



Anais do Congresso de Iniciação Científica, Estágio e Docência do Campus Formosa

A relação teoria e prática no cotidiano escolar

Universidade Estadual de Goiás

03 e 04 de novembro de 2016

DINHEIRO PROPAGANDA E CONSUMO: ESTUDO COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES BRASILEIROS¹

Sônia Bessa²

Tamires Silva Bessa³

Rebela L. B Costa Damacena⁴

Dayse Souza Costa⁵

RESUMO

A compreensão da realidade econômica e de consumo pela criança começa a partir de suas primeiras idas ao supermercado com os pais. Essa investigação assumiu um desenho descritivo comparativo transversal, empregando metodologia de trabalho qualitativa e quantitativa com objetivos de identificar e descrever como pré-adolescentes e adolescentes brasileiros, de 10 a 16 anos, habitantes de centros financeiros utilizam o dinheiro que recebem; quais seus hábitos de consumo; se decidem sozinhos sobre as compras; onde eles obtêm informações sobre o que querem, e o que gostam de ganhar. Foi constituída amostra com 505 estudantes com idade entre 10 e 16 anos, pertencentes aos níveis socioeconômicos baixo, médio e alto, moradores de uma cidade multifinanceira. Como instrumento foi utilizado um questionário estruturado, desenvolvido por Denegri, a partir de pesquisas anteriores relacionadas a compreensão e uso do dinheiro. A conclusão a que se chega a partir desses estudos é que durante a infância e adolescência ocorre uma forte socialização econômica quanto a valores, atitudes, informações e habilidades que podem levar as condutas mais assertivas ou a formação de condutas e hábitos negativos. Os pré-adolescentes e adolescentes estão desde muito cedo vulneráveis às solicitações intensas de consumo. Tem poder de decisão em suas compras, Os dados demonstram que os participantes recebem dinheiro de seus pais, compram quase sempre os mesmos item, decidem sozinhos a respeito de suas compras, solicitam os mesmos itens como presente, sabem procurar informações sobre o que desejam comprar, assistem aos comerciais e lembram-se daqueles relacionados com entretenimento e bebidas.

Palavras-chave: Consumo, adolescentes, propaganda.

INTRODUÇÃO

A maioria dos estudos de socialização econômica em família tem focado as concepções dos pais sobre o manejo dos gastos dos filhos. Alguns temas têm sido alvo de estudo como a regularidade da mesada, as atitudes, crenças e práticas das famílias a respeito

¹ Trabalho apresentado no CTC-2012 5th International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption 2012 © Arcipelago Edizioni, em Milão-Itália com o título What do they want? A Brazilian pre and teenagers. Atualizado para esse congresso.

² Doutora em Educação pela UNICAMP. Docente do curso de pedagogia da Universidade Estadual de Goiás. UEG. Email: soniabessa@gmail.com

³ Graduada em Educação Física e Pedagogia pelo UNASP-SP Professora do Instituto Adventista Agro Industrial. Atuou como auxiliar de pesquisa.

⁴ Graduada em Pedagogia pelo UNASP.SP professora do município de Formosa-GO. Atuou como auxiliar de pesquisa.

⁵ Graduada em Pedagogia. Professora da Escola Adventista da Serra. Atuou como auxiliar de pesquisa

da quantidade de dinheiro a ser destinada aos filhos, as fontes de obtenção a que os filhos podem recorrer para conseguir dinheiro, por exemplo, trabalhos como lavar a louça, o carro, ou outros serviços domésticos; outro tema gira em torno de que regras e responsabilidades os pais precisam negociar ou impor aos seus filhos etc. Estudos como os de Kerr y Cheadle (1997); Lunt y Furnham, (1996); Furnham y Thomas, (1984^a), (1984b); Godfrey, (1995); Sonuga-Barke y Webley, (1993) enfatizam os aspectos mencionados.

Os primeiros trabalhos de socialização econômica na família surgiram na década de 60 e 70, realizados por Marshall e Magruder, 1960; Prevey, 1965, cuja preocupação teórica era saber como as práticas de socialização econômica dos pais afetavam o conhecimento e a conduta dos filhos quanto a utilização do dinheiro.

Os trabalhos de Strauss (1952 e 1954) e de Strauss e Schuessler (1950 e 1951) são pioneiros sobre as concepções econômicas e tratam, com bastantes detalhes, sobre diversos aspectos da compreensão do dinheiro.

Danziger (1958) estudou 41 crianças australianas entre cinco e oito anos, as concepções sobre relações econômicas e estabeleceu quatro estágios. Connell (1971) realizou estudo com a gênese das ideias políticas de 119 crianças australianas entre 5 e 16 anos.

Gunter e Furnham (2001) destacam as formas como as crianças e jovens raciocinam e compreendem os assuntos econômicos. Estes estudos têm demonstrado que, desde cedo, as crianças e adolescentes não estão indiferentes às questões econômicas, mas constroem ativamente explicações sobre o mundo econômico e estas explicações estão na base de suas condutas de consumo.

Jahoda (1979, 1983) pesquisou as ideias sobre intercâmbio monetário e o funcionamento do banco como instituição financeira com crianças de 6 a 16 anos de diferentes classes sócio-econômicas e provenientes de países diversos como Escócia, Holanda e Zimbawe. NG Hung Sik (1983) realizou um estudo com crianças chinesas de 6 a 13 anos de Hong Kong. Seus resultados indicam que as crianças chinesas obtêm a compreensão completa sobre o funcionamento bancário mais precocemente. Berti e Bombi (Berti e Bombi, 1988; Berti e Grivet, 1990) investigaram em crianças italianas uma série de estudos sobre o desenvolvimento do pensamento econômico, abordaram a compreensão da origem do dinheiro, funções do banco, remuneração pelo trabalho e desigualdade social. A amostra constituiu-se de crianças com idade entre 4 e 14 anos.

Os resultados mostraram que a compreensão da economia é um processo de diferenciação e articulação no qual a criança constrói regras cada vez mais precisas e complexas.

Também foram analisados os problemas que as crianças enfrentam para compreender as características particulares das relações econômicas concluindo que a base estaria na dificuldade em diferenciar o aspecto moral do aspecto econômico. As crianças julgam a conduta econômica com critérios morais que alega ser inadequado buscar benefícios além da sobrevivência. São sentimentos de solidariedade mais presentes em crianças de classes econômicas desfavorecidas. O resultado dos estudos pertencentes ao desenvolvimento de conceitos econômicos parece indicar, em seu conjunto, que a criança está comprometida ativamente em um processo construtivo que demonstra estar estreitamente relacionada com o desenvolvimento de instrumentos cognitivos, porém, mediada fortemente pela influência do nível socioeconômico e do meio cultural e da experiência econômica a que está submetida.

Furth (1980) realizou uma investigação com 195 crianças entre 5 e 11 anos, os resultados indicaram a existência de quatro estágios na compreensão global dos fenômenos sociais. A principal contribuição deste estudo foi provar que as ideias das crianças sobre o mundo social são qualitativamente diferentes dos adultos e que as mudanças quanto ao desenvolvimento cognitivo são resultantes de um processo de construção.

Jahoda (1979, 1981, 1983, 1984) investigou crianças de 6 a 16 anos de níveis sócio-econômico alto, baixo e médio e provenientes de países como Escócia, Holanda e Zimbawe quanto ao desenvolvimento de ideias sobre compra e venda e funcionamento bancário. Jahoda se ateve aos conceitos subjacentes a compreensão dos estudantes, para ele não é importante a aquisição do conceito de dinheiro de forma isolada, mas a compreensão do funcionamento econômico como sistema interligado, com o conceito de lucro e de produção. Ele coloca a importância não somente as habilidades cognitivas dos sujeitos mas também a transmissão social e o impacto do nível sócio-econômico dos sujeitos.

Sik Hung NG (1983), seguiu a mesma linha de pesquisa de Jahoda, replicou os estudos com crianças de 6 a 13 anos com crianças chinesas de Hong Kong, os resultados demonstraram que a compreensão do funcionamento bancário acontecia precocemente nas crianças chinesas. Quanto a empréstimos entre amigos é comum; NG sugere que essa posição pode indicar uma relação muito próxima entre as normas econômicas formais e a esfera pessoal, o que pode ser comum em sociedades altamente comerciais como Hong Kong.

Wong, M.A. (1989) replicou a investigação de NG comparando as crianças chinesas com crianças dos Estados Unidos de 6 a 15 anos. Os resultados são semelhantes aos encontrados por NG, o que chamou a atenção foi o valor emocional das crianças de Hong Kong, o que supõe a transmissão social dos sistemas educacionais e da família, os dados permitiram visualizar a importância do conhecimento social e os processos de socialização econômica.

Leiser, Sevón y Lévy (1990) indicou que a idade dos sujeitos é um fator que exerce influência importante no nível de compreensão de diferentes conceitos econômicos. Em todos os sujeitos o conhecimento se aprofundava e ampliava com a idade, embora algumas atitudes permanecessem estáveis. Os sujeitos mais jovens conceituam a economia numa perspectiva de homem social, enquanto nos maiores aparece o conceito de homem econômico. Tanto os estudos aqui descritos como muitos outros realizados evidenciam que as explicações dos sujeitos apresentam elementos em comum.

Furnham e Thomas (1984a; 1984b) com uma amostra de 200 adultos ingleses investigaram a relação entre os aspectos demográficos e a percepção das necessidades de dar dinheiro as crianças em forma de mesada. Seus resultados mostraram que as famílias com pais jovens tinham uma maior tendência a instituir uma mesada regular para as crianças menores, enquanto nos pais mais velhos havia uma resistência maior à concessão de mesada e quando o faziam era somente para atender a necessidade momentânea. Conclusões similares a essas foram encontradas também por Lassarre, (1996) com uma amostra de 246 crianças e jovens franceses de classe média, e Furnham Argyle (1998) com a classe baixa na Inglaterra. Em ambos os estudos foi constatado que os adultos da classe trabalhadora introduzem mais tarde a prática irregular de entrega de dinheiro a seus filhos, com mais frequência que na classe média. Antes desses dois estudos mencionados Feather (1991), na Austrália, relacionava a entrega de dinheiro de forma regular às crianças com valores éticos de cada família, observando que os pais que valorizavam a autonomia como um aspecto importante no desenvolvimento dos seus filhos eram mais regulares na entrega de mesada e, desde quando as crianças eram menores, solicitava-lhes a administração da mesada.

Em estudo feita com pais sobre as práticas de socialização econômica Sonuga-Barque e Webley (1993) concluíram que uma grande percentual de pais não realizam nenhum esforço sistemático para ensinar aos filhos o uso adequado do dinheiro, embora estes considerem a importância do mesmo. Foram encontrados cinco métodos que as mães usavam para ensinar aos filhos estratégias de utilização do dinheiro e do consumo. 1) proibir certas compras, 2) solicitar a leitura de alguns tipos de livros ou revistas informativas; 3) discutir com as crianças sobre o uso do dinheiro; 4) dar bons exemplos e 5) permitir que a criança aprenda com suas próprias experiências.

Quanto aos estilos de liderança paterna as investigações de Carlson y Grossbart (1988), verificaram que os pais democráticos informam melhor aos filhos e dão a eles maiores oportunidade de experiências econômicas que os pais autoritários. Rabow e Rodríguez (1993) encontraram diferenças de gênero na entrega de dinheiro para meninos e

meninas, sendo que os meninos de classe média baixa recebiam mais dinheiro que as meninas da mesma classe.

Mory e Lewis (2001) em um extenso estudo com 637 sujeitos ingleses com idade entre 16 e 60 anos verificaram que os métodos utilizados para a alfabetização econômica das famílias eram muito variados. 58% deles davam uma mesada para os filhos, 46% incentivavam-nos a realizar operações bancárias, 37% apoiavam a economia a curto prazo (cofres) e somente 32% dos pais conversavam com os seus filhos sobre o uso do dinheiro. Uma percentagem muito pequena das famílias se preocupava em orientar seus filhos, os demais utilizavam métodos diversos de forma esporádica ou de acordo com as circunstâncias, ou quando surgia interesse por parte das crianças. Os autores também observaram diferenças entre a profissão dos pais e as práticas de socialização econômica. As famílias de nível sócio-econômico baixo (classes D e E) davam poucas informações econômicas para seus filhos; cerca de, apenas 21% comparando-se com os pais de nível sócio-econômico maior, que compreendiam 83%, nesse mesmo estudo, 45% dos pais alegaram não ter recebido nenhuma informação econômica de suas famílias de origem, esse tipo de resposta foi maior entre as pessoas maiores de 55 anos. Elas alegavam formar os seus filhos da mesma maneira como haviam sido formadas (ou não formados). Resultados semelhantes foram encontrados em estudos prévios de Carlson Grossbart (1988); Carlson; Walsh, Lacznia Grossbart em (1994).

Denegri, Palavecinos, Gempp e Costa (2005) descreve as estratégias e práticas de socialização econômica numa amostra Chilena de 132 famílias de classe média. As famílias foram selecionadas por cotas fixas de acordo com a estrutura familiar, biparental ou monoparental, com no máximo 3 filhos cujos pais tinham idade entre 25 e 35 anos e com filhos de ambos os sexos e com no máximo, 16 anos. Os resultados assinalam que existe consenso entre as famílias a respeito da necessidade de educar as crianças no uso do dinheiro e que esta é uma responsabilidade dos pais. Existe uma ampla dispersão entre as práticas que os pais dizem utilizar para alfabetizar os seus filhos no uso do dinheiro, mas são intuitivas, pouco sistemáticas e isoladas, não constituindo estratégias de socialização, e mostrando inconsistência entre os valores expressos pelos pais e as práticas que empregam. Uma das maiores contribuições do trabalho de Denegri e seus colaboradores, foi o fato dos aspectos macro-econômicos serem incluídos num modelo evolutivo da psicogênese do conhecimento econômico.

Vários estudos na América Latina apareceram, nos últimos anos, sobre o desenvolvimento dos conceitos econômicos na infância e na adolescência Denegri (1995a)

Denegri (1997) Denegri, Delval, Ripoll, Palavecinos Y Keller, (1998a) Denegri, Delval, Palavecinos, Keller e Gempp (2000). Amar, Abello e Denegri (2001) realizaram uma série de estudos sobre a compreensão da economia na infância e adolescência, considerando amostras espanholas, Chilenas e colombianas. Os mais extensos trabalhos, no entanto, correspondem ao Projeto Fondecyt 1970364 e ao Projeto Consciências número 1215-11-369-97, com uma amostra de 500 participantes de 6 a 18 anos, dos níveis sócio-econômicos alto, médio e baixo residentes em cidades multifinanceiras e cidades com funcionamento financeiro limitado da IX Região do Chile. Este com uma mostra de 486 sujeitos de 6 a 18 anos, dos níveis sócio-econômicos alto, médio e baixo residentes em cidades multifinanceiras e cidades com funcionamento financeiro limitado da costa do caribe colombiano.

Esses trabalhos permitiram constatar quais as principais dificuldades de crianças, adolescentes e adultos em compreender a economia do dia a dia e como atuar de forma eficaz. Verificou-se também que a não compreensão desses elementos redundava em sérios problemas econômico-sociais, gerando, assim, sérios problemas de ordem econômica e ou social. Os principais problemas encontrados nesses estudos dizem respeito à compreensão sobre a origem e a circulação do dinheiro nas inter-relações e aos fatores que determinam os aspectos econômicos, que se mantêm, inclusive, em relação à compreensão dos processos econômicos em adultos de classe média. Fatores como a escolarização, a cidade de moradia, o gênero e, fundamentalmente, o nível sócio-econômico influenciaram no modo pelos quais crianças, adolescentes e adultos compreendem os fenômenos econômicos e o desenvolvimento de hábitos de consumo e atitudes em direção ao endividamento.

Estudo desenvolvido por Denegri, Delval, Ripoll, Keller e Palavecinos (1998b) com 500 estudantes chilenos entre 6 e 18 anos, dos níveis sócio-econômico alto, médio e baixo propõe a existência de uma seqüência evolutiva que mostra um padrão de mudança conceitual próprio de uma construção progressiva e que permite identificar a existência de três níveis de desenvolvimento do pensamento econômico. O modelo global, desenvolvido por Denegri, compreende o desenvolvimento das idéias econômicas: origem, função, acumulação e circulação de dinheiro. Um segundo modelo permite conhecer as representações acerca de pobreza e desigualdade social.

Tais investigações e outras que se seguiram, permitiram comprovar a hipótese dos níveis de psicogêneses do pensamento econômico. Denegri et. Al (Denegri, 1995a, Denegri, Delval, Ripoll, Palavecinos y Keller, 1998a; 1998b; Denegri, Delval, Palavecinos, Keller y Gempp, 2000 e Amar, Abello y Denegri, (2001) com amostras espanholas, Chilenas e

colombianas comprovaram a existência de três níveis de desenvolvimento do pensamento econômico que vão desde representações pré-econômicas até elaborações conceituais complexas. Os níveis de desenvolvimento também consideram os elementos cognitivos e a socialização econômica formal e informal. Considerando os estudos de socialização econômica essa investigação teve como objetivos: identificar e descrever como as pré-adolescentes e adolescentes brasileiros, de 10 a 16 anos, habitantes de centros financeiros utilizam o dinheiro que recebem; quais seus hábitos de consumo; se decidem sozinhos sobre as compras; onde eles obtêm informações sobre o que querem, e o que gostam de ganhar.

METODOLOGIA

Para a realização deste estudo foi constituída amostra com 505 estudantes com idade entre 10 e 16 anos, pertencentes aos níveis socioeconômicos baixo, médio e alto, moradores de uma cidade multifinanceira do Estado de São Paulo, Brasil.

A amostra foi selecionada intencionalmente, considerando três variáveis de controle: nível socioeconômico, gênero e idade. O nível sócio econômico foi definido pelo tipo de escola (pública e particular) frequentada pelos estudantes com idade entre 15 e 16 anos.

Como instrumento foi utilizado um questionário estruturado, desenvolvido por Denegri (2004) a partir de pesquisas anteriores relacionadas ao consumo televisivo e a compreensão e uso do dinheiro. Ele é composto por 14 questões de múltipla escolha e abertas. Para esse artigo serão apresentadas 8 questões analisadas a partir da variável nível socioeconômico.

A pesquisa assumiu um desenho descritivo comparativo transversal, empregando metodologia de trabalho qualitativa e quantitativa. A análise de dados provenientes dos questionários aplicados foi tabulada pelo programa estatístico SPSS, versão 13.0. O conjunto de dados permitiu realizar uma análise exploratória para identificar a relação entre as variáveis de controle. Posteriormente, foi feita uma análise descritiva com apresentação de tabelas de frequências absoluta e relativa para variáveis categóricas. O nível de significância adotado para os testes estatísticos foi de 5%. $P=0,05$. Para comparação de proporções foi utilizado o teste qui-quadrado e para comparação de medidas contínuas ou ordenáveis entre os grupos foi utilizado o teste de Kruskal-Wallis.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao analisar os resultados (tabela 1) verifica-se que nas questões relacionadas ao dinheiro, 55,4% dos estudantes recebem dinheiro somente quanto pede em todos os níveis

socioeconômicos. A maioria dos pais repassam dinheiro aos seus filhos quando estes pedem, sem uma regularidade e é possível que também não haja prestação de contas desse dinheiro, ficando ao critério dos filhos usarem como quiserem o dinheiro recebido. Considerando a quantidade de dinheiro recebida, não foi encontrada diferença significativa quanto ao nível socioeconômico. Cerca de 3% da amostra recebe dos pais o quanto pede, independente da quantia.

Estudantes de nível socioeconômico mais alto recebem quantias maiores que os demais níveis. Embora, não tenha sido encontrado diferenças significativas entre os níveis alto médio e baixo. Os estudantes de nível socioeconômico baixo recebem mais dinheiro do que os de nível médio.

Pais com menor recurso financeiro são os mais generosos no repasse de dinheiro aos filhos. É comum encontrarmos pais repassando dinheiro aos filhos em troca de favores como lavar a louça, o carro, cortar a grama, tirar boas notas, passar de ano escolar etc.. Contudo, a maioria dos estudantes pesquisados recebe o quanto pede, quando “necessitam” independente do serviço executado.

Tabela 1 – frequência de repasse de dinheiro para os filhos

		Recebe dinheiro para gastar/comprar			
		todos os dias	semanal	mensal	só quando pede
Nível sócio econômico	alto	7,2%	14,5%	26,1%	52,2%
	medio	9,2%	10,2%	28,6%	52,0%
	baixo	6,3%	11,6%	21,6%	60,5%
Total		7,3%	12,5%	24,8%	55,4%

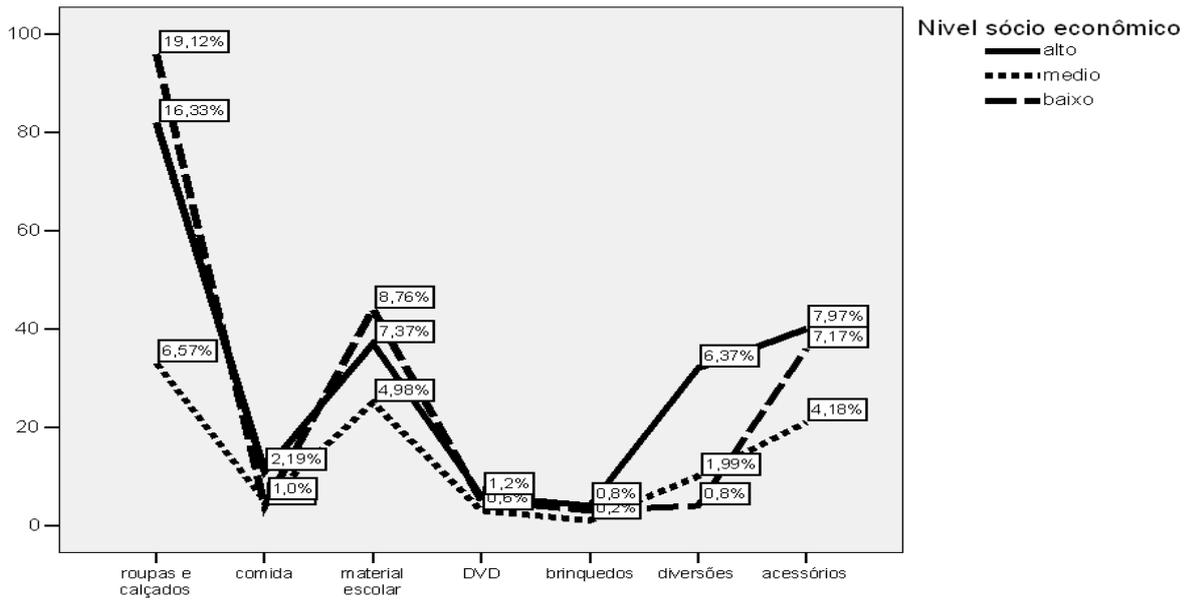
Fonte: dados organizados pela pesquisadora.

Outra questão importante que foi considerada é a forma como os adolescentes ganham o dinheiro que recebem. 74,4% dos estudantes informa que decide sozinho como gastar o dinheiro, somente 19,4% diz que a decisão de utilização do dinheiro é feita conversando com os pais; 2,4% informa que os pais decidem com o que gastar e 3,4% alegam não receber nenhum dinheiro dos pais.

Em relação às compras realizadas com o dinheiro recebido, encontraram-se os seguintes resultados:

Imagem 1 - Sonho de consumo dos adolescentes

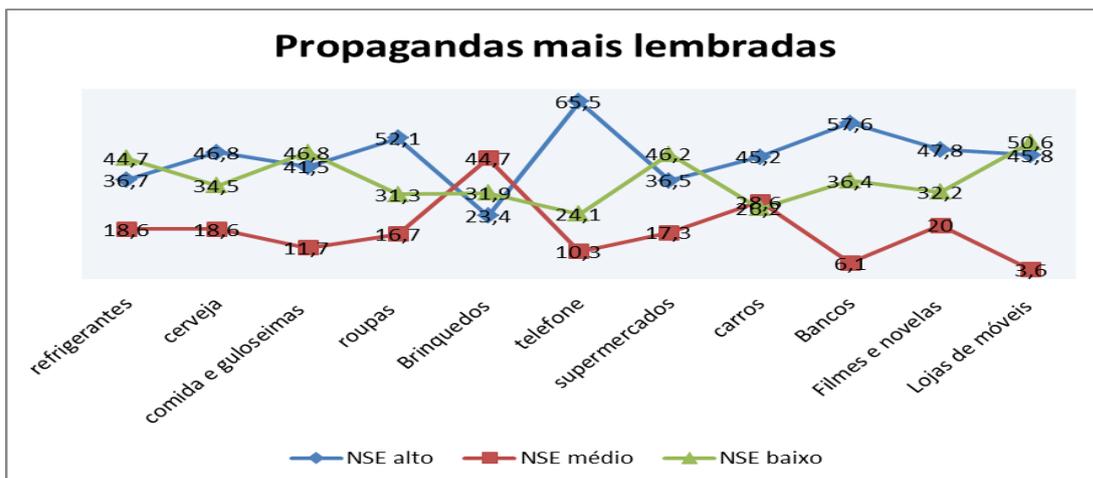
O Que costuma comprar



Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras

A relação das propagandas com os desejos de consumo foi considerada quando foi perguntado aos estudantes, qual propaganda se lembravam. Foram encontradas sete grandes categorias: roupas e acessórios; material escolar; comida; DVD; brinquedos; diversões e acessórios. Os estudantes de nível socioeconômico baixo compram mais roupas e calçados, acessórios e material escolar que os de alto e médio. O nível socioeconômico alto gasta mais somente com diversão. O nível socioeconômico médio apresentou índices de consumo mais baixo em relação aos outros níveis. Um dado interessante é que das propagandas mais lembradas não consta nenhum desses itens. Comida teve um índice baixo de lembrança e as propagandas de bebidas são as mais lembradas pelos estudantes.

Imagem 2 - relação de propagandas mais lembradas pelos estudantes.



Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras

Foi perguntado aos estudantes que tipo de presente gostaria de ganhar de aniversário. Para essa questão foi encontrada diferença significativa $P < 0,005$ quanto ao nível socioeconômico. Os estudantes do nível socioeconômico alto preferem “roupa”, “celular” e “computador”, enquanto os de baixo preferem “computador” e “celular” com a mesma proporção. “Vídeo game” e “roupas” foram os itens mais baixos para estes estudantes. Brinquedos tiveram praticamente a mesma preferência nos três grupos. O nível socioeconômico médio manteve itens quase iguais em todas as categorias.

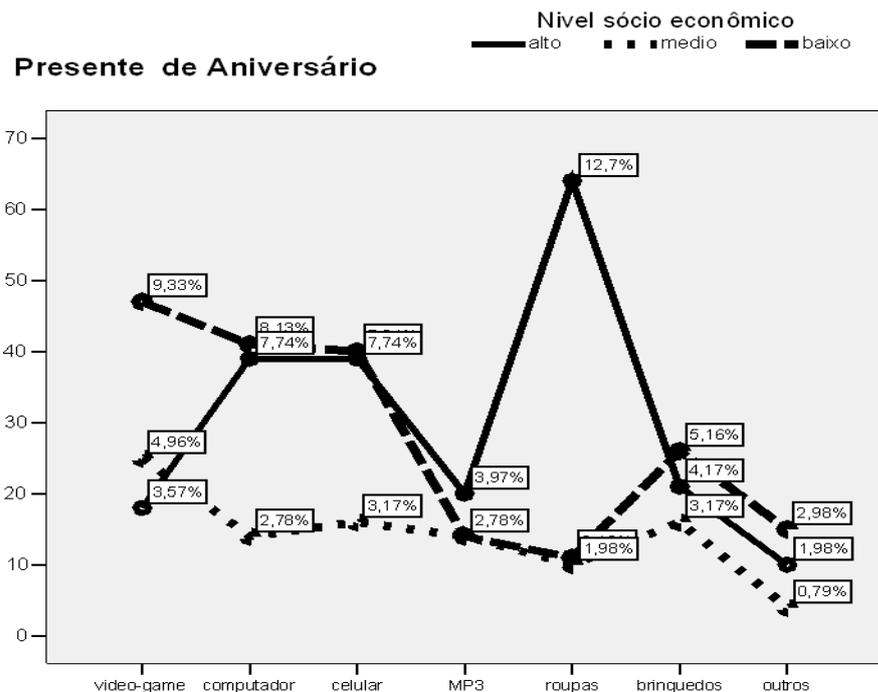


Imagem 3 - expectativas de presente

Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras

Os objetos mais desejados como presente são roupas e acessórios que também aparecem com o maior percentual de coisas que compram. Somente 9,52% dos estudantes não ganham o presente que pede; 19,2% respondeu que sim e 71,2% às vezes. 61,4% da amostra obtém informações sobre o que quer comprar nas lojas, seguida de 13,7% dos amigos; 11,5% da Internet; 8,1% das propagandas e 5,3% dos pais. Quanto ao local em que costuma gastar seu dinheiro, não houve diferença significativa entre os níveis socioeconômicos. 35,9% gasta em lojas próximas de casa; 35,1% no shopping; 8% na rua; 7,6% em docerias; 5% em jogos; 4% em supermercados e 3% outros. O motivo pelo qual se compra nesses lugares são vários e não houve diferença significativa entre os níveis socioeconômicos. 38,8%

por costume; 30% por ter mais opções; 12,8% porque é mais barato; 7,7% tem mais qualidade; 6,3% é mais perto de minha casa.

Na questão sobre se assistem os comerciais que passam na televisão observou-se que 34,3% assiste aos comerciais, e 8,9% alegou que não assiste. Um número bem pequeno mostrou-se indiferentes aos comerciais, e 56,7% admite que assiste alguns comerciais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Crianças e adolescentes estão desde muito cedo inseridas no mundo econômico e, portanto, participam de situações de consumo e lidam com o dinheiro, recebendo dos pais significativa quantia. Os pré-adolescentes e adolescentes recebem dinheiro para seus gastos e possuem comportamento de consumidor. Buscam informações sobre os produtos que querem comprar e possuem autonomia nas compras que realizam. Apesar de não haver relação significativa entre compra e comerciais de televisão, pode-se considerar que seus programas e personagens preferidos podem exercer influência em seus gostos, maneira de agir, vestir, vocabulário dentre outros e, isso por si só, significa uma influência considerável em seu comportamento. Também não se entende porque recebem dinheiro se os pais são os provedores de suas necessidades.

A conclusão a que se chega a partir desses estudos é que durante a infância e adolescência ocorre uma forte socialização econômica quanto a valores, atitudes, informações e habilidades que podem levar as condutas mais assertivas ou a formação de condutas e hábitos negativos. Tanto a socialização como a educação para o consumo tem como objetivos promover conhecimentos, habilidades, hábitos, atitudes e valores destinados a tornar a conduta do consumidor eficiente e satisfatória para a manutenção de uma vida digna frente aos desafios atuais do mundo globalizado.

Os pré-adolescentes e adolescentes estão desde muito cedo vulneráveis às solicitações intensas de consumo. São tratados como clientes porque possuem dinheiro e poder de decisão em suas compras, além de influenciarem as compras de sua família. A socialização do consumidor é baseada em dois processos de aprendizagem: o de desenvolvimento intelectual e o de aprendizagem social. O primeiro se baseia na teoria piagetiana. O segundo explica que a aprendizagem se dá pela interação entre o indivíduo e agentes de socialização. Nesse sentido, considerando os resultados da amostra fica a pergunta: quem está ensinando esses jovens a serem consumidores conscientes e a utilizarem seu dinheiro com responsabilidade?

Evidencia-se assim a necessidade de procedimentos didáticos que favoreçam a educação econômica de crianças, jovens e adultos e o processo de desenvolvimento das pessoas em todos os seus aspectos e contribuir para a prática pedagógica de profissionais da educação e orientação educacional familiar, pessoal e infanto-juvenil.

REFERENCIAS

- AMAR, J.; ABELLO, Raimundo; DENEGRI, Marianela. *El desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativo y calidad de vida*. Colombia: Informe final Proyecto COLCIENCIAS n° 1215-11-369-97. 2001.
- AMAR. – DENEGRI.- MARTINEZ. La construcción de representaciones sociales acerca de la pobreza y desigualdad social en los niños en la región caribe colombiana. *Investigación y Desarrollo*. n.2(v.9), p. 592-613.2001.
- BERTI, A. E. Y BOMBI, A. S. *The child's construction of economics*. Cambridge: Cambridge University Press. 1988.
- BERTI, A.E. Y GRIVET, A. *The development of economic reasoning in children from 8 to 13 years old: Price Mechanism*. *Contributi di Psicologia*, 3, III, 37-47. 1990.
- CARLSON, L. & GROSSBART. *An investigation of mother's communication orientation and patterns*. *Advances in Consumer Research*, v.17, pp. 804-812, 1990.
- CARLSON, L. Y GROSSBART. *Parental style and consumer socialization*. *Journal of Consumer Research*, 15. 77-94. 1988.
- CARLSON, WALSH, LACZNIAK Y GROSSBART, *Family communication patterns and market place motivations, attitudes and behavior of children and mother*. *The Journal of Consumers Affairs*, 28, 25-33. 1994.
- CONNELL R. W. *The Child's Construction of Politics*. Carlton, Victoria: Melbourne University Press. 1971.
- DANZIGER, K. *Children's earliest conceptions of economic relationships (Australia)* *Journal of Social Psychology*, 47, 231-240. 1958.
- DENEGRI, M. KELLER, A., PALAVECINOS, M., RIPOLL, M., E DELVAL, J. *Psicogénesis de las representaciones acerca de la pobreza y desigualdad social: estudio evolutivo con niños y adolescentes de ciudades con funcionamiento financiero limitado de la IX región*. *Psyke*, 7 (2), 13-24. (1998a)
- DENEGRI, M. KELLER, A., PALAVECINOS, M., RIPOLL, M., E DELVAL, J. *Desarrollo del Pensamiento económico en la infancia y la adolescencia*. *Boletín de Investigación Educativa*, 13, 291-308. (1998b).

- DENEGRI, M. *El desarrollo de las ideas acerca de la emisión monetaria en niños y adolescentes: Estudio exploratorio*. Revista del Instituto de Ciencias de la Educación, Nº 9, Enero-Abril, 47-62 1995a
- DENEGRI, M. PALAVECINOS M. T. FUENTEALBA, GEMPP R. F.; COSTA, C. C. Socialização econômica em famílias chilenas de classe média: educando cidadãos ou consumidores?. *Psicologia & Sociedade*, vol.17, n. 2, 88-98. 2005.
- DENEGRI, M. *Psicogénesis de las ideas em torno a la relación Estado – Economía*. In: L. Guzmán (Ed.) *Exploraciones em Psicología Política I*. Santiago de Chile. Universidad Diego Portales. 1997.
- DENEGRI, M.C. *Informe de investigación: Consumo televisivo y prácticas de uso del dinero*. Chile: UFRO. 2004.
- DENEGRI, M. *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Temuco: Kolping Impresores. 1999.
- FEATHER, N. T. *Variables relating to the allocation of pocket money to children: Parental reasons and values*. *British Journal of Social Psychology*, 30, 221-234. 1991.
- FURNHAM, A. Y ARGYLE, M. *The psychology of money*. London: Routledge. 1998.
- FURNHAM, A. Y THOMAS, P. *Adult perceptions of the economic socialization of children*. *Journal of Adolescence*. 7, 217-231. (1984a).
- FURNHAM, A. Y THOMAS, P. *Pocket money: A study of economic education*. *British Journal of Developmental Psychology*, 2, 205-212. (1984b).
- FURTH, H.G. *The World of grown – ups. Children’s conceptions of society*. Nova York: Elsevier North Holland. 1980.
- GODFREY, N. *A penny saved. Teaching your children the values and life skills they will need to live in the real world*. New York: Simon y Schuster. 1995.
- GUNTHER, B.- FURNHAM, *As crianças como consumidoras*. Lisboa: Instituto Piaget. 2001.
- JAHODA, G. *European lag in the development of an economic concept: A study in Zimbabwe*. *Brithish Journal of Developmental Psychology*. 1, 113-120. 1983.
- JAHODA, G. *The construction of economic reality by some Glaswegian children*. *European Journal of Social Psychology*. 9, 115-127. 1979.
- JAHODA, G. *The Development of Thinking about economic institutions: the abnk Cahiers de Psychologie Cognitive*, 1, 55-73. 1981.
- JAHODA, G. *The Development of thinking about socio-economicsystems*. *The social Dimension*, vol.I, Cambridge: Cambridge University Press. 1984.

KERR, M. Y CHEADLE, T. *Allocation of allowances and associated family practices*. Children's Social and Economic Education, 2, 1 -11. 1997.

LASSARRE, D. *Consumer education in French families and schools*. In P. Lunt y A. Furnham (Eds), Economic socialization (pp. 130-148). Cheltenham: E. Elgar. 1996.

LEISER, D., SEVÓN, G., Y LÉVI, D. *Children's economic socialization: Summarizing the cross-cultural comparison of ten countries*. Special Issue: Economic socialization. Journal of Economic Psychology, 11(4), 591-631. 1990.

LEISER, D.; SEVON, G. Y LEVI, D. *Children's economic socialization: Summarizing the cross-cultural comparison of ten countries*. Special Issue: Economic socialization. Journal of Economic Psychology, vol 11(4) 591-631. 1990.

LUNT, P & FURNHAM, A. (Eds). *Economic socialization, the economic beliefs and behaviours of young people*. Cheltenham: E. Elgar, 1996.

MARSHALL, H. Y MAGRUDER, L. *Relations between parents' money education practices and children's knowledge and use of money*. Child Development, 31, 253-284. 1960.

MORI, LEWIS, A. *Money in the contemporary Family*. Nestle Family Monitor, 2001.

MOSCHIS, G.P; - CHURCHILL, G.A. Jr. Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*. n.4 (15), p. 599-609. 1978.

NG, S.H. (1983) *Children`s ideas about the bank and shop profit: Developmental stages and influences of cognitive contrast and conflict*. Journal of Economic Psychology, 4, 209-221. 1983.

PREVEY, R. *A quantitative study of family practices in training children in the use of money*. Journal of Educational Psychology, 36, 411-428. 1965.

RABOW, J. Y RODRIGUEZ, K. *Socialization toward money in Latino families: An exploratory study of gender differences*. Hispanic Journal of Behavioral Science, Vol 15, N° 3, 324-341. 1993.

SONUGA-BARKE, E. & WEBLEY, P. *Children`s saving: a suty in the development of economic behaviour*. Hove: Lawrence Erlbaum. 1993.

STRAUSS, A.L. E SCHUESSLER, K. *Socialization, logical reasoning, and concept development in the child*. American Sociological Reviw, 16, 514-523. 1951.

STRAUSS, A.L. *The development and transformation of monetary meanings in te child*. American sociologica. I Reviw, 27, 275-284. 1952.

STRAUSS. A.L.*The development of conceptions of rules in children*. Child Development, 25, 192-208. 1954.

WONG, M. *Children's acquisition of economic knowledge: Understanding banking in Hong Kong and the USA*. In J. Valsiner (Ed.), *Child development in cultural context* (pp. 225-246). Norwood, NJ: Ablex. 1989.