

OFICINA ITINERANTE “CONSUMO CONSCIENTE”

LUCIANO MARTINS DA ROSA¹; ANDERSON WEBER PEREIRA²;
JULIANDERSSON VICTORIA ALEXANDRE³; KAINAN RODRIGUES DOS
SANTOS⁴; LIZ CRISTIANE DIAS⁵

¹*Universidade Federal de Pelotas – lucianomartinsdarosa@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – andyweber20@hotmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – juliandersonvictoria@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – kainansanto@hotmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – liz.dias@yahoo.com.br*

1. INTRODUÇÃO

As oficinas itinerantes são parte do projeto disciplinar do PIBID Geografia UFPel, onde, com temáticas relacionadas ao curso, procura-se levar propostas e conteúdos reflexivos, além de atividades complementares para professores e alunos da rede pública de ensino.

A oficina sobre Consumo Consciente objetiva oportunizar e apresentar um debate frente ao consumismo enfatizando as consequências do mesmo, tendo como proposta de intervenção o desenvolvimento de práticas pedagógicas que permitam a análise e o questionamento do tema por docentes e discentes. O trabalho visa resgatar momentos históricos e questões que vieram a modificar as relações de comércio e consumo em escala global, e identificar nesses momentos históricos práticas que intensificaram as relações de consumo na sociedade. Desenvolve-se também a discussão referente ao quadro atual no quesito consumo, enfatizando suas principais causas e consequências no ambiente, seguido de uma abordagem de como trabalhar este assunto com os alunos em sala de aula.

Um dos propósitos da oficina é considerar a Educação Ambiental interdisciplinar e com abordagem global, não podendo então ser fechada dentro do processo educativo, mas apresentado de uma forma que a considere parte de todas as disciplinas (REIGOTA, 2012), com um diálogo que vá além do ensino de geografia ou de qualquer disciplina em particular.

O emergente tema surge da necessidade evidente de compreender que a sociedade do consumo gera grande pressão sobre o meio ambiente, explorado para a produção da maior parte dos produtos consumidos, em excesso, nos dias atuais. Porém, fica evidente, e é fundamental considerar o que traz FURRIELA (2001), sobre a existência de uma grande desigualdade no poder de consumo ao se comparar duas sociedades distintas, ou ainda dois segmentos de uma sociedade desigual, marca do capitalismo, buscando apresentar reflexões e práticas pertinentes, mas sem desconstruir ou cercear da chamada “nova classe média” as atividades de consumo ampliadas com as mudanças econômicas das últimas décadas.

A oficina apresenta alguns exemplos de trabalhos práticos já realizados, com um recorte direcionado principalmente para o consumo infantil e suas implicações. Ela pode ser trabalhada tanto em sala de aula, devido a sua facilidade de ser organizada e a possibilidade de debates e reflexões, quanto no âmbito de minicursos para diferentes realidades e sujeitos.

2. METODOLOGIA

A oficina itinerante Consumo Consciente inicia-se com a apresentação da versão reduzida do documentário “CRIANÇA, A ALMA DO NEGÓCIO (VERSÃO REDUZIDA)”, de 2008, em que é retratada, principalmente, a influência das propagandas sobre as crianças e a mudança nos modos de diversão e alimentação desse público causado pelo grande contato com a televisão e um cotidiano midiatisado.

Em seguida, realiza-se a dinâmica denominada: “Produtos de necessidades vitais e produtos de necessidades forjadas”. Nesta atividade os participantes se dividem em subgrupos com até cinco componentes, em que estes recortam de revistas e jornais imagens de bens de consumo que consideram ser de necessidade vital e os que consideram ser de necessidade forjada. Após, cada grupo constrói um cartaz contendo as imagens dos produtos escolhidos e apresenta o mesmo para o restante dos participantes da oficina. Com isso, gera-se um debate acerca do tema consumo.

Após, os integrantes do grupo da oficina realizam uma apresentação de slides, para problematizar a temática do consumo, apresentando questões acerca do consumo infantil, capitalismo, globalização, consumismo, consumo verde, publicidade e propaganda na infância e mídias; além de dicas de leitura, de páginas e sites dedicados à temática que podem auxiliar na busca pelo consumo consciente. Como finalização da oficina, é entregue a cada participante um flyer denominado “Consumo consciente e transformador”, com dez passos de conscientização, tanto a respeito da produção, quanto sobre o consumo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Baseado em alguns referenciais teóricos e manuais, como o Manual de Educação para o Consumo Sustentável, do Ministério da Educação, o presente projeto teve por finalidade desenvolver um pensamento crítico acerca da relação sociedade-consumo, com ênfase no público infantil, uma vez que, essa parcela da população possui, segundo o documentário trabalhado, já citado, cerca de 80% de influência sobre o consumo das famílias. Desse modo, a pesquisa discute esse modo de vida consumista, que envolve todos em sua rede de necessidades reais e necessidades criadas pelas mídias, através de seus grandes patrocinadores, alimentando o hábito do consumo capitalista.

Tais análises e discussões puderam ser realizadas mediante atividades propostas nas oficinas ofertadas com a temática do projeto, sendo proporcionados espaços de reflexões e debates, relacionados a problemática, envolvendo o consumismo nos dias atuais e qual o impacto no modo de vida da sociedade em que se vive e no mundo. Momentos esses que configuraram o exercício prático da teoria a qual sustenta o projeto, e tem por finalidade a aplicação em sala de aula.

O projeto contou com a fase de sua construção, embasado em revisão bibliográfica, posterior estruturação do projeto e aplicação mediante oficinas ofertadas a professores da rede municipal de ensino de Pelotas, e em eventos do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência, da Universidade Federal de Pelotas, com aplicações da oficina na II Mostra e Seminário do PIBID Geografia UFPel: perspectivas atuais e atividades docentes (área), e no III Seminário PIBID-UFPel: avaliando e superando desafios da docência (geral), e ainda exposição de banner no II Encontro de Práticas de Ensino de Geografia da Região Sul – Geografia

ou Geografias: Práxis Educativa e Formação Docente, realizado na Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis, estando o mesmo em processo de contínuos estudos e aperfeiçoamento, sendo constantemente readequado às demandas e urgências, de acordo com os questionamentos e debates mais perceptíveis, principalmente no que se refere a suporte teórico para discussões mais atuais e novas práticas, permitindo desse modo, novas pesquisas no campo em que o projeto vem sendo desenvolvido e aplicado quando oportunizado.

4. CONCLUSÕES

Durante todo o processo de elaboração do projeto até a fase de realização das oficinas pode-se observar a emergência do tema "consumo consciente" na atualidade, assim como a importância de trabalhar o assunto no contexto escolar e as diferentes concepções referentes a temática. Essas constatações se confirmaram ainda mais durante a aplicação das oficinas, que por sua vez teve uma grande procura pelos estudantes e principalmente dos oriundos de cursos de licenciatura. Além disso, nas discussões propostas na atividade evidenciou-se algumas divergências em pontos de vista, que deram margem ao debate e à reflexão.

Acredita-se, assim, que a oficina contribuiu na construção de uma consciência ambiental mais crítica e politizada, tanto para os integrantes do grupo, como para aqueles que participaram da oficina, propiciando debates complexos e reflexivos, além de propostas de atividades práticas para a docência.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Manual de educação para o consumo sustentável**. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>>. Acesso em 20 jun. 2015.

FURRIELA, R. B. Educação para o consumo sustentável. In: **CICLO DE PALESTRAS SOBRE MEIO AMBIENTE – PROGRAMA CONHEÇA A EDUCAÇÃO – CIBEC/INEP**. Brasília, 2001. Anais MEC/SEF/COEA, 2001, p. 47-55.

REIGOTA, M. **O que é Educação Ambiental**. Coleção Primeiros Passos, São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

criançA, A ALMA DO NEGÓCIO (VERSÃO REDUZIDA). Produtora: Maria Farinha Produções. Direção: Estela Renner. Produção Executiva: Marcos Nisti. Documentário, 10'06". Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n0zK8v245oM>>. Acesso em 25 jun. 2015.