

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Rayanne Christine dos Santos Vargas

**Um estudo sobre o impacto da educação nos hábitos de
consumo de adolescentes de baixa renda.**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas, do
Departamento de Administração da PUC-Rio

Orientador: Prof. Marcus Wilcox Hemais

Rio de Janeiro

abril de 2024



Rayanne Christine dos Santos Vargas

**Um estudo sobre o impacto da educação nos hábitos de
consumo de adolescentes de baixa renda.**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Administração de Empresas da PUC-
Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo:

Prof. Marcus Wilcox Hemais
Orientador
PUC-Rio

Prof^a. Alessandra Baiocchi Antunes Correa
PUC-Rio

Prof. Ronan Torres Quintão
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)

Rio de Janeiro, 26 de abril de 2024

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial do trabalho, é proibida sem a autorização da universidade, da autora e do orientador.

Rayanne Christine dos Santos Vargas

Graduou-se em Direito na UERJ e em Pedagogia na Unigranrio.

Ficha Catalográfica

Vargas, Rayanne Christine dos Santos

Um estudo sobre o impacto da educação nos hábitos de consumo de adolescentes de baixa renda / Rayanne Christine dos Santos Vargas ; orientador: Marcus Wilcox Hemais. – 2024.

73 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) –Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2024.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Base da pirâmide. 3. Baixa renda. 4. Educação. 5. Relação de opressão. 6. Consciência de consumo. I. Hemais, Marcus Wilcox. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

À minha família, a que eu nasci e a que eu escolhi.

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, cuja presença guiou cada palavra escrita nesta dissertação. Sua graça foi a inspiração que impulsionou meu progresso acadêmico, capacitando-me a alcançar este marco. A Ele toda a honra e toda a glória.

Ao meu estimado orientador, Prof. Dr. Marcus Wilcox Hemais, expresso minha mais profunda gratidão. Sua orientação humana, experiente, paciência e apoio foram indispensáveis para o desenvolvimento desta dissertação. Sou imensamente grata por sua dedicação incansável e por compartilhar seu conhecimento e visão de forma generosa e inspiradora.

A meus pais, Amilton e Venância, minha irmã, Lorraine, meu noivo, Thiago, minha avó, Rudisse, meu tio, Moysés, e meu cunhado, Gabriel, que são meu porto seguro e fonte de amor incondicional, dedico minha mais sincera gratidão. Seu apoio inabalável, compreensão e encorajamento foram essenciais em todos os momentos deste percurso. Cada membro da minha família contribuiu de maneira única para o meu desenvolvimento pessoal e acadêmico, e por isso sou eternamente grata.

Aos meus amigos, que estiveram ao meu lado ao longo desta jornada, expresso minha profunda apreciação. Suas palavras de ânimo, apoio moral e momentos de descontração foram fundamentais para manter-me motivada e equilibrada durante os desafios enfrentados ao longo deste caminho. Sua amizade e companheirismo foram um verdadeiro presente, e por isso sou grata além das palavras.

Por fim, agradeço aos meus colegas de turma e aos professores, que contribuíram significativamente para o desenvolvimento desta dissertação. Seus insights e discussões foram inestimáveis para o aprimoramento das ideias apresentadas neste trabalho.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Vargas, Rayanne Christine dos Santos. Hemais, Marcus Wilcox. **Um estudo sobre o impacto da educação nos hábitos de consumo de adolescentes de baixa renda.** Rio de Janeiro, 2024. 73p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo analisa os efeitos da educação nos hábitos de consumo de adolescentes de baixa renda, com uma pesquisa qualitativa envolvendo 16 alunos. Utilizamos a teoria pedagógica sociointeracionista, abordando conceitos como zona de desenvolvimento proximal, mediação, linguagem, contexto social e cultural, e desenvolvimento progressivo. Estudamos obras de Paulo Freire, destacando a relação entre oprimido e opressor, diálogo, conscientização e contextualização cultural. Investigamos a conexão entre sociointeracionismo e a teoria pedagógica de Paulo Freire, seguida por reflexões sobre consumo na base da pirâmide, conforme a perspectiva de C.K. Prahalad. Focamos no consumidor dessa camada e no desenvolvimento econômico como meio de transformação social, explorando o papel da educação do consumidor e sua aplicação no ensino formal. A análise dos dados revela desafios na avaliação do consumo adolescente e o impacto da influência familiar, de grandes marcas e da escola em seus hábitos. Correlacionamos teorias com os dados, oferecendo uma visão ampla sobre educação, consumo e desenvolvimento social, concluindo com considerações sobre o engajamento dos estudantes, suas consequências na qualidade da educação, medidas escolares e o papel da escola na formação de cidadãos conscientes sobre a relação opressor-oprimido e o impacto da educação para um consumo consciente na base da pirâmide.

Palavras-chave

Base da pirâmide; baixa renda; educação; relação de opressão; consciência de consumo; adolescência.

Abstract

Vargas, Rayanne Christine dos Santos. Hemais, Marcus Wilcox (Advisor). **A study about the impact education on the consumption habits of low-income adolescents.** Rio de Janeiro, 2024. 73p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This study analyzes the effects of education on the consumption habits of low-income adolescents, with qualitative research involving 16 students. We use sociointeractionist pedagogical theory, addressing concepts such as zone of proximal development, mediation, language, social and cultural context, and progressive development. We studied works by Paulo Freire, highlighting the relationship between oppressed and oppressor, dialogue, awareness and cultural contextualization. We investigated the connection between sociointeractionism and Paulo Freire's pedagogical theory, followed by reflections on consumption at the base of the pyramid, according to C.K. Prahalad's perspective. We focus on consumers in this layer and on economic development as a means of social transformation, exploring the role of consumer education and its application in formal education. Data analysis reveals challenges in evaluating teenage consumption and the impact of family influence, big brands and school on their habits. We correlate theories with data, offering a broad view of education, consumption and social development, concluding with considerations on student engagement, its consequences on the quality of education, school measures and the role of school in forming citizens aware of the oppressive relationship - oppressed and the impact of education for conscious consumption at the base of the pyramid.

Keywords

Base of the pyramid; low income; education; relationship of oppression; consumer awareness; adolescence.

Sumário

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Introdução | 11 |
| 1.1 | Objetivo final | 14 |
| 1.2 | Relevância do estudo | 14 |
| 1.3 | Delimitação do estudo | 15 |
| 1.4 | Estrutura do trabalho | 16 |
| 2 | Referencial teórico | 17 |
| 2.1 | Sociointeracionismo de Vygotsky | 17 |
| 2.1.1 | Zona de Desenvolvimento Próximo (ZDP) | 18 |
| 2.1.2 | Mediação | 19 |
| 2.1.3 | Papel da linguagem | 20 |
| 2.1.4 | Importância do Contexto Social e Cultural | 20 |
| 2.1.5 | Desenvolvimento como processo progressivo, dialético e decorrente de experiências | 21 |
| 2.2 | Pedagogia do oprimido de Paulo Freire | 22 |
| 2.2.1 | Relação de opressão, educação como prática da liberdade e importância do contexto social | 22 |
| 2.2.2 | Diálogo, conscientização e temas geradores | 24 |
| 2.2.3 | Contextualização Cultural | 25 |
| 2.3 | Relações entre sociointeracionismo e a teoria pedagógica de Paulo Freire | 26 |
| 2.4 | O consumo na base da pirâmide | 28 |
| 2.4.1 | O consumidor de baixa renda e o desenvolvimento econômico como ferramenta de transformação social | 28 |
| 2.4.2 | A educação na base da pirâmide | 30 |
| 3 | Metodologia | 35 |
| 3.1 | Tipo de pesquisa | 35 |
| 3.2 | Perfil dos entrevistados | 36 |
| 3.3 | Procedimentos de coleta de dados | 38 |
| 3.4 | Procedimentos de análise dos dados | 39 |
| 3.5 | Limitações da metodologia adotada | 40 |
| 4 | Análise dos dados da pesquisa | 42 |
| 4.1 | Autonomia financeira de adolescentes de baixa renda | 42 |
| 4.2 | Influência da família e da escola nos hábitos de consumo de adolescentes de baixa renda | 43 |
| 4.3 | Casos de destaque sobre a influência da família nos hábitos de consumo | 44 |

| | |
|--|----|
| 4.4 A influência da educação na consciência sobre o consumo | 49 |
| 5 Discussão de resultados à luz das teorias de Vygotsky, Freire e Prahalad | 55 |
| 6 Considerações finais | 61 |
| 6.1 Limitações do estudo e recomendações práticas | 63 |
| 6.2 Sugestões para estudos futuros | 66 |
| 7 Referências Bibliográficas | 67 |
| 8 Anexo – roteiro de entrevistas | 71 |

“Acertar na educação é uma aspiração universal. As mães de todo o mundo, tanto pobres como ricas, aspiram que os seus filhos tenham uma boa educação. Os pobres querem escolha e estão dispostos a pagar por bons serviços.”

C. K. Prahalad

1

Introdução

O Brasil é um país que possui grande parte da sua população composta por consumidores de baixa renda. Em 2008, Chauvel e Mattos ensinaram que as famílias de classe C, D e E (de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil – CCEB) representavam três quartos da população brasileira e eram responsáveis por 42% do consumo no mercado nacional. Pesquisas mais recentes nos informam que 75% da população brasileira permanece nas classes C, D e E e passaram a representar 44% do potencial de consumo urbano do país (IPC MAPS, 2022). Também cabe destacar que uma pesquisa conduzida pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) em 2023 indicou que aproximadamente 78% dos brasileiros que possuem renda mensal de até cinco salários mínimos estão endividados.

Prahalad (2006), um dos acadêmicos que mais se destacou em discussões sobre a base da pirâmide (que contém os chamados de consumidores de baixa renda), entende que o desenvolvimento econômico de um país passa pelo estímulo ao consumo deste grupo. O autor nos ensina que os consumidores de baixa renda possuem um alto potencial econômico e social, mas que, para que haja a transformação social por meio do consumo na base da pirâmide, devem-se desenvolver, de forma respeitosa, modelos de negócios adequados para esta população e que atendam às suas necessidades, gerando uma redução na pobreza e um aumento do potencial econômico da nação.

Esse desenvolvimento para ocorrer de forma eficaz, segundo Prahalad (2006), necessariamente precisa passar pelo estímulo do empreendedorismo local e pelo acesso a tecnologias modernas e produtos de qualidade desenvolvidos para atender às necessidades da população de baixa renda. No mesmo sentido, Wright e Spers (2011) destacam o

potencial econômico que os consumidores de baixa renda possuem de gerarem riqueza e promoverem o bem-estar social se devidamente inseridos no mercado de consumo.

A respeito do consumo de baixa renda no Brasil, a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 do IBGE (2019) nos indica que as principais despesas das famílias de baixa renda são os gastos com alimentação, moradia e transporte. Entretanto, como destaca Barros (2007), o consumo relacionado à educação dos filhos, embora não seja o principal, também possui alto grau de importância na hierarquia do orçamento familiar.

Sobre a educação da população de baixa renda, dados do Sistema de Avaliação da Educação Básica (SAEB) do Ministério da Educação (MEC), compilados no Anuário Brasileiro da Educação Básica (TODOS PELA EDUCAÇÃO, 2021), indicam que apenas 58,8% dos alunos que pertencem aos 25% mais pobres do país concluem o ensino médio até os 19 anos, contra 92,6% entre os 25% mais ricos. Da mesma forma, a disparidade entre as taxas de aprendizagem adequadas de língua portuguesa e matemática são gritantes. Apenas 28,2% dos alunos mais pobres teriam os conhecimentos considerados adequados em língua portuguesa no encerramento do ensino médio, contra 57,6% entre os mais ricos. O quadro se repete em relação ao componente curricular de matemática. Entre os mais pobres, apenas 4,9% teriam adquirido os conhecimentos esperados, enquanto 19,2% dos mais ricos teriam alcançado as metas pedagógicas.

Assim, questionamos se a educação da população de baixa renda está sendo promovida de forma adequada. Percebemos que é necessário promover uma melhor educação, tanto formal quanto informal, a respeito de bons hábitos de consumo entre crianças e adolescentes, especialmente entre os de baixa renda, de forma a desenvolver habilidades e competências em relação à educação financeira e comportamento de consumo que permitam uma melhoria do quadro econômico brasileiro no futuro. Dentre os hábitos a serem desenvolvidos, podemos exemplificar: a

tomada de decisões de consumo consciente, a redução do desperdício, a busca por produtos mais sustentáveis, a reciclagem e a reutilização, a capacidade de poupar e investir e evitar compras por impulso.

Entretanto, para isso, é necessário que exista uma educação de qualidade, em ambientes que favoreçam o processo de ensino e aprendizagem e que promovam a emancipação dos estudantes. Dois educadores que trazem teorias pedagógicas alinhadas com este pensamento são Lev Vygotsky e Paulo Freire. Embora tenham diferenças conceituais, possuem pontos de convergência. Lev Vygotsky nos trouxe a teoria do sociointeracionismo, que determina como objetivo da educação permitir o desenvolvimento de forma que o aluno consiga pensar além da realidade em que ele está inserido (VYGOTSKY, 2003). O autor valoriza a consciência crítica e a reflexão sobre a realidade social em que o aluno está inserido através dos processos de interação com outras pessoas. Já Paulo Freire nos trouxe conceitos sobre as relações existentes entre opressores e oprimidos, entendendo a educação como um instrumento de libertação e transformação social, valorizando a conscientização a respeito da sua realidade social e o diálogo como formas de promover uma educação que gere uma emancipação do educando (FREIRE, 1987).

Em que pese a importância do tema do desenvolvimento de hábitos positivos de consumo entre crianças e adolescentes de baixa renda, há escasso conhecimento sobre o impacto da família e da educação formal no comportamento de consumo dos adolescentes de baixa renda, de forma que consigam lidar de maneira mais equilibrada com as opressões que sofrem pelas estruturas do mercado. Portanto, este trabalho visa trazer à luz esta questão sob a ótica do pensamento de Vygotsky, Freire e Prahalad, bem como apontar como a educação permite que os adolescentes de baixa renda consigam se libertar das relações de opressão impostas a eles pelo mercado.

1.1 Objetivo final

O objetivo final deste trabalho é analisar, a partir das teorias de Freire, Vygotsky e Prahalad, como a educação informal (familiar) e formal (escolar), à qual consumidores adolescentes de baixa renda estão expostos, permite-lhes romper com opressões causadas pelas estruturas de mercado.

Para alcançar tal objetivo, realizamos uma pesquisa qualitativa interpretativista, com coleta de dados por meio de 16 entrevistas em profundidade com adolescentes de baixa renda da Baixada Fluminense, todos alunos de uma mesma escola particular.

1.2 Relevância do estudo

O presente estudo possui relevância em duas frentes, a acadêmica e também a prática, mais especificamente para o contexto educacional escolar.

Sobre a relevância do ponto de vista acadêmico, já existem autores que tratam do tema do consumo entre os adolescentes de baixa renda (ISAKSEN; ROPER, 2008; HAMILTON, 2009; FISCHER; BÖHME, GEIGER, 2017; DE ARAUJO; ROCHA; CHAUVEL; SCHULZE, 2013), bem como sobre a educação dos consumidores deste grupo socioeconômico (GANS, 2016; GIROLAMI, 2014; SANTOS; RODRIGUES; NUNES, 2021; ROCHA; OLIVEIRA; TEIXEIRA, 2017; ROCHA, 2015; SANTOS, 2023). No entanto, são escassas as pesquisas que tratem especificamente sobre como a educação familiar e escolar podem influenciar o consumo de adolescentes de baixa renda, tal qual seu impacto direto nos hábitos de consumo. Além disso, tais pesquisas pouco falam sobre como essa educação pode permitir que se rompa com a relação de opressão existente entre os consumidores de baixa renda e as estruturas do mercado, discussão esta que o presente estudo espera explorar.

Em relação à relevância prática, especificamente no contexto escolar, a mesma se evidencia diante da aumentada população de baixa renda no país. Assim, o estudo dos hábitos de consumo dos adolescentes tem o potencial de fornecer informações importantes para promover mudanças nas políticas de educação que venham a impactar futuramente a economia do país. Esse impacto pode se dar tanto em relação a políticas públicas que possam vir a ser implementadas na seara educacional, quanto a práticas que as escolas possam individualmente vir a adotar, podendo embasar, por exemplo, alterações curriculares e mudanças nas propostas pedagógicas.

1.3 Delimitação do estudo

Fizemos algumas delimitações no estudo de forma a trazer clareza quanto ao objeto a ser pesquisado, especialmente em relação às bases teóricas adotadas e ao público a ser estudado.

Embora fosse possível adotar um público mais amplo, optamos por limitar o presente estudo aos adolescentes de baixa renda. Após, devido à facilidade de acesso aos entrevistados, delimitamos novamente esta pesquisa aos alunos de uma escola particular localizada na Baixada Fluminense.

Da mesma forma, embora existam diversas teorias pedagógicas que são adotadas pelas escolas brasileiras, escolhemos adotar a teoria sociointeracionista de Vygotsky e a teoria freireana como fundamentos teóricos. A escolha de Vygotsky se dá pela escola adotar em seu projeto político-pedagógico a teoria sociointeracionista. A escolha por Freire se dá por sua compatibilidade com a primeira teoria, bem como pela sua preocupação com a transformação social e com uma educação emancipadora. Além disso, ao analisar a importância do consumo associado aos consumidores de baixa renda, também optamos por considerar a teoria de Prahalad sobre a base da pirâmide, uma vez que o autor trata da relevância da população de baixa renda para o desenvolvimento socioeconômico.

1.4 Estrutura do trabalho

Além do capítulo introdutório, o presente trabalho possui mais seis partes em sua estrutura.

No segundo capítulo, traremos o referencial teórico, abordando as teorias pedagógicas de Vygostky e Paulo Freire, bem como a teoria do consumo na base da pirâmide de Prahalad.

Após, no terceiro capítulo, abordaremos a metodologia de pesquisa, abordando o método escolhido para o trabalho. Nesta etapa, também destacaremos a forma de condução da pesquisa, seus critérios e limitações.

No quarto capítulo, apresentaremos os resultados obtidos com a pesquisa, bem como realizaremos a análise das informações coletadas e faremos inferências sobre o que apuramos durante as entrevistas.

Em seguida, no quinto capítulo, os resultados obtidos serão analisados à luz das três teorias trazidas no referencial teórico.

No sexto capítulo, apresentamos as considerações finais, implicações práticas e sugestões para trabalhos futuros.

Por fim, são apresentadas as referências bibliográficas utilizadas para embasar este trabalho.

2

Referencial teórico

O presente capítulo apresenta o referencial teórico da pesquisa aqui desenvolvida e será dividido em quatro partes. Na primeira parte deste capítulo, trataremos dos conceitos básicos da teoria do sociointeracionismo, destacando a influência de Lev Vygostky para a formação desta corrente de pensamento, explicitando os conceitos de zona de desenvolvimento proximal, mediação, do papel da linguagem, da importância do contexto social e cultural e do desenvolvimento como processo progressivo, dialético e decorrente de experiências. Na segunda parte, traremos reflexões sobre a pedagogia do oprimido de Paulo Freire, ressaltando a relação de opressão, a educação como prática da liberdade, a importância do contexto social, bem como os conceitos de diálogo, conscientização, temas geradores e a importância da contextualização cultural. Em seguida, trataremos das relações entre sociointeracionismo e a teoria pedagógica de Paulo Freire. Na quarta e última parte, faremos apontamentos sobre o consumo na base da pirâmide sob a ótica de C.K. Prahalad, refletindo sobre o consumidor de baixa renda e o desenvolvimento econômico como ferramenta de transformação social, bem como sobre o papel da educação do consumidor de baixa renda e a aplicabilidade deste conceito para a educação básica no Brasil, acrescentando comentários acerca da Base Nacional Comum Curricular.

2.1

Sociointeracionismo de Vygotsky

A teoria do sociointeracionismo não é atribuída a um único pesquisador, no entanto tem como a sua maior influência Lev Semionovich Vygotsky. Vygotsky foi um psicólogo e educador bielorusso que viveu no

início do século XX, e sua teoria teve um impacto profundo na educação e na psicologia do desenvolvimento (DANIELS, COLE, WERTSCH, 2007).

Destacamos que Vygotsky não utilizou explicitamente o termo “teoria sociocultural” ou “sociointeracionismo” em seus escritos. O nome foi cunhado posteriormente por acadêmicos para descrever a abordagem teórica criada por Vygotsky, como forma de resumir e descrever a ênfase na importância das interações sociais e do contexto cultural no desenvolvimento cognitivo e na aprendizagem (MESHCHERYAKOV, 2007).

A teoria do sociointeracionismo é uma abordagem no campo da psicologia e da educação que enfatiza a influência das interações sociais e do contexto cultural no desenvolvimento cognitivo e na aprendizagem das pessoas. Essa teoria destaca que a interação com outras pessoas e a participação em atividades culturais desempenham um papel fundamental na formação do pensamento e no desenvolvimento de habilidades cognitivas (VYGOTSKY, 2003).

Esta teoria também define o objetivo da educação, que é permitir o desenvolvimento de um ser pensante e que consiga raciocinar além do contexto em que está inserido:

Em primeiro lugar, o fato de que a meta da educação não é a adaptação ao ambiente já existente, que pode ser efetuada pela própria vida, mas a criação de um ser humano que olhe para além de seu meio (Vygotsky, 2003, p. 77)

Os principais conceitos trazidos por Vygotsky que conjuntamente definem o sociointeracionismo são:

2.1.1 Zona de Desenvolvimento Próximo (ZDP)

Este é um conceito central na teoria de Vygotsky. A ZDP refere-se à distância entre o nível de desenvolvimento atual de uma pessoa e o nível de desenvolvimento potencial que ela pode atingir com a ajuda de um mediador mais experiente, seja ele um adulto ou outra criança que já tenha desenvolvido tal habilidade. Em outras palavras, é a diferença entre o que

uma pessoa pode fazer sozinha e o que pode fazer com o apoio e a orientação de um adulto ou colega mais habilidoso:

É a distância entre o nível de desenvolvimento real, determinado pela resolução independente de problemas, e o nível de desenvolvimento potencial, determinado através da resolução de problemas sob a orientação de um adulto ou em colaboração com pares mais capazes (Vygotsky, 1978, p. 86, tradução nossa).

A teoria da ZDP permite que avaliemos habilidades já maturadas ou em processo de maturação:

A zona de desenvolvimento proximal define aquelas funções que ainda não amadureceram, mas estão em processo de maturação, funções que amadurecerão amanhã, mas que estão atualmente em estado embrionário (Vygotsky, 1978, p. 86, tradução nossa).

Assim, em contraponto à ZDP existiria a zona de desenvolvimento autossuficiente, na qual a criança consegue desenvolver competências e habilidades sem auxílio.

O conhecimento da zona de desenvolvimento proximal e da zona de desenvolvimento autossuficiente permite que o educador constate qual é o nível de desenvolvimento educacional atual da criança, bem como prever as suas próximas dinâmicas de maturação de habilidades e conhecimentos (Vygotsky, 1978, p. 87).

2.1.2 Mediação

Vygotsky (2012) explora a relação entre linguagem, pensamento e desenvolvimento cognitivo. O autor destaca como a linguagem e as outras formas de mediação cultural, como símbolos e instrumentos, desempenham um papel crucial no processo de aprendizagem e desenvolvimento das funções psicológicas avançadas. Também argumenta que a utilização dessas ferramentas culturais permite que os indivíduos compreendam e manipulem conceitos de uma maneira mais sofisticada, o que, por sua vez, promove o desenvolvimento cognitivo. Portanto, a mediação cultural é vista como um fator-chave na facilitação da aprendizagem e no desenvolvimento das habilidades mentais superiores:

De acordo com Vygotsky, as funções mentais superiores humanas devem ser vistas como produtos de atividade mediada. O papel do mediador é desempenhado por ferramentas psicológicas e meios de comunicação interpessoal (Vygotsky, 2012, p. 36, tradução nossa).

Vygotsky (2003) também destaca o papel do professor, que é relevante como agente mediador.

2.1.3 Papel da linguagem

A linguagem é vista como uma ferramenta poderosa na construção do pensamento e do conhecimento, atuando também como ferramenta psicológica.

A linguagem e a fala ocupam um lugar especial no sistema psicológico de Vygotsky porque desempenham um papel duplo. Por um lado, são uma ferramenta psicológica que ajuda a formar outras funções mentais; por outro lado, são uma dessas funções, o que significa que também passam por um desenvolvimento cultural. (Vygotsky, 2012, p. 46, tradução nossa)

Vygotsky (2012) acreditava que a linguagem não era apenas um meio de comunicação (“speech”), mas também um instrumento de pensamento (“thought”). Ela permite que as pessoas internalizem conceitos e ideias, o que, por sua vez, influenciam o seu pensamento e comportamento. O autor diferenciava fala de pensamento, que teriam origens diferentes, porém com o desenvolvimento da criança acabariam se mesclando e se tornando uma função natural em uma função mental de alta complexidade:

Como foi mencionado anteriormente, o conceito inicial de função mental superior de Vygotsky focava na transformação de funções naturais em funções culturais sob a influência de ferramentas psicológicas. (Vygotsky, 2012, p. 47, tradução nossa).

2.1.4 Importância do Contexto Social e Cultural

Vygotsky (2003) enfatiza que o ambiente social e cultural desempenha um papel crucial no desenvolvimento cognitivo e no aprendizado, sendo a “*alavanca do processo educativo*” (Vygotsky, 2003, p. 76). A cultura fornece os símbolos, as práticas e os sistemas de significado que moldam a maneira como as pessoas entendem o mundo.

Portanto, a aprendizagem é vista como um processo social que ocorre em contextos específicos e culturalmente definidos:

...esse novo sistema de reações é totalmente determinado pela estrutura do ambiente no qual o organismo cresce e se desenvolve. Por esse motivo, toda educação tem inevitavelmente caráter social (Vygotsky, 2003, p. 74).

Vygotsky também destaca que os reflexos de um aluno ao ser exposto a determinados estímulos se alteram, a depender das características do meio social em que ele está inserido:

a experiência do aluno, a formação de reflexos condicionados, está determinada pelo meio social. Basta modificar esse meio para que o comportamento do ser humano também mude (Vygotsky, 2003, p. 76).

O autor também aponta que a influência do meio pode ser positiva ou negativa, podendo trazer influências nocivas (Vygotsky, 2003, p. 78). Como exemplo, uma criança que é criada num meio social em que está exposta à criminalidade poderá ser influenciada por este contexto.

2.1.5 Desenvolvimento como processo progressivo, dialético e decorrente de experiências

Vygotsky via o desenvolvimento como um processo dialético, o que significa que envolve contradições e conflitos, ao passo que pode haver reações conflituosas diante de um estímulo (Vygotsky, 2003, p. 68). Ele argumentava que o desenvolvimento não é um processo linear, mas sim uma interação complexa entre fatores biológicos, sociais e culturais, e que a aprendizagem não pode ser reduzida a um processo simples de estímulo e resposta (Vygotsky, 2003, p. 82).

Além disso, é necessário que o aluno tenha experiências pessoais no seu processo de ensino e aprendizagem, uma vez que é por meio de experiências pessoais, e não de relatos de terceiros, que o desenvolvimento ocorre:

Já vimos que o único educador capaz de formas novas reações no organismo é a própria experiência. Para o organismo, só é real o vínculo que ocorreu em sua experiência pessoal. Por isso, a experiência pessoal do educando transforma-se na principal base do trabalho pedagógico (Vygotsky, 2003, p. 74).

Esses elementos fundamentais da teoria do sociointeracionismo de Vygotsky destacam a importância das interações sociais e do contexto cultural na formação do pensamento, na aprendizagem e no desenvolvimento humano.

“A educação é realizada através da própria experiência do aluno, que é totalmente determinada pelo ambiente; a função do professor se reduz à organização e à regulação de tal ambiente.”
(Vygotsky, L.S, 2003. p. 77)

Essa teoria tem implicações significativas para a educação, enfatizando a importância de ambientes de aprendizagem colaborativos e culturalmente sensíveis. E neste ponto podemos relacionar a teoria sociointeracionista com a pedagogia do oprimido de Paulo Freire, como veremos em seguida.

2.2 Pedagogia do oprimido de Paulo Freire

A teoria pedagógica de Paulo Freire, conhecida como Pedagogia do Oprimido, é uma abordagem revolucionária que se concentra na educação como instrumento de libertação e transformação social (Sousa; Pereira, 2020). Ela foi desenvolvida no contexto da educação popular no Brasil durante os anos 1960 e 1970. Os principais aspectos dessa teoria serão, então, analisados a seguir:

2.2.1 Relação de opressão, educação como prática da liberdade e importância do contexto social

A pedagogia de Paulo Freire emerge em um contexto de desigualdades socioeconômicas e políticas no Brasil, marcado por altos níveis de analfabetismo e opressão. Freire acreditava que a educação poderia ser uma ferramenta fundamental para a emancipação dos marginalizados e oprimidos, que seriam as pessoas que estão em situação de vulnerabilidade em relação aos opressores:

...Na medida em que deixam em cada homem a sombra da opressão que o esmaga. Expulsar esta sombra pela conscientização é uma das fundamentais tarefas de uma

educação realmente liberadora e por isto respeitadora do homem como pessoa (FREIRE, 1997, p. 37).

A dicotomia entre oprimido e opressor se consubstancia na relação de poder desigual entre aqueles que detêm o poder (opressores ou privilegiados) e os que são marginalizados (oprimidos), que têm como uma de suas bases a prescrição, que é a imposição forçada da consciência opressora ao oprimido:

Um dos elementos básicos na mediação opressores-oprimidos é a prescrição. Toda prescrição é a imposição da opção de uma consciência a outra. Daí, o sentido alienador das prescrições que transformam a consciência recebedora no que vimos chamando de consciência “hospedeira” da consciência opressora. Por isto, o comportamento dos oprimidos é um comportamento prescrito. Faz-se à base de pautas estranhas a eles – as pautas dos opressores (FREIRE, P. 1987, p. 18).

O oprimido se tornaria dependente, tanto econômica quanto emocionalmente, do opressor, e o único caminho para sua libertação seria por meio da reflexão e da ação, que seriam impulsionadas por uma educação crítica (FREIRE, 1987).

Freire (1987) via a educação como o caminho para a emancipação e a quebra da relação de opressão, sendo a educação um ato de liberdade, por meio da qual os indivíduos são capacitados a participar plenamente na sociedade, questionar as estruturas opressivas e contribuir para a transformação social, sendo necessária a realização de um diálogo crítico e libertador: *“o diálogo crítico e libertador, por isto mesmo que supõe a ação, tem de ser feito com os oprimidos, qualquer que seja o grau em que esteja a luta por sua libertação”* (FREIRE, 1987, p. 29).

Porém, se a educação for utilizada de forma a reforçar a consciência opressora, poderia ser um instrumento de opressão. Para isso, o intelectual traz o conceito de educação bancária, que seria a abordagem tradicional do ensino, tratando os alunos como “receptáculos” de informações, sem papel ativo no processo de ensino e aprendizagem (FREIRE, 1987, p. 35).

O objetivo final de Freire não é apenas inverter a relação de opressor e oprimido, mas superar essa dicotomia em direção a uma sociedade mais justa e igualitária, e reconhecendo que a libertação apenas ocorre de forma coletiva (FREIRE, 1987, p. 30). O autor busca a construção de uma cultura

de diálogo, respeito mútuo e solidariedade, com a libertação e a emancipação dos indivíduos oprimidos e de suas comunidades. Isso envolve capacitar as pessoas a se tornarem agentes ativos de mudança em suas próprias vidas e na sociedade como um todo, permitindo que venham a superar a situação de opressão à qual estão submetidas:

Daí, a necessidade que se impõe de superar a situação opressora. Isto implica no reconhecimento crítico, na “razão” desta situação, para que, através de uma ação transformadora que incida sobre ela, se instaure uma outra, que possibilite aquela busca do ser mais (FREIRE, 1987, p. 18).

2.2.2 Diálogo, conscientização e temas geradores

A pedagogia freireana é centrada no diálogo entre educador e educando, dando importância ao poder da palavra. Freire acreditava na importância de um processo educacional interativo e participativo, no qual ambos os envolvidos aprendem juntos, assumindo simultaneamente ambas as posições (FREIRE, 1987). O autor também enfatizava o conceito de "conscientização", que envolve a tomada de consciência crítica da realidade social e a busca pela transformação.

Somente o diálogo, que implica num pensar crítico, é capaz, também, de gerá-la. Sem ele, não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação. A que, operando a superação da contradição educador-educandos, se instaura como situação gnosiológica, em que os sujeitos incidem seu ato cognoscente sobre o objeto cognoscível que os mediatiza (FREIRE, 1987, p. 47).

Inclusive, a própria alfabetização proposta por Freire envolveria a análise crítica da realidade, pois não se trataria apenas de ensinar a ler ou escrever de forma mecânica, mas sim da estimulação a relacionar criticamente o aprendizado às experiências de vida:

Eis aí um princípio essencial: a alfabetização e a conscientização jamais se separam. Princípio que, de nenhum modo, necessita limitar-se à alfabetização, pois tem vigência para todo e qualquer tipo de aprendizado. A alfabetização merece destaque por ser o campo inicial do trabalho do autor, onde se encontra a maior parte das experiências, além de que é um tema da maior relevância social e política no Brasil, como em muitos outros países do Terceiro Mundo. O aprendizado das técnicas de ler e escrever ou o das técnicas de manejar o arado ou usar fertilizantes (bem como o aprendizado das idéias de um programa de ação), — enfim ,todo aprendizado deve encontrar-

se intimamente associado à tomada de consciência da situação real vivida pelo educando (FREIRE, 1967, p. 12).

A aprendizagem é organizada em torno de "temas geradores", que são temas relevantes e significativos para a vida dos estudantes e que devem compor o conteúdo programático da educação: *“É na realidade mediatizadora, na consciência que dela tenhamos educadores e povo, que iremos buscar o conteúdo programático da educação.”* (FREIRE, 1987, p. 50). Esses temas são escolhidos de forma dialógica e colaborativa entre educador e educandos e servem como ponto de partida para a discussão e reflexão:

“Numa visão libertadora, não mais “bancária” da educação, o seu conteúdo programático já não involucra finalidades a serem impostas ao povo, mas, pelo contrário, porque parte e nasce dele, em diálogo com os educadores, reflete seus anseios e esperanças. Daí a investigação da temática como ponto de partida do processo educativo, como ponto de partida de sua dialogicidade.” (FREIRE, P. 1987, p. 59)

Freire também traz o conceito de "práxis", que envolve a integração entre teoria e prática, sendo uma ferramenta de empoderamento que capacita os indivíduos a se tornarem agentes ativos de mudança em suas próprias vidas e na sociedade. Ela busca a libertação dos oprimidos e a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. O autor acreditava que a educação deveria ser uma forma de ação reflexiva, por meio da qual os alunos aplicam o conhecimento adquirido para transformar sua realidade oprimida (FREIRE, 1987).

2.2.3 Contextualização Cultural

Freire valorizava a cultura e a experiência dos alunos como pontos de partida para o processo educacional. O autor defendia a importância de reconhecer e valorizar a diversidade cultural e as diferentes formas de conhecimento, o que é percebido por meio da escolha do conteúdo programático por meio de uma composição de temas geradores entre educadores e educandos, de forma que os assuntos trabalhados se relacionem à realidade dos alunos (FREIRE, 1987).

Em resumo, a Pedagogia do Oprimido de Paulo Freire propõe uma abordagem participativa e crítica à educação, visando a libertação e a transformação social. Ela enfatiza o diálogo, a conscientização, a contextualização cultural e a ação reflexiva como elementos essenciais para o processo educacional. Freire acreditava que a educação pode ser uma poderosa ferramenta para a emancipação e a justiça social.

2.3

Relações entre sociointeracionismo e a teoria pedagógica de Paulo Freire

A teoria pedagógica de Paulo Freire e a teoria sociointeracionista de Lev Vygotsky possuem focos distintos, mas compartilham significativas semelhanças e complementam-se em diversos aspectos, o que já foi objeto de significativas pesquisas (MARQUES E MARQUES, 2006; CABRAL, RIBEIRO, DA SILVA E BONFIM, 2015; RIBAS, 2021).

Em primeiro lugar, ambas as teorias destacam a importância da interação social no processo de aprendizagem. Tanto Freire quanto Vygotsky enfatizam que a aprendizagem ocorre por meio da interação com os outros, seja por meio do diálogo no caso de Freire, ou por meio da interação com um parceiro mais experiente na teoria de Vygotsky (mediação).

Além disso, tanto Freire quanto Vygotsky valorizam a consciência crítica e a reflexão sobre a realidade social. Freire trata da relação entre opressores e oprimidos, e a necessidade da conscientização da relação de opressão (tomada de consciência crítica da sociedade) para que seja possível buscar a transformação por meio da educação como prática libertadora. Vygotsky também enfatiza a importância da reflexão e do pensamento crítico na aprendizagem, bem como reconhece o impacto do meio no comportamento e nas reações das crianças.

Outro ponto de conexão se dá na valorização da cultura e da experiência dos aprendizes como pontos de partida para o processo educacional. Os autores acreditavam que a educação deve ser

contextualizada, ou seja, relacionada à vida e às experiências dos estudantes.

Mais um ponto de convergência entre Freire e Vygotsky está no objetivo de promover a humanização e a emancipação das pessoas. Freire busca a libertação dos oprimidos por meio da educação crítica e transformadora. Vygotsky também acredita que a aprendizagem é um processo que leva ao desenvolvimento humano e à realização do potencial pleno de um indivíduo.

E mais, os teóricos reconhecem a importância fundamental da linguagem no processo educacional. Para Vygotsky, a linguagem é a ferramenta primária para a interação social e a internalização do conhecimento. Para Freire, o diálogo e a linguagem são fundamentais para a conscientização e a reflexão crítica.

Em resumo, a teoria pedagógica de Paulo Freire e a teoria sociointeracionista de Lev Vygotsky convergem em diversos aspectos, especialmente na valorização da interação social, da reflexão crítica e da contextualização cultural no processo educacional. Ambas as teorias oferecem perspectivas importantes sobre como a educação pode ser uma força de transformação e emancipação para os indivíduos e para a sociedade como um todo.

Desta feita, a proposta pedagógica da escola objeto de análise declara a sua filiação à teoria sociointeracionista. Embora as teorias tratadas anteriormente tenham focos distintos, a epistemologia de Vygotsky e de Paulo Freire se relacionam ao passo que valorizam a interação social, que os conhecimentos sofrem influência do meio cultural em que o aluno está inserido, entendem que o professor possui papel de mediador/papel dialógico, entendem que a educação é a ferramenta de transformação social.

2.4

O consumo na base da pirâmide

O estudo do consumo na base da pirâmide (BDP) diz respeito à análise de padrões e comportamento de consumo da população de renda mais baixa da sociedade. Este tema surgiu em marketing a partir dos estudos de C. K. Prahalad e, no Brasil, teve especial atenção da academia local a partir dos anos 2000 (CHAUVEL, MATTOS, 2008; BARROS; ROCHA; SILVA, 2009), quando houve um movimento vertical positivo de indivíduos melhorando as suas condições de vida.

O presente item discute, então, o consumo na BDP, sendo dividido em dois subitens. O primeiro versa sobre o desenvolvimento econômico como uma ferramenta de transformação social na base da pirâmide e o segundo debate. Por sua vez, o segundo traz reflexões acerca da educação da população de baixa renda.

2.4.1

O consumidor de baixa renda e o desenvolvimento econômico como ferramenta de transformação social

Inicialmente, cabe destacar que a chamada base da pirâmide foi caracterizada como sendo constituída por uma grande parte da população mundial, estimada em aproximadamente quatro bilhões de pessoas (PRAHALAD; HART, 1999), que viveriam com menos de U\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos dólares) anuais. Assim, percebe-se que grande parte do mercado global é composto por consumidores de baixa renda, e esses processos de consumo possuem especificidades que são notáveis. Cabe destacar que esta classificação diz respeito ao ano de 1999, sendo a classificação utilizada quando surgiu essa discussão no campo do marketing. Em relação ao Brasil, Chauvel e Mattos (2008) indicam que a fatia de população de baixa renda englobaria três quartos dos brasileiros.

Prahalad destaca que os consumidores da BDP desejam ser respeitados e tratados de forma digna, evitando um olhar paternalista sobre eles, pois se consideram tão importantes para a sociedade quanto qualquer outro indivíduo (PRAHALAD, 2006). Segundo o autor, esses consumidores

são vitais para a sociedade devido ao potencial econômico e social que representam. Wright e Spers (2011) também ressaltam que os consumidores da BDP têm o potencial de, uma vez devidamente incluídos no mercado consumidor, gerarem riqueza e bem-estar social.

Prahalad também destaca que, ao atender as necessidades desse público, empresas podem gerar empregos locais, promover inclusão financeira e melhorar a qualidade de vida desses indivíduos. De acordo com o autor, essa abordagem não apenas impulsiona o desenvolvimento sustentável, mas também cria mercados robustos e resilientes. Ao reconhecer o poder de compra e as aspirações dessa população, as empresas podem contribuir para a redução da pobreza, construindo ecossistemas econômicos mais equitativos e fortalecendo as comunidades. A inclusão dos consumidores de baixa renda é, portanto, fundamental para um progresso social duradouro (PRAHALAD, 2006).

Para Prahalad, existe uma necessidade da criação de uma relação de confiança entre o consumidor da BDP e as grandes empresas. Tradicionalmente, essa relação foi de desconfiança, porém algumas grandes empresas souberam estabelecer essa credibilidade e ter livre entrada nos mercados da BDP, como, por exemplo, as Casas Bahia no Brasil, ao fornecer crédito para que seus consumidores conseguissem acessar produtos mais sofisticados (PRAHALAD, 2006).

Outro ponto relevante da obra de Prahalad diz respeito ao desenvolvimento como ferramenta de transformação social. Segundo o autor, o crescimento econômico eficazmente direcionado pode servir como catalisador para a inclusão social e a redução da desigualdade:

O desenvolvimento de mercados e de modelos de negócios eficazes na BP pode transformar a tarefa de alívio da pobreza de uma tarefa de luta constante por meio de subsídios e ajuda ao empreendedorismo e à geração de riqueza. Quando os pobres na BP são tratados como consumidores, podem colher os benefícios do respeito, da escolha e da auto-estima e ter a oportunidade de sair da armadilha da pobreza. (PRAHALAD, 2006, p. 99, tradução nossa).

O autor enfatiza a importância de envolver os consumidores da BDP no processo de desenvolvimento. Ao criar oportunidades de negócios que

atendem às necessidades dessas comunidades e produtos adequados às suas necessidades, não apenas se estimula o empreendedorismo local, mas também se promove a criação de empregos e o acesso a bens e serviços essenciais, aumentando a qualidade de vida destes consumidores:

Para o consumidor da BP, ter acesso à tecnologia moderna e a bons produtos concebidos tendo em conta as suas necessidades permite-lhes dar um grande passo na melhoria da sua qualidade de vida (PRAHALAD, 2006, p.106, tradução nossa).

Prahalad também destaca que um ponto crucial da transformação social diz respeito ao número de pessoas da BDP que passam a poder aspirar um estilo de vida mais afluyente. O autor reforça tal argumento ao relatar que casos de consumidores da BDP que melhoraram suas condições de vida serviram como inspiração, evidências de novas oportunidades e verdadeiros sinais de mudança que permitam que outros consumidores da BDP possam ter expectativas reais de sucesso e melhoria na sua qualidade de vida (PRAHALAD, 2006).

Desta feita, percebemos a importância de um tipo de serviço, entre outros, para que seja possível essa mudança de cenário entre a população de baixa renda: os serviços educacionais.

2.4.2

A educação na base da pirâmide

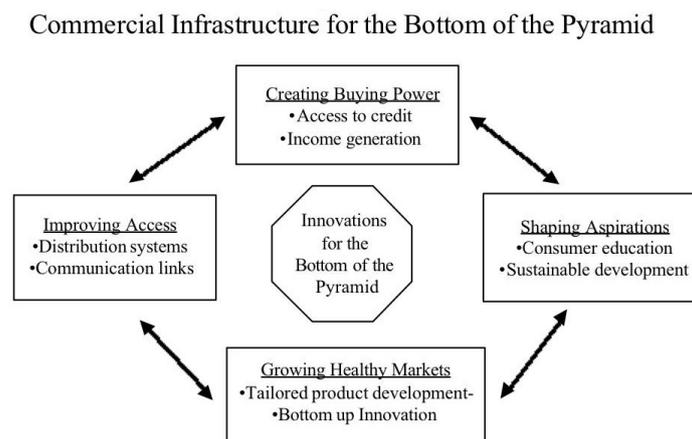
C.K. Prahalad e Stuart Hart (1999) destacaram a importância da educação do consumidor na infraestrutura comercial para a base da pirâmide econômica. Em sua abordagem, enfatizaram que o desenvolvimento sustentável da BDP não é apenas sobre oferecer produtos acessíveis, mas também capacitar os consumidores por meio da educação, condição essencial para tal desenvolvimento. A educação do consumidor é um pilar fundamental para aumentar a eficácia das transações comerciais e promover a autonomia nas comunidades da BDP. Prahalad e Hart argumentaram que, ao investir em programas educacionais, as empresas podem construir um mercado mais informado e engajado. Isso não apenas beneficia os consumidores, mas também

impulsiona a viabilidade e longevidade dos negócios nas regiões de baixa renda. Então, o acesso dos consumidores da BDP à educação é fundamental para que as aspirações a uma melhoria na qualidade de vida possam ser formadas, fazendo parte da infraestrutura comercial necessária para se alcançar inovações para a população de baixa renda (PRAHALAD; HART, 1999).

Inclusive, em pesquisa feita por Barros (2007) à respeito do consumo na BDP junto a um grupo de empregadas domésticas. ficou demonstrado que os gastos com saúde e educação dos filhos são vistos como prioritários.

Prahalad e Hart (1999) afirmam que a educação para o consumo é essencial para criar a infraestrutura comercial da BDP, uma vez que permite que os consumidores tenham orientação suficiente para formar uma gama de aspirações realistas e ter conhecimento sobre produtos e serviços a eles oferecidos. Conforme a Figura 1 ilustra, a educação do consumidor, juntamente do desenvolvimento sustentável, compõe os dois aspectos necessários para formação das aspirações dos consumidores de baixa renda.

Figura 1: infraestrutura comercial para a base da pirâmide



Fonte: PRAHALAD, C.K., HART, S.L. **Strategies for the bottom of the pyramid: creating sustainable development.** *Ann Arbor, 1001*, p.48109. 1999

Os autores citam como exemplo de educação para o consumo o caso brasileiro de sucesso a Avon, uma vez que promove a educação das suas consultoras para que possam vir a melhor atender os clientes da BDP com informações relevantes sobre saúde e beleza feminina (PRAHALAD; HART, 1999). Uma vez que as consultoras, que geralmente pertencem à mesma classe social dos consumidores, possuem informações precisas a respeito dos produtos, estas conseguem transmitir os dados de forma adequada para que os consumidores possam tomar decisões informadas e conscientes.

Especificamente em relação à educação formal para indivíduos da BDP, Prahalad destaca que as pessoas da BDP estão dispostas a pagar por uma boa educação:

Acertar na educação é uma aspiração universal. As mães de todo o mundo, tanto pobres como ricas, aspiram que os seus filhos tenham uma boa educação. Os pobres querem escola e estão dispostos a pagar por bons serviços (IFC Press Release, New Ideas in Business Can Lead to Faster Innovations in Development, October 4th 2006, tradução nossa).

Nakandakare e Spers (2013) relatam que os gastos com educação nas classes C, D e E, embora ainda não sejam altos, estão sendo cada vez mais valorizados. Cabe destacar ainda que significativos estudos já indicaram que o grau de instrução formal está diretamente relacionado ao aumento da renda (ZIMMER, 2011; BARBOSA FILHO E PESSÔA, 2008). Ainda segundo Nakandakare e Spers (2013), ao analisar pesquisa feita pelo IPEA em 2011, o gasto público com educação teria um relevante impacto no aumento do PIB:

Por meio de simulações, constatou-se que, no que tange ao multiplicador do Produto Interno Bruto (PIB), a educação é o gasto público social que mais contribui para o crescimento do PIB. Tudo o mais constante, a cada R\$ 1,00 gasto com educação pública é gerado R\$ 1,85 em PIB e R\$ 1,67 em renda. Isso ocorre devido ao processo de multiplicação de renda que a educação propicia, movimentando a economia (Nakandakare, L.T.; Spers, R.G, 2013, p.5)

É interessante notar que a ideia trazida por Prahalad (2006) do consumo como ferramenta de transformação social e inclusão se relaciona com as conclusões das autoras a respeito da motivação para que pessoas da BDP avançassem nos estudos, que seria a aspiração de alcançar

melhores condições de vida: “É importante também ressaltar que a motivação advém da vontade de incrementar a renda e/ou melhorar de emprego e, conseqüentemente, de vida” (Nakandakare, L.T.; Spers, R.G, 2013, p.10)

Cabe destacar ainda a Teoria do Capital Humano, trazida por Schultz (1973), relaciona a educação à empregabilidade, cujos adeptos afirmam que a "qualificação por meio da educação formal pode resultar em mobilidade social e ganhos salariais" uma vez que levaria a um aumento de produtividade dos trabalhadores (ZIMMER, 2011, p.17).

Ressaltamos ainda a existência de estudos acerca da necessidade de adaptação da proposta educacional para melhor se adequar aos interesses dos consumidores da BDP. Stanfield (2012) ensina que o processo de desenvolvimento educacional de países em desenvolvimento não precisa necessariamente ser o mesmo dos países desenvolvidos. Além de destacar a importância da presença dos pais e responsáveis nesse processo de compreensão das necessidades educacionais das crianças da BDP, o autor entende que:

A tarefa que os profissionais da educação enfrentam agora é aplicar o mesmo nível de inovação, desenvolvimento do ecossistema e foco na acessibilidade para educação que anteriormente era aplicada às telecomunicações (STANFIELD, 2012, p. 9, tradução nossa).

É pertinente mencionar um estudo realizado na Costa do Marfim, por Jasinska e Guei (2022), que, dentre outros exemplos, relatou os impactos positivos na educação de crianças da BDP por meio de um programa chamado *bridging program* (tradução nossa: programa da ponte). O programa trata da criação de cursos de aprendizagem rápida voltado para menores de 9 a 14 anos que não possuem as competências educacionais mínimas esperadas para a sua idade. Seria semelhante a uma Educação de Jovens e Adultos (anteriormente chamado de ensino supletivo), porém voltado para crianças e que, após a realização dos cursos, seriam reintegrados à classe adequada para a sua idade e completariam a escolaridade básica na turma regular. Percebemos que adaptações, como

a citada anteriormente, podem ser benéfica para o processo de ensino e aprendizagem dos alunos da BDP.

No mesmo sentido, Tooley (2007) critica a falta de inovação e adaptação curricular de escolas particulares voltadas para o público da BDP, especialmente no que toca ao empreendedorismo:

Escolas particulares para os pobres em geral costumam seguir métodos de aprendizagem mecânica tradicionais nos países em desenvolvimento, e também os currículos governamentais, repletos de assuntos que talvez não sejam relevantes para as crianças pobres e omitindo áreas que podem ser valiosos, como a educação empresarial (TOOLEY, J, 2007, p.4, tradução nossa).

Assim, percebemos que a educação formal e as melhorias nas condições de vida estão intrinsecamente ligadas, e o investimento em educação para os consumidores da BDP pode gerar um ciclo virtuoso de desenvolvimento, permitindo a capacitação econômica de pessoas da BDP que se tornarão empoderadas para romper as barreiras sociais e alcançar suas aspirações. Para isso, é necessário adequar as estratégias pedagógicas às necessidades e possibilidades dos alunos que pertencem à BDP.

3 Metodologia

No presente capítulo, exploraremos a estrutura investigativa que baliza este trabalho. Examinaremos a escolha e justificativa dos métodos empregados, considerando sua pertinência para os objetivos específicos do estudo. Além disso, detalharemos a abordagem qualitativa adotada para a coleta e análise de dados.

3.1 Tipo de pesquisa

Escolhemos para o presente trabalho o método qualitativo interpretativista. A escolha da abordagem qualitativa se fundamenta na necessidade de compreender holisticamente o entrevistado, permitindo uma análise profunda de suas experiências e percepções. Este método revela nuances subjetivas e que poderiam passar despercebidas numa pesquisa quantitativa. A riqueza de dados qualitativos possibilita uma compreensão mais abrangente dos valores, motivações e desafios enfrentados por esse grupo, essenciais para informar estratégias eficazes de intervenção e desenvolvimento, pois, “a abordagem qualitativa entende que a realidade é subjetiva e múltipla, que ela é construída de modo diferente por cada pessoa” (CHUEKE; LIMA, 2012, p. 3).

Ao adotar uma abordagem qualitativa, buscamos capturar a complexidade das experiências dos adolescentes de baixa renda, enriquecendo a pesquisa com uma visão mais completa e contextualizada. Também destacamos que esta abordagem já foi utilizada em outras pesquisas sobre consumidores de baixa renda, de forma a reforçar a escolha feita aqui (BARROS, 2006; MATTOSO, ROCHA, 2005; PINTO, 2013; LODI; HEMAIS, 2019; CUNHA; HEMAIS, 2018).

Além disso, Chikweche e Fletcher (2012) entendem que o método qualitativo é mais vantajoso para se analisar aspectos a respeito da população de baixa renda. Isso se dá pois as respostas permitem uma maior interação e liberdade para que se discuta temas que os entrevistados julguem relevantes, como pôde ser observado na presente pesquisa, uma vez que interessantes observações foram surgindo ao longo das entrevistas, o que será objeto de análise no próximo capítulo.

A adoção do paradigma de pesquisa interpretativista se justifica porque, neste método, há uma valorização das leituras subjetivas feitas pelo entrevistador em detrimento de uma simples quantificação de dados, reconhecendo a importância das experiências em detrimento de leis universais ou generalizações. Segundo Saccol, “a perspectiva interpretativista enfatiza a importância dos significados subjetivos e sociopolíticos, assim como ações simbólicas na forma como as pessoas constroem e reconstróem a própria realidade” (SACCOL, 2009, p. 13).

3.2 Perfil dos entrevistados

Os participantes da pesquisa são alunos de uma escola localizada na baixada fluminense, na qual a autora da presente dissertação trabalha há nove anos e que pertence à sua família. Escolhemos esta escola pela facilidade de acesso a informações sobre o projeto pedagógico da instituição e os alunos, o que colaborou para que a coleta de dados fosse feita de forma detalhada. Entretanto, essa escolha também trouxe alguns desafios, como, por exemplo, a realização de uma análise crítica do próprio serviço educacional e a escolha da forma de realização das entrevistas.

A escola adota em seu projeto político-pedagógico o método sociointeracionista. Como já discorrido no referencial teórico desta pesquisa, este método possui semelhanças com a pedagogia freireana, o que permitiu a realização da pesquisa, pois permitiria levantar informações que ajudassem a alcançar o objetivo do estudo.

Para garantir que os entrevistados da pesquisa tivessem o perfil desejado para se alcançar os objetivos deste trabalho, adotamos os seguintes critérios na escolha dos participantes das entrevistas:

- 1) Ser aluno do ensino médio;
- 2) Ser aluno regularmente matriculado na instituição de ensino no momento da entrevista;
- 3) Ter autorização por escrito do responsável legal para participar da pesquisa.

O convite para participar da pesquisa foi entregue a todos os alunos do ensino médio da escola em questão, independentemente de prévio questionamento sobre a condição econômica de sua família. Isto trouxe interessantes informações, que foram tratadas na análise dos dados, como, por exemplo, um possível não enquadramento de alguns entrevistados no perfil de consumidor de baixa renda.

Ao final, foram feitas 16 entrevistas com alunos de todas as séries do ensino médio, tendo entre 14 e 18 anos de idade. Os nomes dos entrevistados são fictícios para preservar a sua privacidade, e o seu perfil é ilustrado na Tabela 1, a seguir:

| Aluno | Idade | Série | Turma | Anos na escola |
|--------------|--------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Juliana | 14 | 1 ^a | 1 ^a | 3 |
| Julieta | 15 | 1 ^a | 1 ^a | 5 |
| Eva | 15 | 1 ^a | 1 ^a | 5 |
| Mariane | 16 | 1 ^o | 1 ^a | 2 |
| Lúcia | 16 | 1 ^a | 1B | 4 |
| Gustavo | 16 | 2 ^a | 2 ^a | 2 |
| Kaio | 16 | 2 ^a | 2 ^a | 2 |
| Luana | 18 | 2 ^a | 2B | 3 |
| Karina | 16 | 2 ^a | 2B | 3 |
| Claudia | 16 | 2 ^a | 2B | 7 |
| Vivian | 17 | 2 ^a | 2B | 11 |
| Vinicius | 16 | 2 ^a | 2B | 6 |
| Eduardo | 18 | 3 ^a | única | 3,5 |
| Patrícia | 18 | 3 ^a | única | 6 |
| Yuri | 17 | 3 ^a | única | 8 |

| | | | | |
|-------|----|----------------|-------|---|
| Emily | 18 | 3 ^a | única | 7 |
|-------|----|----------------|-------|---|

Tabela 1: lista de entrevistados.

Fonte: elaboração própria.

3.3

Procedimentos de coleta de dados

Inicialmente, fizemos uma pesquisa teste por meio de entrevistas com auxílio de roteiro em dezembro de 2022. Neste primeiro momento, apenas os alunos de uma turma do ensino médio (alunos que cursavam a disciplina eletiva “cidadania”) foram convidados a participar. Foram realizadas oito entrevistas, feitas no contraturno em uma sala da escola por duas entrevistadoras contratadas para este fim. A princípio, optamos por contratar entrevistadoras para evitar que os alunos entrevistados se sentissem desconfortáveis ao serem entrevistados por uma pessoa que trabalha na escola e que, por isso, não fossem totalmente sinceros em suas respostas.

As entrevistas foram registradas por gravação de áudio e no local estavam presentes apenas as duas entrevistadoras e o aluno entrevistado. Ao final, foi oferecido um *coffee break* aos alunos como agradecimento pela participação. Entretanto, observamos que as entrevistas não alcançaram a profundidade desejada, com respostas pouco desenvolvidas. Assim, para a pesquisa final, decidimos adotar outra abordagem, como será explicado a seguir.

A coleta final de dados foi realizada por meio de entrevistas em profundidade, com o auxílio de roteiro de entrevistas, que segue no anexo II. Desta vez, a própria autora foi a entrevistadora, para garantir que seria possível aprofundar as respostas dos entrevistados, já que seria mais fácil para a autora saber o que abordar além das perguntas do roteiro.

As entrevistas foram realizadas na própria escola, no turno regular, em uma sala em que estavam apenas a autora e o aluno a ser entrevistado. As entrevistas foram registradas por gravação de áudio e por breves anotações das respostas feitas pela autora. A autora-intervistadora se aproximava dos alunos de maneira natural, esclarecendo que ela mesma

também é uma estudante conduzindo uma pesquisa acadêmica. Também se explicava que o objetivo da entrevista era coletar informações, sem qualquer possível avaliação de desempenho e sem qualquer atribuição de pontuação escolar. Também era enfatizado que não existiam respostas certas ou erradas e que todas as contribuições seriam tratadas de forma anônima e exclusivamente para fins de estudo.

De início, alguns alunos se mostraram acudados, porém a autora tentou conversar sobre assuntos que os interessavam (por exemplo, k-pop e moda) para que ficassem mais à vontade. Alguns alunos tiveram um excelente desenvolvimento durante a entrevista, porém outros não se aprofundavam nas respostas, sendo necessário o auxílio da autora para realizar perguntas complementares para obter as informações necessárias para a pesquisa. Ao final da entrevista, os alunos foram presenteados com chocolates como incentivo e agradecimento pela participação na pesquisa.

3.4 Procedimentos de análise dos dados

Empregamos o método de análise de conteúdo, para a análise dos dados, por permitir uma interpretação profunda das percepções e experiências dos estudantes, facilitar a identificação de temas e padrões emergentes nos dados, e contribuir para uma compreensão contextualizada e detalhada das realidades dos participantes. Conforme nos ensinam Alves, Bortolin e Alcará (2018):

A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que trabalha com a palavra, permitindo de forma prática e objetiva produzir inferências do conteúdo da comunicação de um texto replicáveis ao seu contexto social. Nela o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem (p. 61).

Para o processo de organização dos dados, foi feita a transcrição de todas as entrevistas, que então foram compiladas com as fichas de anotações feitas durante as entrevistas. Então, inicialmente foram separadas as entrevistas em três categorias, quais sejam: alunos que possuem experiências familiares positivas, negativas e neutras. Após a análise dos dados sobre os contextos familiares, foi feita uma nova

categorização das entrevistas, desta vez usando como critério o impacto da educação formal nos hábitos de consumo, novamente em três grupos: houve impacto, não houve impacto e não souberam responder. Então, foi possível comparar as entrevistas e analisar as informações sobre o impacto da escola no consumo dos adolescentes.

3.5 Limitações da metodologia adotada

Algumas limitações da pesquisa qualitativa envolvem a validade e a confiabilidade, posto que tal tipo de pesquisa envolve uma interpretação subjetiva dos dados, o que pode levar a uma indução por parte do pesquisador (PAIVA, LEÃO, MELLO, 2011). Da mesma forma, o paradigma interpretativista também tem a indução e a subjetividade da interpretação do pesquisador como fatores que podem vir a comprometer a pesquisa. Segundo Saccol (2009):

Embora não siga a mesma lógica de validade e confiabilidade estatística discutida na seção anterior em relação ao paradigma positivista, uma pesquisa interpretativista é uma tarefa desafiadora, pois exige uma considerável preparação por parte do pesquisador, e uma série de princípios a serem adotados visando garantir a sua seriedade, profundidade e robustez (p. 14).

Em relação às entrevistas em profundidade, a validade e a confiabilidade da pesquisa pode ser comprometida caso não seja seguido um rigor metodológico em relação à seleção dos entrevistados, aos procedimentos para obtenção das informações e à descrição consistente dos resultados (DUARTE, 2005).

Especificamente em relação a esta pesquisa, um desafio enfrentado diz respeito à sinceridade das respostas. Percebemos que alguns alunos pareciam formular respostas para agradar a entrevistadora, e não que condiziam com a realidade. Embora a autora-entrevistadora não lide com os alunos no seu dia a dia, é vista diariamente na escola, então percebemos que os entrevistados poderiam se sentir intimidados e apresentar respostas com o objetivo de agradar a pesquisadora. Inclusive, por esse motivo inicialmente fizemos a pesquisa teste utilizando entrevistadoras externas.

Porém, diante dos resultados insuficientes, houve uma mudança de estratégia, na qual a própria autora passou a realizar a entrevista.

Devido a essa preocupação, a pesquisadora se empenhou em criar um ambiente relaxado para os entrevistados, para que se sentissem à vontade ao responderem as perguntas, com o objetivo de descontrair o ambiente e fortalecer a confiança dos participantes.

Cabe destacar ainda que houve dificuldades em relação ao engajamento com a pesquisa. Foram distribuídos convites para participação na pesquisa a todas as turmas do ensino médio, totalizando 170 convites. Porém, houve retorno positivo de apenas 16 interessados, menos de 10% dos convidados. Destacamos que, na pesquisa-teste, realizada em dezembro de 2022, na qual foram distribuídos apenas 21 convites, houve um retorno positivo de oito alunos, ou seja, aproximadamente 38% dos convidados.

Essa dificuldade de engajamento está sendo percebida em diversos aspectos na escola. Por exemplo, todos os anos são realizadas atividades diferenciadas para comemorar o aniversário da instituição. Este ano, uma das atividades foi promover uma gincana em que todos os alunos e funcionários poderiam comparecer à escola vestidos com roupas que remetesse aos anos 1960. Destaco que os próprios alunos do terceiro ano do ensino médio haviam pedido autorização para realizar alguns dias de fantasias ao longo do ano, o que foi autorizado pela direção. Entretanto, quando proposto pela escola, não houve adesão.

4

Análise dos dados da pesquisa

Neste capítulo, trataremos da análise dos dados, dividida em duas partes. Na primeira, apresentaremos comentários sobre os desafios encontrados para analisar o consumo entre os adolescentes, bem como reflexões sobre os impactos do ambiente familiar e escolar na formação de hábitos de consumo. Traremos alguns exemplos positivos e negativos do impacto das práticas familiares na relação dos adolescentes com o consumo, comentando ainda sobre o impacto das grandes marcas no imaginário do adolescente de baixa renda. Na segunda parte, traremos comentários sobre o nível de engajamento dos estudantes e suas consequências na qualidade de sua educação, análises sobre como a educação recebida impactou a vida dos estudantes entrevistados, comentários sobre as consequências deste impacto a longo prazo e reflexões sobre o papel da escola neste cenário.

4.1

Autonomia financeira de adolescentes de baixa renda

Inicialmente, cabe destacar que analisar os hábitos de consumo de adolescentes é uma tarefa desafiadora, especialmente porque a sua maioria não possui renda própria. Mesmo tratando-se de adolescentes em sua maioria de baixa renda, é raro que os alunos do colégio trabalhem e recebam salários. A maioria desses adolescentes, então, dependem de mesadas ou suporte financeiro dos pais, o que pode afetar diretamente os seus padrões de consumo. A falta de autonomia financeira pode resultar em escolhas de consumo influenciadas diretamente pelos responsáveis ou até mesmo reduzir a disponibilidade de recursos financeiros para compras. A carência de renda própria não apenas limita as opções de compra, mas também destaca a importância de fatores emocionais e sociais na decisão de consumo dos adolescentes. Portanto, analisar seus hábitos de consumo

requer uma abordagem sensível e holística, que considere não apenas aspectos financeiros, mas também os aspectos socioemocionais que moldam suas escolhas.

Além disso, também não há a necessidade direta dos adolescentes de assumirem os encargos financeiros relacionados à manutenção de um lar e ao sustento de uma família. Com isso, a maioria dos produtos consumidos por eles se tratam de itens considerados de segunda necessidade, servindo para aumentar o seu conforto, a sua qualidade de vida ou a sua satisfação pessoal, e raramente possuem acesso a métodos de compras a prazo, como cartões de crédito e carnês.

4.2

Influência da família e da escola nos hábitos de consumo de adolescentes de baixa renda

Outra observação inicial a ser feita diz respeito aos adolescentes entrevistados fazerem parte da BDP. A instituição de ensino na qual os entrevistados estudam possui um ticket-médio de R\$ 450,00 (quatrocentos e cinquenta reais), destinando-se principalmente às classes C e D, sendo pouco comum a presença de alunos pertencentes às classes A, B e E. Além da mensalidade, há outras despesas indispensáveis para garantir a participação adequada de um aluno numa escola particular, como apostilas, material didático, uniforme e alimentação. Desta feita, dificilmente um responsável pertencente à classe E conseguiria arcar com todas estas despesas. Contudo, durante as entrevistas, constatamos que alguns alunos provêm de famílias com poder aquisitivo acima da média local, uma dinâmica que será analisada posteriormente.

Dessa forma, durante a pesquisa de campo, dois fatores são destacados: a educação formal ministrada na escola e a educação informal recebida no seio familiar.

A escola, como ambiente de socialização e de obtenção de conhecimentos técnicos, contribui para o desenvolvimento de habilidades sociais e formação do pensamento crítico. As interações com professores e colegas e a exposição a diferentes ideias na escola podem influenciar as

escolhas de consumo dos adolescentes, especialmente ao fornecer ferramentas e técnicas, como, por exemplo, analisar publicidades, trabalhar competências socioemocionais de maneira intencional e trabalhar conceitos de matemática financeira e sustentabilidade. Tratarei de forma mais pormenorizada deste ponto no segundo item do capítulo.

No entanto, ao observar de perto, torna-se evidente que a influência da família exerce um impacto mais profundo nos hábitos de consumo dos adolescentes. Percebemos que os entrevistados que recebiam orientações dos responsáveis sobre o consumo, especialmente no que tange a motivações e impulsos, possuíam hábitos mais saudáveis e eram menos propensos a realizar compras por impulso, refletindo sobre os motivos para consumir.

4.3

Casos de destaque sobre a influência da família nos hábitos de consumo

No caso do aluno Gustavo, por exemplo, seus pais desfrutam de uma situação financeira mais vantajosa em comparação com a média de seus colegas. Ele relata que sua família o instruiu a ponderar sobre a necessidade do consumo: “costumo pensar se vale a pena mesmo comprar, eu dou uma pesquisada antes (sic). Às vezes, a gente nem precisa, só vai pela força da emoção”. Contudo, Gustavo foi presenteado com uma motocicleta pelos pais, embora tenha apenas 16 anos e cursando a 2ª série do Ensino Médio. Ele expressa interesse em personalizar o veículo, apesar de ter recebido uma instrução familiar apropriada sobre o consumo responsável. Esta escolha contradiz a adequação à lei, já que Gustavo opera um veículo sem a devida habilitação, representando riscos para si mesmo e para terceiros. Essa prática, apoiada pelos pais, pode impactar negativamente a percepção ética e o desenvolvimento do senso crítico de Gustavo. A percepção ética e o desenvolvimento do senso crítico são elementos cruciais que podem moldar significativamente a consciência de consumo de um adolescente, pois influenciarão valores como: tomada de decisões responsáveis, consciência ambiental, empatia e

responsabilidade social, respeito aos direitos humanos, influência positiva no ambiente social e formação da sua identidade.

Ao contrário do primeiro caso, os responsáveis por Kaio não mantêm diálogo algum com ele sobre consumo. Quando perguntado se os seus pais conversavam com ele sobre o assunto, Kaio respondeu que “não, só compram”. Suas únicas experiências de compra ocorrem mensalmente durante as idas ao supermercado com a família: “uma vez no mês assim eu vou com meus pais, no mercado (sic)”. Como resultado, Kaio não está adquirindo habilidades práticas de gestão financeira, já que a tomada de decisões relacionadas às compras permanece exclusivamente nas mãos dos pais, deixando-o com uma participação limitada nesse processo e sem esclarecimentos ou reflexões sobre o tema. A capacidade de um adolescente aprender a consumir de maneira consciente é substancialmente aprimorada quando ele tem a oportunidade de efetuar compras na prática. Ao permitir que os adolescentes vivenciem o processo de compra, avaliem orçamentos e façam escolhas informadas, desenvolvem habilidades concretas e uma compreensão mais profunda das implicações de suas decisões de consumo. Infelizmente, Kaio não tem essa oportunidade devido à falta de intencionalidade da família em envolvê-lo nos processos de consumo.

Quanto à aluna Luana, aluna da 2ª série do ensino médio aos 18 (dezoito) anos, ela mencionou que não realiza análises ou reflexões prévias antes de efetuar compras e, embora entenda que existe uma adaptação das marcas para atingir seus consumidores “quanto mais publicidade, mais a gente consome querendo mais (sic)”, não consegue identificar marcas que considera direcionadas ao seu público-alvo. No entanto, recordou que, durante o lançamento do filme da Barbie, as lojas ajustaram seus produtos para capitalizar o entusiasmo gerado pela película. Ao abordar sua família, Luana relatou a influência tanto positiva quanto negativa de seus pais, destacando que estes têm o costume de efetuar compras consideradas desnecessárias.

Embora Luana não dedique muito tempo a essa temática, é notável que, mesmo sem realizar reflexões cotidianas sobre seu consumo, ela tem consciência de que sua conduta poderia ser mais reflexiva. Adicionalmente, ela demonstra capacidade para analisar as práticas de consumo dos pais, avaliando-as como negativas e desnecessárias: “tem hora (sic) que gastam sem necessidade”. Portanto, apesar da necessidade de desenvolver uma consciência de consumo mais aprimorada e de fortalecer competências em educação financeira, Luana exibe um senso crítico bem estabelecido.

Destacamos ainda o entrevistado Eduardo, que é bolsista, filho de uma professora da instituição e aluno da 3ª série do ensino médio aos 18 (dezoito) anos. Eduardo relatou ser “meio impulsivo” em relação às poucas compras que realiza. Ele disse que, quando possui dinheiro, imediatamente compra livros físicos por impulso. Ele entende não ter havido influência nem da família em seus hábitos de consumo, que estes hábitos seriam totalmente pessoais. Quando perguntado sobre marcas que se adaptam para que ele se torne consumidor, o aluno mencionou de pronto a Apple. Sobre Eduardo, percebemos que, da mesma forma que Luana, ele possui consciência de que não possui hábitos saudáveis de consumo, chegando a dizer que, embora tenha sido instruído na escola sobre educação financeira, não colocou em prática: “acho que foi porque eu não coloquei as coisas que eu aprendi em prática, né (sic)”. Apesar de exibir um senso crítico bem estabelecido, é evidente que Eduardo precisa aprimorar suas habilidades na tomada de decisões responsáveis, visando evitar o consumismo excessivo.

Por fim, cabe destacar um caso contado pela aluna Karina, que informou que em 2022 havia uma aluna em sua turma (não citou o nome) que tinha uma necessidade compulsiva de consumir na cantina da escola. A escola possui bebedouros com água gelada e possui na Coordenação lanches simples disponíveis para alunos que eventualmente tenham esquecido os seus ou cujos lanches precisem ser descartados pois, por exemplo, podem ter caído no chão ou estarem estragados). A compra de itens na cantina com pagamento em momento posterior (“fiado”) não é permitida porque havia inadimplência, com os pais se recusando a pagar

os itens consumidos por seus filhos. Por isso, a escola optou por disponibilizar lanches simples na Coordenação para suprir a necessidade alimentar dos alunos nestes casos específicos. Destacamos também que a escola não funciona em tempo integral, então a única refeição feita pelos alunos na escola é um lanche no momento do intervalo do turno.

Karina informou que a aluna sempre pedia dinheiro aos colegas para consumir na cantina, mesmo tendo uma fonte de água potável e fresca à sua disposição e podendo solicitar o lanche simples na Coordenação em caso de necessidade. Ela ficava inquieta enquanto não comprasse qualquer item da cantina. Por vezes, chegava a pedir moedas para diversos colegas, mesmo aqueles que ela não possuía intimidade e até desconhecidos, para juntar dinheiro suficiente para comprar um guaraná natural ou um simples pirulito.

Entretanto, também são destacados alguns casos em que houve uma influência positiva do ambiente familiar na formação de consciência de consumo, uma vez que os responsáveis utilizam técnicas específicas para ensino da responsabilidade financeira. São os casos de Claudia e Karina.

No caso de Claudia, aluna da 2ª série do ensino médio aos 16 anos, sua mãe adotou uma estratégia para instilar a importância do consumo consciente desde a infância. Claudia recebia sua mesada exclusivamente em moedas, incentivando-a a acumular fundos para comprar qualquer coisa, até mesmo um simples doce: “isso aí a minha mãe me ensinou desde pequenininha. Tipo, ela não gosta que eu saia comprando coisas compulsivamente. Então desde pequena ela até me fazia, tipo assim, olha, essas moedinhas aqui você vai juntar. Se você quiser comprar um docinho ali você vai comprar com o seu dinheiro (sic)”. Essa abordagem visual proporcionava uma clareza notável sobre o custo de cada item, promovendo uma compreensão tangível para a criança: “a minha mãe, ela colocou muito isso em prática comigo (...) quando eu era pequenininha, a gente não consegue analisar ‘ah a nota vale 2 reais’, mas ela dava moeda porque aí eu via quantidade” (sic). Além disso, a mãe enfatizava a necessidade de refletir sobre a importância do consumo de um determinado

item e a escolha do momento adequado para adquiri-lo: “aí ela me fazia pensar, tipo (sic) será que eu quero mesmo aquilo? Será que eu não quero? Aí hoje em dia eu já sei”.

Claudia se destacou positivamente em comparação aos demais alunos em relação às suas práticas de consumo. Ela demonstrou consumir de maneira consciente, refletindo sobre sua posição como consumidora: “será que eu preciso mesmo daquela outra coisa ou eu só quero por bobeira (sic)? Eu vou necessitar disso agora?”. Claudia também exhibe habilidade em identificar tentativas de influência por parte das marcas e adota hábitos de consumo saudáveis, realizando suas compras de forma ponderada.

No que diz respeito à Karina, aluna da 2ª série do ensino médio aos 16 anos, seus pais adotam a prática de estabelecer um limite de gastos para sua mesada, permitindo que ela utilize apenas metade do valor e reservando o restante como poupança. Eles incentivam Karina a gastar livremente, mesmo que seja em itens considerados supérfluos (como mencionado por ela, “poderia gastar com besteiras”), desde que ela poupe o valor mínimo estabelecido por eles:

Entre aspas, eu sou muito controladora com o meu dinheiro. Eu realmente vou e procuro a opção barata. (...) Meus pais também são bastante controladores com a quantidade de dinheiro que eles gastam, geralmente principalmente (sic) no mês. Eles me ensinaram: guarda uma quantidade de dinheiro. Tipo assim, reserva, gasta uma quantidade que você tem, e a metade do dinheiro que você tem e o resto você guarda pra quando realmente precisar (sic).

Karina também revelou ter o hábito de avaliar o custo-benefício dos produtos antes de consumi-los.

Karina se destaca por uma prática: ainda compra álbuns musicais físicos, pois aprecia a posse tangível dos produtos adquiridos, não encontrando satisfação nas suas necessidades psicológicas de consumo ao utilizar aplicativos de reprodução de músicas.

Percebemos, então, que a relação familiar, baseada em modelos, orientações e comunicação, desempenha um papel central. As atitudes dos pais em relação ao dinheiro, consumo consciente e valores éticos refletem diretamente nas escolhas dos adolescentes. A influência positiva dos pais

pode promover hábitos responsáveis e desenvolver consciência acerca do consumo, enquanto práticas negativas podem incentivar comportamentos impulsivos ou excessivos.

Assim, embora a escola desempenhe um papel relevante, a influência dos pais emerge como fator preponderante na formação dos hábitos de consumo dos adolescentes, destacando a importância de uma abordagem equilibrada e consciente por parte dos pais para orientar seus filhos nesse aspecto crucial do desenvolvimento.

Outro aspecto sobre o consumo que é relevante para esta análise trata das respostas aos questionamentos sobre a identificação de uma marca que faça adaptações para que os adolescentes se tornem seus consumidores. Diversos alunos mencionaram a Apple e a Nike.

Cabe inclusive mencionar que, considerando apenas a anuidade escolar e apostilas, o valor médio despendido anualmente pelos responsáveis dos entrevistados é de R\$ 7.400,00 (sete mil e quatrocentos reais), aproximadamente o mesmo valor de um iPhone 15.

A possível aspiração de um aluno em adquirir um produto que custa o mesmo que seus responsáveis gastam com sua educação por ano reflete percepções complexas de valor, prioridades financeiras e influências culturais.

4.4

A influência da educação na consciência sobre o consumo

Feitas essas observações iniciais, cabe também destacar a diferença entre educação formal e informal. A escola oferece a educação formal, num ambiente institucionalizado e regulado pelos órgãos competentes, seguindo normativas educacionais como a Base Nacional Comum Curricular. Por outro lado, na educação informal o aprendizado é espontâneo, não sistematizado e absorvido por meio da vivência, como, por exemplo, através dos valores aprendidos no ambiente familiar (MARANDINO, 2017). As análises feitas no item anterior se relacionam à educação informal.

Também é importante ressaltar que a última atualização da proposta pedagógica da escola foi realizada para o início do ano letivo de 2022, quando foi adotado o Novo Ensino Médio, havendo uma impactante mudança na grade curricular com a divisão dos componentes curriculares entre disciplinas da formação geral básica, obrigatórias para todos os alunos, e dos itinerários formativos, contando com disciplinas eletivas, disciplinas de aprofundamento e projeto de vida.

Cabe destacar que as principais disciplinas citadas quando os entrevistados eram perguntados a respeito dos temas envolvendo consciência para o consumo foram justamente disciplinas eletivas, como educação financeira e ação ambiental, pertencentes aos itinerários formativos e que fogem aos currículos tradicionais.

Dito isto, observamos que, em relação à educação formal recebida na instituição de ensino, podemos separar os alunos em três grupos, utilizando como critérios a percepção do aluno sobre o ensino da escola e o impacto do ensino em sua prática cotidiana. Os três grupos são: os que entendem que tiveram na escola debates sobre sustentabilidade e consumo consciente e que conseguiram observar mudanças em seus hábitos em decorrência do aprendizado obtido na escola (chamados aqui de grupo A); os que entendem que receberam tais ensinamentos, porém que não gerou ou que não souberam identificar o impacto gerado em seus hábitos de consumo (chamados aqui de grupo B); e os que informaram não terem recebido instrução da escola neste sentido e, conseqüentemente, não foram impactados em suas práticas cotidianas (chamados aqui de grupo C).

O grupo A foi composto de alunos que conseguiram perceber claramente os impactos da educação formal ofertada pela escola, identificando inclusive em quais componentes curriculares estes temas foram trabalhados. São eles: Claudia, Lúcia, Kaio, Gustavo, Vivian e Yuri.

Claudia, já citada anteriormente, destacou que aprendeu a realizar pesquisa de preços e identificar se um desconto oferecido é real ou artificializado. Lúcia informou que passou a pesquisar mais sobre o produto

a ser consumido, bem como refletir sobre a necessidade e conveniência da compra. Yuri informou que, em função da instrução dada pela escola, deixou o seu hábito de comprar produtos supérfluos. Guilherme, também já citado anteriormente, declarou que não sabia como funcionava um cartão de crédito, tendo aprendido apenas na escola, o que passou a aplicar na sua vida diária. Já Kaio disse que iniciou uma poupança devido aos ensinamentos recebidos sobre educação financeira.

Destacamos a aluna Vivian, que está cursando a 2ª série do ensino médio aos 17 anos, que além de iniciar uma reserva financeira, foi instruída a respeito do Programa Jovem Aprendiz, o que a interessou, e está buscando uma oportunidade de colocação no mercado de trabalho por meio deste programa: “a professora, ela ensinava pra gente que a gente tinha também que começar a ver coisas do futuro, de trabalho, de jovem aprendiz, então nisso já fui começando a ver (...) às vezes você não abre os olhos pra ver que daqui a pouco você vai ser um adulto, que você vai precisar agir, senão você vai ficar para trás”.

Observe-se que todas essas mudanças têm o potencial de serem significativas para a vida dos alunos à longo prazo, pois as mudanças práticas destacadas nos relatos dos alunos apresentam um potencial transformador relevante.

A compreensão prática destes temas é essencial para a vida adulta. As iniciativas relatadas indicam uma mudança positiva na mentalidade em relação ao planejamento financeiro pessoal e familiar.

Cabe destacar também algumas críticas feitas pelo grupo A, especialmente em relação à quantidade de informação e tempo despendido para tratar da conscientização para o consumo, bem como o momento para iniciar o ensino destes temas. Os entrevistados do grupo A entendem que os temas de educação financeira, consumo consciente e sustentabilidade devem ser mais largamente trabalhados, não apenas de forma pontual em algumas disciplinas, e que os alunos devem ser expostos a esses conteúdos mais cedo, pois apenas tiveram contato com uma educação formal a esse respeito já no ensino médio.

Agora, tratando do grupo B, composto por Eduardo, já citado anteriormente, Juliana, Vinicius, Patrícia, Mariane e Emily, ressaltamos que Juliana, Patrícia e Emily não souberam informar se houve alguma mudança em seus hábitos de consumo em decorrência dos ensinamentos ministrados na escola, enquanto Mariane, Vinicius e Eduardo informaram não terem observado mudança alguma.

Novamente, destacamos a já citada anteriormente fala de Eduardo, que relatou que não houve mudança, pois ele não colocou em prática os ensinamentos obtidos. Ou seja, há a consciência da existência de hábitos preocupantes, porém a escola não conseguiu impactar de forma tão assertiva a ponto de gerar uma transformação destas práticas.

Já Vinicius, aluno da 2ª série do ensino médio aos 16 anos, relatou que houve uma mudança em seus hábitos, porém não atribuiu esta mudança à educação formal. Ele informou que tinha o hábito de gastar mais do que tinha disponível, porém que os fatores determinantes para comportamentos de consumo mais saudáveis foram a influência da família e o amadurecimento em decorrência da idade:

“antigamente eu costumava gastar mais do que eu tinha. Entendeu? Comprava muito, sempre lá em casa tinha um bocado de negócio que as vezes eu olhava e falava ‘pô, não vou usar mais isso, pra quê ficar gastando?’ Mas acho que na escola eu não aprendi tanto assim, mais um amadurecimento, conselhos lá em casa (sic)”.

Já Mariane, aluna da 1ª série do ensino médio aos 16 anos, informou que não tem o hábito de refletir sobre suas compras e que por vezes realiza compras por impulso, porém não identificou nenhuma mudança gerada pelos conhecimentos aprendidos no colégio: “eu posso até comprar, mas tem gente que, tipo assim, não sei a palavra, esqueci (sic). Que passa dos limites, sabe?”.

Emily, bolsista concluinte do ensino médio aos 18 (dezoito) anos, é a única dentre os entrevistados que já possui atividade laborativa, atuando há mais de um ano como *social media freelancer*, e, portanto, possuindo mais autonomia financeira. Ela informou que não sabe dizer se a escola teve algum impacto em suas práticas de consumo pois a sua família

sempre a instruiu a respeito destes temas, então ela não consegue identificar hábitos obtidos exclusivamente em função de orientações dadas pela instituição de ensino:

“Não sei, é porque eu não compro muita coisa, eu sou muito mão de vaca, eu penso muito antes de comprar. Sempre fui muito resguardada, ainda mais agora com o meu próprio dinheiro, eu penso ainda mais antes de comprar (sic)”.

Novamente todos os entrevistados do grupo B foram unânimes ao opinar que a educação para o consumo consciente é importante e deve ser um tema trazido para o ambiente escolar, inclusive Emily chegou a dizer que “tinha muita gente consumista lá na sala, inclusive, que com certeza (sic) a gente refletiu sobre”, e a maioria relatou que precisava ter sido exposta a esses assuntos de forma mais intensa.

Cabe refletir que o fato de não saberem identificar hábitos específicos não necessariamente significa que não houve influência da instituição de ensino, uma vez que a escola pode ter reforçado ensinamentos já transmitidos pela família.

Por fim, o grupo C, cujos integrantes relatam não terem sido expostos a temas sobre consciência para o consumo e, conseqüentemente, não haver influência na sua vida prática, é composto por Karina, Luana, Eva e Julieta.

Importa salientar que as quatro entrevistadas pertencem às turmas da 1ª e 2ª séries do ensino médio, sendo as mesmas turmas de parte dos entrevistados já citados anteriormente. Com isso, é improvável que elas não tenham sido expostas a tais temáticas no ambiente escolar, mas sim que o seu engajamento pessoal não tenha sido satisfatório, ou que a influência prévia da família tenha sido tão impactante de forma a ofuscar o impacto da escola.

Por exemplo, Karina, já mencionada anteriormente como alguém que sofre de influência do ambiente familiar nos hábitos de consumo, é da mesma turma que Vinicius (alocado no grupo B), Claudia e Vivian (alocadas no grupo A). Portanto, creio que como a sua família possui um método de ensino domiciliar bem estruturado a respeito da educação financeira, ela

pode não ter se engajado ou não ter sentido impacto dos ensinamentos ministrados em sala de aula.

Já Luana, que é da mesma turma que Karina, chega a dizer que não teve exposição a tais conteúdos, porém relata que gostaria de ter tido mais exposição, que foi pouca. Assim, é difícil inferir se ela de fato consegue identificar se tais temas foram trabalhados ou não, sendo possivelmente um caso de baixo engajamento com as disciplinas.

Da mesma forma, Eva e Julieta são da mesma turma que Juliana e Mariane (alocadas no grupo B). Julieta informou não terem sido ministradas tais temáticas, enquanto Eva informa não se lembrar se esses temas já foram trabalhados. Ambas informaram não ter hábitos positivos de consumo, realizando compras por impulso e com pouca reflexão.

5

Discussão de resultados à luz das teorias de Vygotsky, Freire e Prahalad

Neste capítulo, iremos relacionar os conceitos apresentados no referencial teórico aos resultados da pesquisa de campo analisados no capítulo anterior. Primeiramente, estabeleceremos os paralelos entre os resultados da pesquisa e as teorias pedagógicas de Vygotsky e de Freire. Em um segundo momento, realizaremos a análise dos dados à luz da teoria de Prahalad.

Podemos relacionar que a observada necessidade de vivenciar experiências de consumo por parte dos adolescentes para que seja possível criar uma consciência de consumo que os permita lidar melhor com as opressões do mercado está relacionada à importância do contexto social e das experiências práticas trazido pela teoria interacionista. Ao ter experiências de consumo, o adolescente poderá compreender as consequências de suas decisões e vivência do processo de compra por adolescentes. Da mesma forma, esta necessidade também se relaciona ao pensamento freireano. Na Pedagogia do Oprimido, Freire enfatiza a educação como uma prática de liberdade, por meio da qual os educandos devem ser encorajados a refletir e agir sobre a sua realidade para transformá-la. Ao permitir que os adolescentes vivenciem o processo de compra, eles começam a refletir sobre suas próprias necessidades, seus desejos e os impactos de suas escolhas, que são elementos críticos no desenvolvimento de uma consciência ética e responsável.

Também cabe relacionar a questão do desenvolvimento de uma consciência de consumo aprimorada ao conceito de conscientização e de educação como prática emancipadora e libertadora de Freire. No contexto do consumo, a conscientização implica entender as forças sociais e econômicas que influenciam nossos hábitos de consumo e reconhecer as

consequências dessas escolhas para nós mesmos, para a sociedade e para o meio ambiente. Ao fazer isso, os educadores podem inspirar os alunos a fazerem escolhas mais informadas e responsáveis, indo além da simples transmissão de conhecimento, mas auxiliando em um processo de ensino e aprendizagem que empodere os alunos para que se tornem agentes ativos de mudança, tanto em relação à sua vida pessoal quanto na sociedade como um todo, emancipando-se das relações de opressão por meio de uma compreensão mais profunda das interconexões entre consumo, sustentabilidade e justiça social.

Cabe também mencionar que alguns alunos já apresentam comportamentos compulsivos em relação ao consumo desde novos, e reconhecem isto. Este achado é crítico, pois aponta para a necessidade de abordagens educativas que possam intervir e modificar tais padrões de comportamento, que não são apenas prejudiciais ao bem-estar individual, mas também têm implicações mais amplas para a sociedade e o ambiente. A identificação de comportamentos compulsivos de consumo em jovens pode ser abordada sob várias perspectivas educativas, com o objetivo de promover uma maior consciência sobre suas ações e as consequências destas.

Isso também pode ser alinhado com o conceito de conscientização, enfatizado por Freire. Por meio de uma educação que promova a reflexão crítica, os alunos podem começar a reconhecer as influências mercadológicas em seus hábitos de consumo, tais como publicidade, pressão dos pares e normas culturais. Da mesma forma, a questão do comportamento compulsivo em relação ao consumo pode ser estudada à luz da teoria sociointeracionista, ao passo que a análise do contexto social e cultural do aluno é importante para compreender as causas do problema.

Em relação à questão da influência (positiva ou negativa) do ambiente familiar em relação aos hábitos de consumo, podemos analisá-la à luz da teoria do sociointeracionismo, que destaca a importância das interações sociais e do contexto cultural no desenvolvimento cognitivo e comportamental. Portanto, ao criar um ambiente familiar que valoriza o

consumo consciente, os pais podem influenciar positivamente os padrões de consumo de seus filhos, preparando-os para tomar decisões mais informadas e éticas no futuro, e promovendo experiências nas quais o adolescente poderá vir a entender como funciona o consumo na prática. Por outro lado, ao não fomentar práticas saudáveis, a família pode vir a influenciar negativamente os hábitos de consumo do adolescente.

Tratando da influência da educação escolar nos hábitos de consumo, ela pode ser relacionada tanto à teoria de Vygotsky quanto de Freire. Os pensadores valorizam a consciência crítica e a necessidade de reflexão sobre a realidade social, o que deve também ser trabalhado pela escola. Com isso, o processo de ensino e aprendizagem poderá levar a uma conscientização sobre as relações de opressão e conseqüentemente a uma prática libertadora (para Freire) que promove a humanização e emancipação dos alunos, bem como ao melhor desenvolvimento humano por meio da efetivação do pleno potencial do indivíduo (para Vygotsky).

Outro ponto relevante a destacar diz respeito às aspirações percebidas durante as entrevistas. Prahalad ensina que os consumidores de baixa renda devem ser capazes de criar aspirações realistas. A esse respeito, percebemos que os alunos possuem a Apple e a Nike, marcas de luxo, como marcas de referência.

Além disso, ainda em relação à teoria de Prahalad, na qual a educação é vista como ferramenta para o desenvolvimento econômico e social, temos que a conscientização sobre oportunidade de inserção no mercado de trabalho bem como sobre a importância da educação financeira são ferramentas que permitem que os adolescentes de baixa renda consigam futuramente alcançar melhores condições de vida.

A Tabela 2, a seguir, resume a discussão aqui realizada.

| Análise dos dados | Conceito(s) teórico(s) | Autor |
|--|---|--------------|
| Necessidade de vivenciar experiências de consumo | importância do contexto social e cultural e desenvolvimento como processo progressivo, dialético e decorrente de experiências | Lev Vygotsky |

| | | |
|---|---|----------------|
| Necessidade de vivenciar experiências de consumo | educação como prática da liberdade e importância do contexto social | Paulo Freire |
| Desenvolvimento de uma consciência de consumo | conscientização e de educação como prática emancipadora e libertadora | Paulo Freire |
| Percepção de comportamentos compulsivos de consumo | Importância do Contexto Social e Cultural | Lev Vygotsky |
| Percepção de comportamentos compulsivos de consumo | conscientização e de educação como prática emancipadora e libertadora | Paulo Freire |
| Influência do ambiente familiar em relação aos hábitos de consumo | importância das interações sociais e do contexto cultural no desenvolvimento cognitivo e comportamental | Lev Vygotsky |
| Influência da educação escolar nos hábitos de consumo | desenvolvimento como processo progressivo, dialético e efetivação do pleno potencial do indivíduo | Lev Vygotsky |
| Influência da educação escolar nos hábitos de consumo | diálogo e conscientização | Paulo Freire |
| Aspirações percebidas durante as entrevistas | capacidade de criar aspirações realistas | C. K. Prahalad |
| Conscientização sobre oportunidade de inserção no mercado de trabalho bem como sobre a importância da educação financeira | educação como ferramenta para o desenvolvimento econômico | C. K. Prahalad |
| Conscientização sobre oportunidade de inserção no mercado de trabalho bem como sobre a importância da educação financeira | emancipação e a libertação das relações de opressão | Paulo Freire |

Tabela 2: correlações entre os conceitos do referencial teórico.
Fonte: elaboração própria.

Notavelmente, a conscientização sobre oportunidades de inserção no mercado de trabalho destaca como a educação financeira capacita os alunos para decisões informadas e os prepara para os desafios e as oportunidades do mundo real. Essas lições transcendem a mera disciplina escolar, tornando-se uma ferramenta fundamental para equipar os alunos com habilidades práticas, com o potencial de impactar positivamente suas vidas ao longo do tempo, promovendo uma mentalidade financeira saudável e sustentável.

Em síntese, a educação para um consumo consciente, ao capacitar os alunos para tomar decisões informadas e conscientes sobre suas vidas, pode ser considerada uma manifestação do ideal freireano de uma educação libertadora e emancipadora, contribuindo para a formação de indivíduos críticos e autônomos.

A visão de Paulo Freire destaca a importância de uma educação que não apenas transmita conhecimentos, mas que também proporcione aos alunos as ferramentas necessárias para questionar, compreender e transformar a realidade em que vivem. Nesse sentido, o processo de ensino e aprendizagem dos quais os alunos citados participaram se torna um meio eficaz de empoderamento.

Ao entender as causas e consequências do consumo, os alunos não apenas se tornam consumidores mais conscientes, mas também desenvolvem uma compreensão mais profunda das estruturas sociais e econômicas que moldam suas vidas. A capacidade de, por exemplo, discernir descontos reais, refletir sobre a necessidade de compras e adotar hábitos conscientes representa uma emancipação prática, capacitando os alunos a tomarem as rédeas de suas vidas. Além disso, o desenvolvimento adequado da consciência para o consumo também permite que os adolescentes identifiquem a existência de práticas empresariais que vão de encontro aos interesses dos consumidores, o que os permite romper com o ciclo de opressão existente no contexto de baixa renda.

A compreensão prática de instrumentos financeiros, como cartões de crédito, não apenas fornece habilidades técnicas, mas também quebra barreiras e promove uma autonomia que vai além do domínio financeiro. O ato de iniciar uma poupança, consequência do aprendizado em educação financeira, não apenas demonstra responsabilidade e capacidade de pensamento a longo prazo, mas também reflete uma transformação na mentalidade dos estudantes em relação ao planejamento financeiro, o que é relevante, tendo em vista que o alto grau de endividamento da população de baixa renda.

Ao preparar os alunos para compreenderem e navegarem no cenário econômico, a educação para o consumo consciente os empodera, tornando-os capazes de buscar oportunidades e alavancar seus próprios meios de subsistência, auxiliando no processo de emancipação em relação à sua posição de oprimidos, ao passo que capacita os indivíduos a entenderem criticamente o mundo ao seu redor, questionarem paradigmas e agirem como agentes autônomos de mudança em suas vidas e comunidades.

6

Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo analisar, a partir das teorias de Freire, Vygotsky e Prahalad, como a educação informal (familiar) e formal (escolar), à qual consumidores adolescentes de baixa renda estão expostos, permite-lhes romper com opressões causadas pelas estruturas de mercado. Para isto, realizamos uma pesquisa qualitativa interpretativista, com coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade com 16 estudantes de baixa renda, do ensino médio de um colégio localizada na baixa fluminense. A partir da análise dos dados, é possível chegar a algumas considerações finais.

Após a análise dos dados, foi possível observar que os hábitos de consumo dos estudantes de baixa renda sofrem uma relevante influência familiar. Sabemos que os hábitos da família constituem o primeiro contato que a criança tem com o mundo do consumo, uma vez que o início da educação formal básica se dá apenas aos 4 anos de idade. E também observamos pelas respostas dadas durante as entrevistas que a maioria dos alunos percebia claramente os impactos do consumo familiar no seu comportamento, o que não era tão facilmente observado quando se tratou do papel da escola. Por isso, diante da pesquisa realizada, concluímos que o principal fator de impacto no comportamento de consumo do adolescente de baixa renda vem das experiências vividas no ambiente familiar.

Entretanto, a escola ainda possui um papel relevante, especialmente se o ambiente familiar não for favorável ao desenvolvimento de hábitos saudáveis de consumo que possam ajudar a romper com opressões do mercado. Especialmente nestes casos, a escola pode ser a única influência positiva. Além disso, a escola também pode transmitir conhecimentos técnicos que a família pode não possuir ou não saber transmitir de forma didática. Então destacamos que a educação formal também é importante

ao passo que permite uma aquisição de competências e habilidades de forma técnica, além de levar ao debate e ao conhecimento de outras realidades.

Com isso, observamos que a educação, seja formal ou informal, é uma ferramenta importante para que seja possível romper com a opressão do mercado. A educação para o consumo permite que os alunos adquiram habilidades técnicas, desenvolvam o seu pensamento crítico e tenham acesso a informações e a experiências práticas que os capacitarão a tomar decisões informadas e conscientes, além de ser possível buscarem alternativas ao ciclo de consumo hedônico. Isso se dá uma vez que, ao ter noções sobre o funcionamento do mercado (com destaque para a educação financeira), os adolescentes podem vir a desenvolver uma consciência de consumo.

Inclusive, essa tomada de consciência também permite que os entrevistados passem a refletir além das suas necessidades pessoais, vindo a desenvolver um pensamento voltado ao bem-estar social e até envolvendo questões de impacto coletivo como meio ambiente e sustentabilidade. Com isso, os adolescentes de baixa renda podem passar a questionar o *status quo* e, por meio da educação, emanciparem-se da opressão do mercado e se afastarem dos hábitos negativos de consumo.

Destacamos que as perspectivas freireana e vyotskyana são adequadas para o desenvolvimento de tais habilidades. As teorias pedagógicas estudadas neste trabalho valorizam a adequação dos estudos ao contexto socioeconômico do aluno, bem como incentivam o diálogo, de modo que o aluno tenha ferramentas técnicas e autonomia para tomar decisões de forma consciente, promovendo uma educação emancipadora e libertadora.

Ressaltamos ainda o potencial de impacto da educação para o consumo na sociedade como um todo. Uma educação emancipadora que promova o consumo consciente pode desencadear um impacto coletivo significativo na sociedade, mas com destaque para a população de baixa renda. Ao capacitar os alunos com conhecimentos sobre práticas de

consumo consciente, como escolhas sustentáveis, economia de recursos e análise crítica de publicidade, pode-se criar um “efeito cascata”, com a propagação dos hábitos saudáveis de consumo para todos os que convivem com eles. Isso pode resultar em comunidades inteiras adotando hábitos de consumo mais responsáveis, reduzindo o desperdício, o consumismo, o endividamento desenfreado e demandando produtos e serviços que respeitem o meio ambiente e atendam às necessidades específicas da população de baixa renda. Esse movimento coletivo pode ainda pressionar empresas e governos a adotarem práticas mais sustentáveis e justas, gerando impactos positivos em escala social e ambiental.

Com isso, percebemos que a educação para o consumo, quando promovida de forma adequada e efetiva, pode mudar não somente o futuro dos alunos, mas de toda a sua comunidade.

6.1

Limitações do estudo e recomendações práticas

Inicialmente, ressaltamos a questão do engajamento dos estudantes. De fato, esse é um problema que a escola já havia identificado em outros momentos, especialmente após a pandemia do covid-19. Como forma de amenizar essa questão, o colégio iniciou em 2023 projetos envolvendo a conscientização para o consumo desde os anos iniciais do ensino fundamental (a partir de 6 anos de idade), com o objetivo de aumentar o impacto positivo deste aprendizado nas suas vidas, sendo um investimento fundamental para o desenvolvimento integral e a preparação dos jovens para enfrentar desafios futuros. Além disso, no novo projeto de educação socioemocional, tais temas também vão ser mais largamente trabalhados para todas as séries.

É importante ressaltar que os casos de baixo engajamento precisam ser identificados pela instituição de ensino para que seja possível identificar as suas causas e prover soluções que as resolvam ou amenizem seus efeitos.

A instituição de ensino desempenha um papel central nesse processo, uma vez que deve adotar estratégias proativas para entender e abordar as causas de forma a sanar ou reduzir os seus efeitos prejudiciais ao processo de ensino e aprendizagem. Essa abordagem é essencial para promover uma educação de qualidade que atenda às necessidades e expectativas dos alunos. A variedade de fatores que podem contribuir para o baixo engajamento destaca a complexidade desse desafio. Questões pessoais dos alunos, como dificuldades emocionais, problemas familiares ou desmotivação podem impactar significativamente seu engajamento nas atividades escolares. Nesse sentido, é imperativo que a instituição esteja atenta a sinais de desconexão, tanto em sala de aula quanto nos demais ambientes da escola, e ofereça apoio personalizado para abordar as necessidades individuais através dos serviços de orientação pedagógica e de orientação educacional (SOP e SOE).

Além disso, a maneira como o conteúdo é apresentado desempenha um papel fundamental no engajamento dos alunos, sendo fatores determinantes para o sucesso do processo de ensino e aprendizagem a qualidade e a atratividade das aulas e do material educacional. Cabe destacar que no geral os alunos apenas conseguiram perceber que estavam expostos ao tema da educação para o consumo quando esta era apresentada de forma explícita e em disciplinas eletivas, não observando a presença ou não sabendo relatar que observaram a presença destes conteúdos nas disciplinas tradicionais dos componentes curriculares. Inclusive, houve acesso ao material didático da instituição de ensino, e observamos que tais temas estavam presentes no material didático básico da escola.

Percebemos, então, que a instituição deve adotar métodos pedagógicos inovadores, promovendo abordagens dinâmicas que despertem o interesse dos alunos. A diversificação de recursos, o uso de tecnologias educacionais e a aplicação de métodos interativos são estratégias que podem aumentar a eficácia da entrega do conteúdo. Para isso, é fundamental: incentivar e fomentar a formação continuada dos profissionais de ensino; realizar um acompanhamento detalhado das

atividades desenvolvidas em sala de aula; receber *feedbacks* do corpo docente, do corpo discente e dos responsáveis; atualizar constantemente a sua proposta pedagógica, bem como, quando necessário, as ementas das disciplinas em que seja viável tratar de tais temas de forma mais aprofundada.

Em suma, a identificação e a abordagem proativa diante do baixo engajamento são essenciais para garantir uma educação inclusiva e eficaz. A instituição de ensino desempenha um papel central na identificação e na resposta a esses desafios, promovendo um ambiente educacional que inspira, desafia e atende às diversas necessidades dos alunos, ajudando a formar cidadãos conscientes, possuindo pensamento crítico bem desenvolvido e que possam de fato usufruir dos benefícios da educação transformadora.

Tão ou mais relevante que o papel da escola, o papel da família se mostra essencial para que se crie desde a mais tenra idade uma consciência de consumo. Foi cristalino o maior desenvolvimento no campo da tomada de decisões para o consumo dos alunos que possuíam uma educação financeira intencional e assertiva no âmbito familiar. Entretanto, para que isso seja possível, os próprios responsáveis precisam ter consciência de consumo e noções de educação financeira, para que possam apresentar as boas práticas a seus filhos. Com isso, recomendamos que os responsáveis busquem adquirir essas habilidades, através, por exemplo, de cursos, mentorias e leitura de livros.

Além disso, para promover o aprendizado em educação financeira e consciência de consumo entre os jovens, é essencial que os pais se posicionem como exemplos, exibindo comportamentos de gestão de recursos e compras conscientes. Conversas abertas e regulares sobre orçamento e despesas familiares são cruciais para a compreensão dos adolescentes sobre o gerenciamento de recursos. Também é relevante os adolescentes a administrar seu próprio dinheiro, por meio de um sistema de mesada ou pequenos trabalhos, é fundamental para ensiná-los a valorizar e planejar seus gastos. Ajudá-los a definir e alcançar objetivos

financeiros ensinar o valor do dinheiro e do planejamento. Utilizar ferramentas e jogos educativos pode tornar o aprendizado financeiro mais atraente. Para que isso seja bem-sucedido, os responsáveis devem aprimorar seu próprio entendimento em finanças, pois desempenham um papel vital no desenvolvimento dos comportamentos financeiros dos adolescentes.

6.2 **Sugestões para estudos futuros**

Considerando a relevância do ambiente familiar e escolar na formação da consciência de consumo em adolescentes de baixa renda, sugerimos a realização de novas pesquisas acadêmicas para aprofundar o entendimento sobre essa temática. Investigações futuras poderiam explorar de forma mais aprofundada como as interações e experiências nesses ambientes influenciam atitudes e comportamentos de consumo entre adolescentes de baixa renda de forma específica. Além disso, seria valioso examinar estratégias eficazes implementadas por famílias e instituições educacionais para promover uma consciência de consumo crítica e responsável. Tais estudos contribuiriam significativamente para o desenvolvimento de políticas públicas e programas educacionais mais direcionados e efetivos.

Além disso, o presente estudo utilizou entrevistas em profundidade, realizadas em uma única oportunidade com cada entrevistado. Por isso, estudos futuros poderiam realizar um acompanhamento mais prolongado do grupo de adolescentes de baixa renda.

7

Referências Bibliográficas

ARAUJO, F. F., DA ROCHA, A., CHAUVEL, M. A., & SCHULZE, M. (2013). Meanings of leisure among young consumers of a Rio de Janeiro low-income community. *Leisure Studies*, 32(3), 319-332.

BARROS, C. A “invisibilidade” do mercado de baixa renda nas pesquisas de marketing: as camadas populares consomem ou sobrevivem. II Encontro de Marketing da ANPAD, 2006.

BARROS, C. F. P. Trocas, Hierarquia e Mediação: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. *apud* CHAUVEL, Marie Agnes; MATTOS, Marina Pinto de Abreu Zornoff de. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. Cadernos Ebape. br, v. 6, p. 01-17, 2008.

BARROS, C.; ROCHA, E. In: ROCHA, A. da; SILVA, J.F. da. Consumo na Base da Pirâmide: Estudos Brasileiros, Introdução. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

CABRAL, Daniel Welton Arruda et al. Vygotsky e Freire: os conceitos de “consciência” e “conscientização”. **Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais**, v. 10, n. 2, p. 412-422, 2015.

CHAUVEL, M.A.; MATTOS, M.P. de A.Z. de. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. Cad. EBAPE.BR. Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 01-17, Junho 2008 .

CHIKWECHE, T.; FLETCHER, R. Undertaking research at the bottom of the pyramid using qualitative methods. *Qualitative Market Research: An International Journal*, v. 15, n. 3, p. 242–267, 2012.

CHUEKE, Gabriel Vouga; LIMA, Manolita Correia. Pesquisa Qualitativa: evolução e critérios. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 128, p. 63-69, 2012.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor. 2023. Disponível em:<<https://static.poder360.com.br/2023/06/peic-endividamento-familias-CNC-maio-2023.pdf>>. Acesso em 03/04/2023.

CUNHA, Vinicius; WILCOX HEMAIS, Marcus. " O CALÇADÃO É LEGAL": ESTUDO INTERPRETATIVISTA SOBRE OS SIGNIFICADOS ASSOCIADOS POR CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA A UM POLO COMERCIAL DE RUA. **Revista Economia & Gestão**, v. 18, n. 50, 2018.

DANIELS, H., COLE, M., AND WERTSCH, J. V. (eds). (2007). **The Cambridge Companion to Vygotsky**. New York, NY: Cambridge University Press.

DE PAIVA JÚNIOR, F.G., DE SOUZA LEÃO, A.L.M. AND DE MELLO, S.C.B., 2011. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. *Revista de ciências da administração*, 13(31), pp.190-209.

DOS SANTOS ALVES, Rosemari Pereira; BORTOLIN, Sueli; ALCARÁ, Adriana Rosecler. Técnicas de análise de dados empregadas no Programa de Pós-graduação de Ciência da Informação da Universidade Estadual de Londrina. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 23, n. 51, p. 59-73, 2018.

FISCHER, Daniel; BÖHME, Tina; GEIGER, Sonja Maria. Measuring young consumers' sustainable consumption behavior: Development and validation of the YCSCB scale. **Young consumers**, v. 18, n. 3, p. 312-326, 2017

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1967.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1987.

GANS, Evelyn Bugno Schibelbain et al. A importância da educação financeira para a estabilidade econômica e independência financeira de pessoas de baixa renda. **Revista da FAE**, v. 1, p. 93-102, 2016.

GIROLAMI, Monica Cecilia. Educação e trabalho: um olhar dos jovens de baixa renda do Brasil e da Argentina. 2014.

GLOBO. Panorama das Classes ABCDE. Disponível em: <<https://gente.globo.com/infografico-pesquisa-panorama-das-classes-abcde/>>. Acesso em: 03/04/2024.

HAMILTON, Kathy. Consumer decision making in low-income families: The case of conflict avoidance. **Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review**, v. 8, n. 5, p. 252-267, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Brasileiro de 2022. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 29/03/2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101670.pdf>>. Acesso em: 29/03/2024.

ISAKSEN, Katja Jezkova; ROPER, Stuart. The impact of branding on low-income adolescents: A vicious cycle?. **Psychology & Marketing**, v. 25, n. 11, p. 1063-1087, 2008.

JASIŃSKA, K. K.; GUEI, Sosthène. 13. Ivory coast: Promoting learning outcomes at the bottom of the pyramid. **Learning, Marginalization, and Improving the Quality of Education in Low-income Countries**, 2022.

JOSÉ LODI, Ricardo; WILCOX HEMAIS, Marcus. CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA E O SEU EU ESTENDIDO EM CARROS: UMA PESQUISA INTERPRETATIVISTA. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 17, n. 2, 2019.

MARANDINO, Martha. Faz sentido ainda propor a separação entre os termos educação formal, não formal e informal?. **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 23, p. 811-816, 2017

MARQUES, Luciana Pacheco; MARQUES, Carlos Alberto. Dialogando com Paulo Freire e Vygotsky sobre educação. **Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED)**, v. 29, 2006.

MATTOSO, C.Q.; ROCHA, A. Significados associados às estratégias para solução de problemas financeiros dos consumidores pobres. Encontro Anual

Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2005.

PINTO, M. As experiências de consumo de eletrônicos de consumidores de baixa renda no Brasil. *Revista de Marketing*, v.12, n.1, p. 166-195, 2013.

PRAHALAD, C.K. **Fortune at the Bottom of the Pyramid: eradicating overt poverty through profits**. Wharton School Publishing, 2006, Upper Saddle River, NJ.

PRAHALAD, C.K. IFC Press Release, New Ideas in Business Can Lead to Faster Innovations in Development, October 4th 2006.

PRAHALAD, C.K., HART, S.L. **Strategies for the bottom of the pyramid: creating sustainable development**. *Ann Arbor*, 1001, p.48109. 1999

RIBAS, Felipe de Carvalho. **O uso do Teatro do Oprimido para o aperfeiçoamento de funções psicológicas superiores propostas por Lev Vygotsky, considerando os ensinamentos pedagógicos de Paulo Freire**. 2021.

RIBEIRO, Alexandra Rayssa Nascimento; MAIA, Matheus Ferreira. Endividamento Familiar no Brasil. *Revista Pet Economia UFES*, v. 2, n. 2, p. 37-41, 2022.

ROCHA, Rodrigo Ribeiro. **A educação financeira na base da pirâmide: uma análise da vulnerabilidade do consumidor de baixa renda**. 2015. Tese de Doutorado. Mestrado em Administração.

ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: **Congresso de Administração, Sociedade e Inovação**. 2017.

SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. *Revista de Administração da UFSM*, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.

SANTOS, Rafaela Aires Tavares; RODRIGUES, Waldecy; DE OLIVEIRA NUNES, Carine. Os efeitos da educação financeira no comportamento de consumo: Um estudo com idosos de baixa renda. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 5, p. e47710515269-e47710515269, 2021.

SOUSA, A. C. B. de; PEREIRA, A. S. M. Paulo Freire, o andarilho da utopia: reflexões para a transformação social através da educação. **Práticas Educativas, Memórias e Oralidades - Rev. Pemo**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 1–18, 2020. DOI: 10.47149/pemo.v2i2.3755. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/revpemo/article/view/3755>. Acesso em: 6 fev. 2024.

STANFIELD, James B. The Fortune at the Bottom of the Pyramid in Education. **The Profit Motive in Education-Continuing the Revolution**, 2012.

TODOS PELA EDUCAÇÃO. Anuário Brasileiro da Educação Básica 2021. Disponível em: https://todospelaeducacao.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2021/07/Anuario_21final.pdf. Acesso em 03/04/2024.

TOOLEY, James. Educating Amaretech: private schools for the poor and the new frontier for investors. *Economic Affairs*, v. 27, n. 2, p. 37-43, 2007.

VYGOTSKY, L. S. (1978). **Mind in society: The development of higher psychological processes**. Massachusetts: Harvard University Press

VYGOTSKY, L. S. (2012). **Thought and language**. Cambridge, MA: MIT Press.

VYGOTSKY, L. S. **Psicologia pedagógica**. Porto Alegre: Artmed, 2003.

WRIGHT, J. T. C.; SPERS, R. G. Mercado popular no Brasil: abordagens para geração de negócios e casos de sucesso. São Paulo: Blucher, 2011. *apud* SPERS, R. G.; NAKANDAKARE, L. T. Geração de renda e educação na base da pirâmide populacional: um estudo no município de São Paulo. **Ciencias da Administração**, v. 15, n. 37, p. 52-64, 2013.

ZIMMER, Roberto. As relações entre educação, geração de renda e ocupações no Estado do Rio Grande do Sul. Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia. Porto Alegre, 2011. 89 f

8

Anexo – roteiro de entrevistas

| Conceitos-chave do referencial teórico | Autor | Fonte | Referência do conceito |
|---|--------------|---|-------------------------------|
| Ação libertadora como resultado da conscientização do povo | Paulo Freire | Pedagogia do Oprimido | PF1 |
| Atração do oprimido pelo opressor, consciência colonizada | Paulo Freire | Pedagogia do Oprimido | PF2 |
| Educação dialógica e problematizadora | Paulo Freire | Pedagogia do Oprimido | PF3 |
| Educação para libertação - capacidade de tomar decisões deliberadas e conscientes | Lev Vygotsky | Psicologia Pedagógica e A transformação socialista do homem | LV1 |
| Adaptações das estratégias para atingir consumidor de baixa renda | Pralahad | A fortuna na base da pirâmide | CP1 |
| Consciência de marca e capacidade de consumo (compra, acesso e disponibilidade) | Pralahad | A fortuna na base da pirâmide | CP2 |

Perguntas

1) Qual é o seu nome e a sua idade?

Objetivo: iniciar a conversa, "quebrar o gelo", deixar o entrevistado à vontade.

Conceito de referência: nenhum.

Respostas esperadas: nome e idade.

2) Você costuma fazer compras? Qual foi a última coisa que você comprou?

Objetivo: entender se o entrevistado possui hábitos de consumo e começar a entender quais produtos ele costuma adquirir.

Conceito de referência: CP2

Respostas esperadas: Sim, não, não sei dizer, às vezes/ acredito que a última coisa comprada será um lanche ou um item de lazer.

3) Quando você faz uma compra, você costuma refletir sobre o porquê você está consumindo? Você acha que a educação que você recebeu até hoje impacta nas suas decisões de consumo?

Objetivo: entender se o entrevistado compreende os motivos do ato de compra ou se os realiza sem maiores reflexões, tomando decisões de forma consciente ou não.

Conceito de referência: LV1 e PF2

Respostas esperadas: Sim, não, não sei dizer, às vezes./Eu costumo pensar se realmente preciso fazer aquela compra; eu nunca refleti sobre isso; eu não ligo, quando eu quero algo, só compro

4) Você percebe que há uma adaptação das marcas para te atingir como público-alvo? Me fale de uma marca que você entende ser o público-alvo.

Objetivo: entender se o entrevistado compreende que as marcas fazem adaptações para atingir consumidores de diferentes classes sociais, idades, gêneros, religiões, etc.

Conceito de referência: CP1

Respostas esperadas: Sim, não, não sei dizer, às vezes. Como exemplos esperados: supermercados que estão em áreas periféricas e áreas nobres, lojas de roupa que a propaganda da TV é mais elegante e as

comunicações na loja física são mais populares; valor diferenciado dos produtos em estabelecimentos franquizados.

*Não sei se essa pergunta ficou muito complexa. Possivelmente os alunos pedirão que o entrevistador dê exemplos.

5) Você trabalhou em sala de aula debates e conversas sobre sustentabilidade e consumo consciente? Você acha que essas discussões precisam ser feitas em sala de aula? Por quê?

Objetivo: verificar se o entrevistado compreende o papel da escola como formadora de cidadãos conscientes.

Conceito de referência: PF3

Respostas esperadas: Sim, não, não sei dizer/ A escola é o local para debatermos sobre o tema, pois temos um espaço seguro e confiável para nos expressarmos e obtermos informações confiáveis;

Não acho que a escola seja lugar para isso, devido ao viés político envolvido; nunca pensei sobre isso, não ligo muito.

6) Você mudou algum de seus hábitos de compras por causa de algo que você aprendeu na escola? Se sim, o que foi?

Objetivo: verificar se houve ação libertadora decorrente da conscientização gerada pela educação recebida.

Conceito de referência: PF1

Respostas esperadas: Sim, não, não sei dizer/ Podem citar questões relacionadas a compras por impulso, preferência por itens sustentáveis, preferência por itens duráveis;