as prensas hidráulicas de compactação de papel e o próprio robô protagonista da animação. A experiência vivenciada ao longo do projeto destacou a relevância de ações educativas contínuas e bem estruturadas. Considerando que o projeto de extensão teve execução durante um período de quatro meses, ele pode ser classificado como uma ação de duração intermediária, o que possibilita não apenas a sensibilização pontual, mas também o acompanhamento e o estímulo à consolidação de práticas de consumo consciente por parte das crianças. Conforme discutido por Santos (2023), a Educação Ambiental nas escolas ainda é, em grande parte, desenvolvida de forma esporádica, geralmente vinculada a datas comemorativas, o que dificulta a consolidação de mudanças significativas. Projetos contínuos, ao contrário, contribuem para integrar a temática ambiental ao cotidiano escolar, favorecendo a construção de uma cultura de

sustentabilidade. Isso pôde ser comprovado durante a realização da Atividade 2, quando ficou evidente como a Atividade 1 foi essencial para preparar o olhar crítico e sensível das crianças frente às questões ambientais observadas durante a visita.

Outro ponto observado foi a surpresa de algumas crianças ao se depararem com a grande quantidade de lixo que chega diariamente à associação de catadores. Elas também passaram a compreender o papel fundamental da ASCCOR na geração de emprego e renda para muitas famílias. Já no CETREU, o grupo percebeu o forte odor causado pela decomposição dos resíduos e testemunhou a poluição gerada pela enorme pilha de lixo, além de observar a expressiva quantidade de materiais recicláveis descartados de forma inadequada.

A palestra, realizada antes da visita, foi essencial, pois permitiu a consolidação de vários conceitos, como o entendimento de que tudo o que nos cerca vem da natureza e, após o uso, se transforma em lixo, além de como o descarte irregular prejudica o meio ambiente. De acordo com Zoccoli (2016), a associação entre teoria e prática, especialmente por meio de visitas guiadas em espaços naturais, contribui de forma significativa para o processo de ensino-aprendizagem em Educação Ambiental, despertando a criticidade e a sensibilidade dos alunos frente às questões socioambientais.



Figura 5: Visita a Associação de Catadores de Materiais Recicláveis de Colatina (ASCCOR).

Fonte: Autores (2023).



Figura 6: Visita ao Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos Urbanos – CETREU - Aterro Sanitário de Colatina/ES. **Fonte:** Autores (2023).

De volta à sala de aula, iniciou-se a avaliação formativa por meio da confecção de cartazes (Figura 7). Com o auxílio de materiais de apoio, as crianças demonstraram entusiasmo e criatividade ao aplicar os princípios dos 4Rs em situações práticas. Trabalhando em equipe, usaram materiais coloridos para ilustrar e rotular diferentes tipos de resíduos, destacando a importância de separá-los corretamente para facilitar a reciclagem e reduzir o impacto ambiental.

Os cartazes resultantes foram tanto educativos quanto criativos, exibindo categorias distintas para resíduos orgânicos, recicláveis e não recicláveis. A clareza das representações e instruções evidenciou o entendimento e o comprometimento das crianças com a prática dos 4Rs. A separação correta dos materiais recicláveis, por exemplo, não só demonstrou a compreensão dos conceitos, mas também a capacidade de os aplicar de forma eficaz. Durante a atividade, as crianças participaram ativamente, com uma conversa aberta e curiosa. Elas fizeram perguntas inteligentes e deram exemplos do cotidiano, mostrando que estavam compreendendo o assunto. A apresentação também estimulou a imaginação, tornando o aprendizado mais leve e acessível. As crianças reconheceram hábitos inadequados de gestão de resíduos em suas casas e entenderam a importância da coleta seletiva, do consumo consciente e da reciclagem. Além disso, destacaram a necessidade de reduzir a produção de resíduos e de contribuir de forma consciente para a proteção ambiental. No entanto, identificaram obstáculos em suas casas, como falta de espaço, inadequação de lixeiras e limitações de tempo, que dificultam a separação adequada dos resíduos.



Figura 7: Exposição dos cartazes sobre coleta seletiva na quadra da escola.

Fonte: Autores (2023).

A gestão de resíduos na educação infantil se destaca como uma estratégia crucial para formar cidadãos conscientes quanto à preservação ambiental e sustentabilidade. Introduzir práticas que envolvam o manejo adequado dos resíduos desde cedo ajuda as crianças a internalizarem comportamentos e hábitos que contribuem para a redução dos impactos ambientais (Ergazaki; Zogza; Grekou, 2009). No Brasil, segundo a Associação Brasileira de Resíduos e Meio Ambiente (ABREMA, 2024), o manejo de grandes volumes de resíduos sólidos ainda representa um grande desafio. Nesse contexto, a educação infantil emerge como um pilar fundamental para fomentar mudanças culturais que incentivem a preservação dos recursos naturais e a construção de um futuro mais sustentável. Ao formar crianças conscientes sobre o impacto de suas ações, a Educação Ambiental contribui para uma sociedade mais engajada com a gestão adequada de resíduos e práticas ecológicas (Dal Bosco; Presumido; Paulista, 2017).

Inserir a Educação Ambiental nas escolas, especificamente no que se refere à gestão de resíduos, atende às diretrizes da Política Nacional de Educação Ambiental (BRASIL, 1999), que destaca a importância de preparar crianças para serem agentes transformadores do meio ambiente. A educação infantil, assim, representa um ponto de partida para que as próximas gerações sejam mais comprometidas com a preservação do meio ambiente. O ensino da gestão de resíduos é uma ferramenta poderosa para capacitar crianças a entenderem os impactos de suas ações sobre o planeta (Dal Bosco *et al.*, 2017). Uma maneira eficaz de integrar a gestão de resíduos à educação infantil é através do ensino dos 4R's. Estes conceitos são essenciais para que as crianças compreendam como diminuir o desperdício e transformar materiais que seriam descartados em novos recursos (Eliason; Jenkins, 2003). O ensino dos 4R's permite que as crianças desenvolvam habilidades críticas ao considerar o ciclo de vida dos produtos, estimulando uma mentalidade sustentável desde cedo, o que é fundamental para a formação de adultos responsáveis (Oliveira *et al.*, 2015). Tais atividades práticas, como a reutilização de materiais para artes e a reciclagem de resíduos domésticos, ajudam as crianças a compreenderem a importância da conservação dos recursos naturais e a perceber o impacto

positivo que suas ações podem ter sobre o meio ambiente (UYANIK *et al.*, 2011).

Por fim, o ensino sobre reciclagem e gestão de resíduos é vital para o futuro do planeta, pois prepara uma geração capaz de enfrentar os desafios ambientais globais. Com o aumento da população mundial e a consequente produção de resíduos, é essencial que as crianças sejam educadas desde cedo sobre práticas que possam reduzir o impacto humano no meio ambiente. Assim, a educação sobre os 4Rs e a gestão de resíduos contribui diretamente para a construção de uma sociedade mais sustentável, em que os recursos naturais são usados de maneira mais eficiente e com menos desperdício (Eliason; Jenkins, 2003; Kaga, 2008).

Atividade 3: Alimentação saudável

Durante a atividade minhas escolhas alimentares (Figura 08), foi possível observar uma tendência das crianças, principalmente as menores, por alimentos ultraprocessados na hora de escolherem os alimentos que mais lhes agradavam para as distintas refeições (café da manhã, almoço, janta e/ou prato favorito).



Figura 8: Atividade “Minhas escolhas alimentares”. **Fonte:** Autores (2023).

Apesar desta preferência por alimentos ultraprocessados; como biscoitos recheados, salgadinhos de pacote, refrigerantes e macarrão instantâneo; as crianças apresentavam conhecimento prévio, em diferentes níveis, sobre os malefícios advindos do consumo destes alimentos, tanto do ponto de vista nutricional (excesso de gorduras, açúcares e sódio), quanto do ponto de vista ambiental (descarte excessivo de embalagens, uso de agroquímicos e emissão de gases de efeito estufa), o que foi notado por meio da roda de conversa lúdica e pelo jogo da amarelinha dos alimentos (Figura 9), que ocorreram anteriormente às orientações alimentares fornecidas aos estudantes.

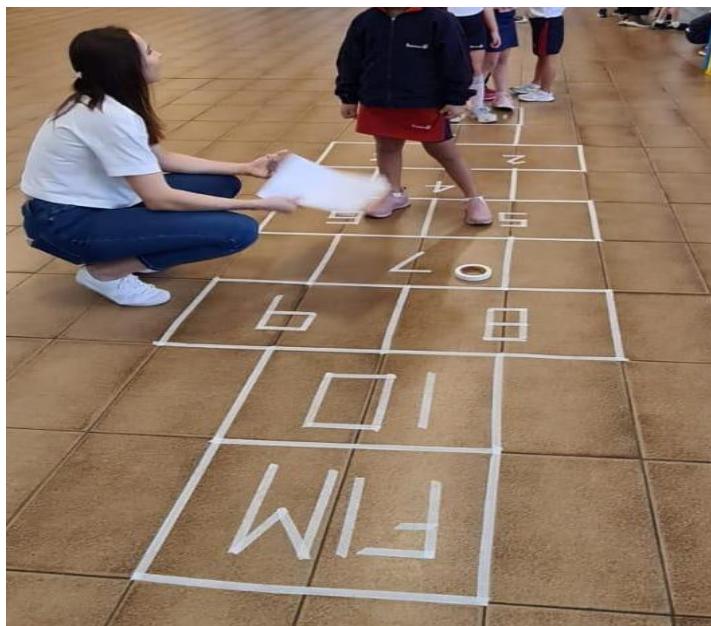


Figura 9: Atividade “Amarelinha dos Alimentos”. **Fonte:** Autores (2024).

Na etapa dedicada à alimentação saudável, as crianças demonstraram interesse e participaram ativamente das atividades. Observou-se que as mais velhas já possuíam certo conhecimento prévio sobre quais seriam os alimentos saudáveis e os benefícios de consumi-los, assim como conseguiram identificar os alimentos processados e ultraprocessados e seus malefícios. Em contrapartida, as mais novas apresentaram uma bagagem de conhecimento prévio menor. Ainda assim, notou-se que, em todas as faixas etárias, havia maior consumo e preferência por alimentos industrializados. Esse comportamento pode ser explicado, em parte, pela praticidade na preparação das lancheiras por parte dos responsáveis, pela influência do meio social (hábitos alimentares da família e dos amigos), e pela influência da mídia, por meio de propagandas que estimulam o consumo de alimentos processados e ultraprocessados.

De acordo com Russel *et al.* (2023), o apetite das crianças, bem como os hábitos alimentares e as consequências deles, são profundamente relevantes para a saúde e bem-estar delas como indivíduos, como também para as suas famílias e para a sociedade. Atualmente, em vários países aumenta-se a preocupação com o estado nutricional e o peso infantil, sobretudo diante do risco aumentado de desenvolvimento de doenças crônicas, como obesidade infantil, diabetes e hipertensão.

Nesse contexto, Silva *et al.* (2023), destacam que as práticas alimentares estabelecidas na infância são determinantes para a saúde ao longo da vida, sendo a formação de hábitos saudáveis nesse período essencial para prevenir doenças crônicas não transmissíveis. No entanto, a crescente presença de alimentos ultraprocessados na dieta infantil, impulsionada por fatores como baixo custo, conveniência e apelo publicitário, tem contribuído para uma

transição nutricional prejudicial. Esses produtos, ricos em gorduras saturadas, aditivos sintéticos e com baixo valor nutricional, estão associados ao aumento do sobrepeso, obesidade e alterações metabólicas em crianças. Além disso, fatores socioeconômicos e ambientais, como o ritmo de vida acelerado e a escolaridade materna, também influenciam esse cenário, exigindo ações integradas de pais, profissionais de saúde e educadores.

Esses hábitos alimentares observados entre os alunos refletem uma tendência global preocupante. Segundo Jia *et al.* (2019), a prevalência do sobrepeso e da obesidade em crianças, aumentou de 4% em 1975 para mais de 18% em 2016. Cabe ressaltar o papel dos fatores ambientais sobre as características pessoais e o peso dos indivíduos, como o aumento do consumo em restaurantes de comida rápida, que fomentam a ingestão de alimentos altamente calóricos, com grandes quantidades de gorduras saturadas e trans, açúcar e sódio, principalmente por serem de baixo custo.

Além do impacto desses padrões alimentares modernos, outro fator ambiental que merece atenção é a presença de resíduos de agrotóxicos nos alimentos consumidos pelas crianças. Desde 2008, o Brasil tem se consolidado como um dos maiores consumidores mundiais de agrotóxicos, com um aumento significativo no uso de ingredientes ativos ao longo dos anos. Em 2019, foram utilizadas cerca de 620 mil toneladas, mais que o dobro de 2009. O país possui milhares de produtos registrados, muitos deles altamente tóxicos, e há preocupações crescentes quanto aos riscos à saúde pública, especialmente pela exposição crônica e combinada a diferentes substâncias. Apesar da existência de programas de monitoramento, como o Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos, ainda são escassos os estudos que relacionem os resíduos de agrotóxicos à dieta infantil, o que dificulta uma avaliação mais precisa da exposição e dos riscos associados (Oliveira *et al.*, 2022).

Corroborando com os autores acima mencionados, os resultados das nossas atividades com os discentes revelaram uma tendência, especialmente entre as crianças dos anos iniciais, pela escolha de alimentos ultraprocessados para compor as refeições (café da manhã, almoço, jantar e/ou prato favorito).

Diante desse cenário, nota-se a importância da prática regular de atividades educativas sobre alimentação saudável com foco em crianças em idade escolar, a fim de desenvolver indivíduos conscientes sobre as escolhas alimentares, tanto do ponto de vista ecológico quanto nutricional.

Feira de Troca de Brinquedos e brincadeiras ao ar livre.

Com o objetivo de promover uma reflexão sobre o consumo responsável e a importância da reutilização, a atividade "Feira de Troca de Brinquedos e Brincadeiras ao Ar Livre" proporcionou às crianças uma oportunidade única de aprender de forma divertida e prática sobre sustentabilidade e o impacto de suas ações no meio ambiente.

Durante as brincadeiras as crianças apresentaram entusiasmo em aprender jogos que até então não conheciam, como amarelinha e telefone sem fio, e animação para começar a brincar. Na queimada e futebol, que apresentaram maior adesão, foi possível observar como estavam empolgados e se divertindo, interagindo uns com os outros, mas também com os adultos (pais e professores).

Na feira de troca de brinquedos (Figura 10) eles apresentaram a mesma empolgação e agitação, ansiosos para “comprar” os novos brinquedos com os tickets, e se mostraram satisfeitos com os novos aquisições, com uma nova visão com relação ao consumo e dispostos a aplicar os conceitos trabalhados. Essa metodologia não apenas incentiva a troca responsável de brinquedos, mas também cria um ambiente de aprendizado e diversão que envolve toda a comunidade escolar. O projeto possibilitou mostrar que trocar pode ser mais divertido do que ganhar um objeto novo, gerando uma reflexão sobre o consumismo e, por conseguinte, possibilitar que a criança dê um novo significado para os seus próprios brinquedos, repensando suas atitudes, reduzindo o consumo de plástico e reutilizando brinquedos.



Figura 10: Atividade “Amarelinha dos Alimentos”. **Fonte:** Autores (2023).

No cenário atual, as crianças se tornaram o principal alvo das grandes campanhas publicitárias, sendo vistas como uma oportunidade de lucro, o que tem influenciado diretamente seus comportamentos consumistas. Susan Linn (2006) critica a forma como a indústria do entretenimento, em parceria com o setor de brinquedos, transforma a brincadeira em uma extensão do consumo, ao promover produtos licenciados e altamente publicitados. Isso empobrece a criatividade infantil e reforça o comportamento consumista desde cedo. A autora também destaca que o marketing infantil movimenta bilhões de dólares anualmente, o que atrai o interesse crescente das empresas em explorar esse público de maneira cada vez mais sofisticada. Simultaneamente, as brincadeiras tradicionais estão sendo substituídas por atividades eletrônicas, como videogames e redes sociais, expondo as crianças a influências consumistas e prejudicando sua saúde física e mental.

A etapa preparatória antes da feira de trocas contribuiu para uma compreensão mais profunda do propósito do projeto, incentivando uma

participação mais consciente e responsável das crianças. Essa fase foi essencial para promover uma experiência educacional mais rica e significativa.

A feira de troca de brinquedos proporcionou uma valiosa oportunidade para as crianças repensarem o valor de seus brinquedos, destacando a importância da reutilização. Demonstraram grande entusiasmo ao trocar brinquedos que já não utilizavam, adquirindo novos itens para suas atividades recreativas. A introdução de brincadeiras tradicionais, como a amarelinha, também despertou o interesse de muitas crianças que ainda não conheciam essas atividades.

Os pais desempenharam um papel ativo no evento, participando das atividades e demonstrando envolvimento. No entanto, alguns influenciaram na escolha dos brinquedos, priorizando itens mais caros e sofisticados, o que ressalta a importância de uma abordagem educativa que valorize a sustentabilidade e a igualdade no contexto da troca de brinquedos.

Ao final do evento, foi evidente que o ato de trocar brinquedos proporcionou mais satisfação do que a simples compra de novos itens, incentivando uma reflexão crítica sobre o consumismo. As crianças passaram a reavaliar o valor de seus brinquedos, promovendo a prática da reutilização e contribuindo para a redução do consumo de plásticos.

Além disso, a interação nas atividades recreativas ao ar livre colaborou para a diminuição do tempo em frente às telas eletrônicas, promovendo benefícios para a saúde e o bem-estar das crianças. O estudo realizado por Barreto *et al.* (2023) analisa os impactos do tempo de tela no desenvolvimento infantil, destacando que o uso excessivo de dispositivos eletrônicos está associado a prejuízos no desenvolvimento cognitivo, emocional e social. Os autores reforçam que o brincar ativo e as experiências fora do ambiente digital são fundamentais para a formação integral da criança, favorecendo vínculos sociais, a criatividade e o contato com o mundo real.

Conclusões

O diagnóstico realizado ao longo do projeto revelou uma forte inclinação das crianças por produtos de grandes marcas, fenômeno que se justifica, em grande parte, pela constante exposição à publicidade nos conteúdos digitais, especialmente no YouTube. Embora a plataforma afirme adotar políticas para proteger o público infantil, como a proibição de anúncios personalizados em vídeos voltados para crianças e a limitação de certos tipos de publicidade, essas medidas ainda são insuficientes diante do volume de conteúdos atrativos para esse público e da atuação indireta de influenciadores digitais. Embora a plataforma possua políticas voltadas à proteção do público infantil, como a proibição de anúncios personalizados em vídeos direcionados a crianças e restrições a determinados tipos de publicidade (YouTube, 2023), tais medidas mostram-se insuficientes diante do grande volume de conteúdos atrativos para esse público e da atuação indireta de influenciadores digitais. A preferência por

marcas amplamente divulgadas reforça a urgência de regulamentações mais efetivas para a publicidade infantil em plataformas digitais, uma vez que as normativas atuais ainda se concentram na TV aberta, deixando um vazio legal frente ao novo cenário de consumo influenciado pela mídia. A falta de barreiras eficazes permite que criadores de conteúdo atinjam diretamente o público infantil, influenciando seus desejos de consumo desde a primeira infância.

As práticas pedagógicas adotadas nas três atividades da etapa de conscientização do projeto de extensão, desenvolvidas ao longo de quatro meses, mostraram-se eficazes na consolidação de conceitos como consumismo, uso excessivo de recursos naturais, geração de resíduos sólidos e descarte inadequado. As atividades foram organizadas de forma sequencial e estratégica, favorecendo uma compreensão gradual dos temas. Inicialmente, abordou-se a relação entre consumo e meio ambiente, com reflexões sobre a escassez de recursos naturais e consumo excessivo. Em seguida, discutiu-se a origem dos materiais utilizados no cotidiano, destacando sua origem na natureza, e, por fim, tratou-se dos resíduos sólidos e suas formas de descarte. Até mesmo a atividade 3, voltada para alimentação saudável, foi conectada à atividade 1, na qual também foram trabalhados conceitos sobre o excesso, com o lema "tudo que é demais faz mal". Essa progressão temática permitiu às crianças desenvolverem uma compreensão mais ampla e crítica sobre os impactos do consumo no planeta.

Além disso, constatou-se a significativa influência da mídia nas escolhas alimentares das crianças, junto a fatores como a praticidade na montagem das lancheiras pelos responsáveis e os hábitos alimentares do ambiente familiar e social. Essas escolhas, frequentemente orientadas por campanhas de produtos processados e ultraprocessados, ressaltam a necessidade de ações educativas que promovam uma alimentação saudável e consciente desde cedo.

Um achado significativo foi a constatação de que, inicialmente, as crianças não reconheciam a relação entre consumo excessivo e degradação do meio ambiente, associando a degradação apenas ao descarte de lixo nas ruas, desmatamento e à poluição em geral. Ao longo do projeto, essa compreensão foi progressivamente ampliada por meio de atividades práticas e reflexivas, permitindo que as crianças passassem a entender o consumo de maneira mais abrangente, reconhecendo seus impactos no meio ambiente. Podemos justificar esse ponto pela constatação de que a temática do consumismo é pouco trabalhada em projetos de Educação Ambiental. A grande maioria dos projetos foca em temas como plantio de árvores, cuidado com a água, coleta seletiva, entre outros, deixando de lado a reflexão crítica sobre o consumo desenfreado e seus efeitos ambientais.

A etapa da Feira de Troca de Brinquedos e das brincadeiras ao ar livre se mostrou uma prática eficiente de Educação Ambiental, proporcionando às crianças a vivência de conceitos como repensar, reutilizar, desapego e consumo consciente. Além disso, a atividade resgatou o prazer de brincar ao ar livre, incentivando a redução da exposição das crianças às telas. Esse formato de

atividade, com seu foco em práticas sustentáveis, abre portas para novas abordagens, como a inclusão de outros conceitos educacionais. Um ponto interessante que surge como sugestão para futuras pesquisas é a utilização da Feira de Troca de Brinquedos para trabalhar também a educação financeira. A implementação do uso de tíquetes para troca de brinquedos, por exemplo, poderia enriquecer ainda mais a atividade, oferecendo às crianças uma oportunidade prática de aprender sobre valor, troca, gestão de recursos e o conceito de "comprar apenas se eu tenho dinheiro".

Outro ponto relevante levantado foi o desafio de ensinar práticas sustentáveis quando muitos adultos, inclusive professoras do ensino básico, estão inseridos em estilos de vida marcadamente consumistas. Isso nos leva a um questionamento fundamental: como formar gerações comprometidas com a sustentabilidade se os próprios mediadores desse processo não praticam, em sua totalidade, esses valores? Tal reflexão aponta caminhos para pesquisas futuras, uma vez que o processo educativo não exige perfeição, mas sim abertura ao debate crítico, à reflexão e à construção conjunta de novos paradigmas.

Dessa forma, a sustentabilidade de uma sociedade está diretamente atrelada à capacidade de educar para o bem-estar coletivo, estimulando desde a infância valores como empatia, solidariedade, responsabilidade e respeito ao meio ambiente. Os resultados obtidos evidenciam que as crianças têm um papel central na construção de um futuro mais sustentável, pois, ao adotarem hábitos conscientes, tornam-se multiplicadoras de atitudes transformadoras em suas famílias e comunidades. Assim, o investimento em Educação Ambiental crítica e participativa dentro do ambiente escolar revela-se não apenas necessário, mas urgente, como estratégia para a formação de cidadãos comprometidos com um mundo mais justo, equilibrado e resiliente.

Referências

- ALVES, M. A. **Marketing infantil:** um estudo sobre a influência da publicidade televisiva nas crianças. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011.
- ABREMA, Associação Brasileira de Resíduos e Meio Ambiente. *Panorama dos resíduos no Brasil*. ABREMA, 2024. Disponível em: <<https://www.abrema.org.br/panorama/>>. Acesso em 23 ago. 2024.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo:** seus mitos e suas estruturas. 4. ed. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2008.
- BARRETO, M. J. et al. Os impactos do tempo de tela no desenvolvimento infantil. **Revista Saúde UNIFAN**, v. 3, n. 1, p. 58-66, 2023.
- BRASIL.** Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a Educação Ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 abr. 1999. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm> . Acesso em: 14 abr. 2025.

DAL BOSCO, T. C.; PRESUMIDO, P. H.; PAULISTA, L. O. Aplicação de conceitos sobre gerenciamento de resíduos sólidos em centro de educação infantil: Estratégia de ensino na engenharia ambiental. **Revista de Ensino de Engenharia**, v. 36, n. 1, p. 50–58, 2017.

ERGAZAKI, M.; ZOGZA, V.; GREKOU, A. From preschoolers' ideas about decomposition, domestic garbage fate, and recycling to the objectives of a constructivist learning environment in this context. **Review of Science, Mathematics and ICT Education**, v. 3, n. 1, p. 99–121, 2009.

ELIASON, C.; JENKINS, L. **A practical guide to early childhood curriculum**. Pearson Education, 2003.

GUIMARÃES, M. Educação Ambiental crítica. In: **Identidades da Educação Ambiental brasileira** / Ministério do Meio Ambiente. Diretoria de Educação Ambiental; Philippe Pomier Layrargues (coord.). Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004. p. 31.

INSTITUTO ALANA. **Infância plastificada: o impacto da publicidade infantil de brinquedos plásticos na saúde de crianças e no ambiente**. Grupo de Estudos e Pesquisas em Química Verde, Sustentabilidade e Educação (GPQV). Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), 2020.

JARDIM, A.; YOSHIDA, C.; FILHO, J. V. M. **Política Nacional**. Gestão e Gerenciamento de Resíduos Sólidos. Barueri: Manole, 2012.

JIA, P. et al. Fast-food restaurant, unhealthy eating, and childhood obesity: A systematic review and meta-analysis. **Obesity Reviews**, v. 22, n. 1, p. 1-27, 2019.

KAGA, Y. Early childhood education for a sustainable world. In: PRAMLING SAMUELSON, I.; KAGA, Y. (Eds.), **The contribution of early childhood education to a sustainable society**. UNESCO, 2008. p. 53–56.

KOLLMUSS, A.; AGYEMAN, J. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? **Environmental Education Research**, v. 8, n. 3, p. 239–260, 2002.

LINN, Susan. **Crianças do consumo: a infância roubada**. Tradução de Patrícia Zimbres. São Paulo: Instituto Alana; Papirus, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOUREIRO, C. F. B.; LIMA, J. G. S. de. Educação Ambiental E Educação Científica Na Perspectiva Ciência, Tecnologia E Sociedade (CTS): Pilares Para Uma Educação Crítica. **Acta Scientiae**, Canoas, v. 11, n. 1, p. 88-100, jan./jun. 2009.

MODRO, N. **Cineducação**: usando o cinema na sala de aula. Editora Univille, 2006.

MONTEIRO, R. A.; PEREIRA, B. P. de A. Publicidade que alimenta: análise das estratégias destinadas à criança na publicidade de alimentos na mídia impressa brasileira. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, v. 5, n. 1, p. 109-131, 6 nov. 2012.

NASCIMENTO CUNHA, A. R. do. **Educação Ambiental aplicada**. 2019. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/educacao-ambiental-aplicada>. Acesso em: 23 ago. 2024.

OLIVEIRA, R. C. et al. Conceito fundamental para a gestão de lixo. **Colloquium Humanarum**. ISSN: 1809-8207, [S. I.], v. 12, n. 2, p. 153–160, 2015.

OLIVEIRA, A. C. et al. Exposição infantil aos agrotóxicos: avaliação de alimentos representativos da dieta de crianças do município do rio de janeiro. **Saúde em Debate**, v. 46, n. 2, p. 190-209, 2022.

FREIRE, P. Conscientização. São Paulo: Cortez Editora, 2023.

PIXAR ANIMATION STUDIOS. **Wall-E**. Direção de Andrew Stanton. [s.l.]: Pixar Animation Studios, 2008. 1 DVD.

REIS, C. M. S.; ZIEGLER, M. M. Até que ponto os aparelhos eletrônicos ajudam e/ou atrapalham no desenvolvimento infantil? A pedagogia da responsabilidade. **Anais do II Congresso Internacional Uma Nova Pedagogia para a Sociedade Futura: Protagonismo Responsável**, 2016. Disponível em: <<https://ciodh.emnuvens.com.br/novapedagogia/article/view/191/212>>. Acesso em: 10 set. 2024.

RUSSELL, A. et al. Children's eating behaviours and related constructs: Conceptual and theoretical foundations and their implications. **International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity**, v. 20, n. 1, p. 1-16, 15 fev. 2023. Springer Science and Business Media LLC.

SANTOS, Márcia M. **Educação Ambiental para o ensino básico**. São Paulo: Editora Contexto, 2023.

SILVA, L. S. A.; GALLO, Z.; CELLA, D.; QUEDA, O. O consumo infantil influenciado pela publicidade televisiva. **Anais do I Seminário de Políticas Públicas e Desenvolvimento Territorial**, 2017. Disponível em: <<https://www.uniara.com.br/arquivos/file/eventos/2017/seppu/anais/luz-gallo-cella-queda.pdf>>. Acesso em: 04 ago. 2024.

SILVA, M. F. **Influência do consumidor infantil no processo de compra familiar**. 2017. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Processos Gerenciais) – Instituto Federal de São Paulo, Caraguatatuba.

SILVA, N. T. et al. Consumo de alimentos ultraprocessados e fatores associados em crianças de seis anos de idade. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 28, n. 11, p. 3301-3310, nov. 2023.

SILVEIRA, G. C. et al. Antropologia do Consumo. Porto Alegre: SAGAH, 2021.

SOUZA, R. G. **Consumo infantil: a influência da mídia no desejo de compra das crianças.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade de Ciências Gerais de Manhuaçu, Manhuaçu.

TABORDA, L. D. S. The influence of technology in child development. **Uningá Review**, v. 34, n. 1, p. 40–48, 2019.

TORRES, C. I. O. et al. Práticas sustentáveis no contexto escolar: promovendo a Educação Ambiental. In: Congresso Nacional de Educação – CONEDU, 9., 2023. **Anais** [...]. João Pessoa: Editora CONEDU, 2023.

TRAJANO, N. C. M. **O combate ao consumismo infantil e a escola enquanto espaço de educação para a sustentabilidade.** 2018. Disponível em: <<http://repositorio.fucamp.com.br/jspui/handle/FUCAMP/104>>. Acesso em: 04 ago. 2024.

UYANIK, Ö.; INAL, G.; CALISANDEMIR, F.; CAN-YASAR, M.; KANDIR, A. New explorations with waste materials in early childhood education. **US-China Education Review A**, v. 1, p. 123–130, 2011.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. **A formação social da mente.** São Paulo: Martins Fontes, 1991.

YOUTUBE. **Políticas de anúncios em conteúdo infantil.** 2023. Disponível em: <<https://support.google.com/youtube/answer/9713557>>. Acesso em: 18 abr. 2025.

ZOCCOLI, C. V. **Avaliação do processo de ensino interdisciplinar na Educação Ambiental utilizando visitas guiadas em áreas verdes.** 2016. 153 f. Dissertação (Mestrado em Formação Científica, Educacional e Tecnológica) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016.