

CULTURA DE CONSUMO E INFÂNCIA: A INFLUÊNCIA DA PRODUÇÃO CULTURAL NA FORMAÇÃO DE CONSUMIDORES CONSCIENTES

Patricia Caldara dos Santos*

Resumo: Tendo como base o trabalho dos programas Criança e Consumo e Território do Brincar da organização de impacto socioambiental Alana, este estudo objetiva averiguar como a produção cultural voltada para o público infantil pode agir de forma a moldar uma nova geração de consumidores conscientes. Em uma análise crítica sobre os conceitos da sociedade de consumidores líquido-moderna e a teoria da aceleração social, investigou-se os efeitos da superexposição das crianças ao consumo e à publicidade. Encontra-se uma saída através da regulamentação da publicidade infantil e da conscientização por meio de projetos culturais, bem como pelo estímulo a um melhor uso tempo e dos espaços durante a infância, principalmente por meio de brincadeiras livres, realizadas com um mínimo de interferências. Desta forma busca-se uma maior ressonância com hábitos saudáveis no intuito de diminuir o consumo, além da formação de relações sociais mais sólidas dentro da sociedade contemporânea.

Palavras-chave: consumo, infância, consumo consciente.

* Bacharel em Produção Cultural - UFF

Email: akangatuprodutora@gmail.com / patricia_caldara@id.uff.br