

CONSUMO CONSCIENTE

Marcelo Cardoso da Silva Bandoria¹

Gabriela Ferreira Cabrera²

Graziela Goes³

Resumo

Novas dinâmicas econômicas apontam novos paradigmas de sobrevivência, ligados aos limites dos sistemas ambientais. Além disso, o uso de novas tecnologias aplicadas à agricultura possibilita a discussão sobre uma sociedade 5.0. Nesse sentido, este trabalho objetiva construir espaços de aprendizagem para uma formação crítica diante da realidade em relação à sociedade de consumo. A discussão está diretamente ligada à noção de reestruturação dos sistemas corporativos e parâmetros de *environmental, social and governance*, que corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização. Apropriar-se de noções sobre o processo produtivo de mercadorias e sua relação com os sistemas ambientais, tanto local e regional como internacional, no mundo globalizado, faz parte do processo de construção de indivíduos conscientes da realidade que os cerca. Seguindo as orientações de localização dos ODS – “agir localmente, pensar globalmente” –, esse processo de formação se torna essencial na construção de uma cidadania local e global, oferecendo ferramentas teóricas e práticas para a autodesconstrução e formação de uma postura crítica frente ao estímulo ao consumismo alienante, passando pela compreensão sobre a obsolescência planejada. Esse processo pode ser desconstruído através da cultura dos três R (reduzir, reusar e reciclar), pois estudos apontam que a percepção dos estudantes em relação à educação financeira e ao consumo consciente tem sido praticada. A metodologia é baseada no desenvolvimento de projeto. O processo de construção, controle e organização será feito por meio do *Project Model CANVAS*. O resultado foi a elaboração de um teste de perfil de consumo por meio de aplicativo bilíngue, a exposição de painéis interativos sobre a cadeia produtiva de mercadorias, destacando o percurso da mercadoria à matéria prima, análises de propagandas em inglês e espanhol de diferentes tipos de mercadorias, *Podcast* e edição de cenas de vídeo pelo celular, e organização de um curta-metragem.

Palavras-chaves: consumismo; obsolescência planejada; cultura dos R's.

Introdução

¹ Graduado em Geografia (FFLCH-USP), especialista em Geoprocessamento (SENAC), mestre em Sensoriamento Remoto (INPE) e doutorando em Geografia Física (FFLCH-USP). Professor de Geografia no ensino fundamental anos finais e ensino médio, na disciplina de Iniciação Científica, Itinerários formativos de Ciências Humanas e eletiva para o ensino médio. marcelo.bandoria@madreiva.com.br

² Graduada em Letras (FFLCH-USP), professora de Língua Portuguesa, Redação e Língua Espanhola no ensino fundamental anos finais. gabriela.cabrera@madreiva.com.br

³ Especialista em Metodologia do Ensino da Língua Inglesa (UNINTER) e pedagoga (Montgomery College). graziela.goes@madreiva.com.br

O território é a engrenagem da economia e base das relações internacionais. Os limites físicos dele exigem uma reflexão sobre paradigmas de sobrevivência, sobretudo sobre aqueles ligados à destruição dos sistemas ambientais.

Estudos apontam que no mundo pós-pandemia o consumo consciente tem aumentado, como a competição pela disponibilidade de alimentos orgânicos (RIBEIRO *et al.*, 2022). O aumento de novas tecnologias aplicadas em diversos setores da sociedade estimulam a discussão sobre uma possível sociedade 5.0 (VISHNUBHATLA; AGASHE, 2022). Tais mudanças sobre os sistemas produtivos afetam diretamente a economia e implicam no surgimento de novos paradigmas, como o ESG, sigla em inglês que significa *environmental, social and governance* e avalia até que ponto uma corporação está engajada em questões socioambientais (BARBOZA *et al.*, 2022).

À vista disso, é essencial criar metodologias ativas de aprendizagem que desenvolvam competências para a vida e insiram os jovens em situações de desafios no presente-futuro (DIAS *et al.*, 2022). Nesta perspectiva, a campanha *Se juntos podemos sonhar, juntos podemos construir* da Rede Azul estimulou uma formação escolar, cidadã e humana, diretamente ligada aos desafios ambientais do século XXI (AZUL, 2022). A partir disso, ir além da cultura dos R's (repensar, recusar, reduzir, reutilizar e reciclar), na prática do cotidiano, tem sido desafiador no processo de formação escolar.

Desta forma, estudar sobre a cadeia produtiva, entendendo a complexidade da produção de mercadorias, seu consumo e, principalmente, sua relação de dependência com os sistemas ambientais, em diferentes escalas, fomenta a mudança sobre nossa sociedade. Inspirados no documentário de *The Story of Stuff* (História das coisas, 2007), e nas orientações dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) – “agir localmente, pensar globalmente” (FILHO; COMITÊ, 2016) –, buscamos a construção de uma cidadania crítica ativa (CÉSAR; DE RESENDE, 2013) no local-global.

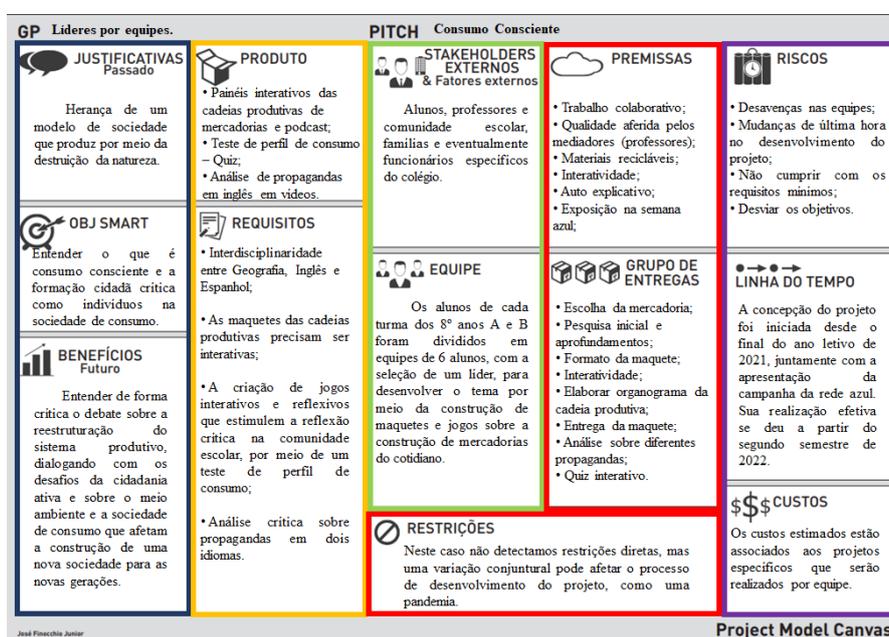
Partindo de premissas científicas, por meio de pesquisas, recortes sobre as fases da cadeia produtiva, destacando os impactos ambientais e sociais da extração de matérias-primas, e pela necessária reflexão crítica ao papel do consumismo sobre os indivíduos, sobretudo aos jovens em desenvolvimento, este projeto teve por utopia inicial desenvolver ferramentas teóricas e práticas para a autodesconstrução e formação de uma postura crítica frente ao consumismo alienante, passando pela compreensão sobre a obsolescência planejada e o consumismo planejado. Nessa direção, estudos apontam que a percepção dos estudantes em relação à educação financeira e ao consumo consciente tem sido inserida e praticada no cotidiano (QUINTANA; PACHECO, 2018).

Além disso, em diálogo permanente com o projeto escolar do colégio Madre Iva e seguindo os ensinamentos de Emilie com os educadores do século XXI (BERGAMASCHI; UHART, 2021, p. 15), este artigo tem por objetivo, resumidamente, apresentar um projeto que dialoga com os desafios sobre a construção de uma nova sociedade, com ênfase nas questões ambientais e sociais, que destaca o desenvolvimento dos indivíduos de forma ampla e crítica diante da realidade que os cerca.

Metodologia

O processo de construção deste projeto foi feito por meio do *Project Model CANVAS* (JÚNIOR, 2013), metodologia de gestão que consiste em agrupar e relacionar as diversas áreas de um projeto de forma didática, utilizando um conjunto de 13 blocos para definir e relacionar cada fase. Assim, encontrar inconsistências no projeto e identificar os impactos que as alterações em uma área causam nas áreas relacionadas fica sistemático (Figura 1).

Figura 1. *Project Model CANVAS* final, elaborado com os estudantes.



Fonte: Adaptado de Júnior (2013).

Utilizando tal metodologia, o planejamento do projeto ocorreu com maior participação dos estudantes. Todos discutiram as ideias e sistematizaram aquilo que foi estabelecido democraticamente por meio de argumentos na lousa, em cada bloco, durante as aulas, desde as justificativas até os custos. Além da relação e do percurso entre os blocos com

os vizinhos, olhando a Figura 1, é possível identificar cinco colunas nas quais estes estão agrupados, que respondem a questões básicas de um projeto: “Por quê?”, “O quê?”, “Quem?”, “Como?”, “Quando” e “Quanto?”. Nas aulas de inglês e espanhol, discutiu-se a relação entre consumismo e a formação de identidade na sociedade. Convidados a pensar como o consumo e o consumismo estavam presentes em suas vidas, os alunos leram textos e assistiram a vídeos definindo conceitos como “consumo consciente”, “obsolescência programada” e “consumismo”. Além disso, buscaram identificar estratégias usadas pelas marcas para incentivar o consumo de seus produtos e analisaram algumas propagandas.

Resultados e considerações finais

Nas aulas de geografia, os projetos resultaram na construção de painéis interativos sobre a cadeia produtiva de mercadorias do cotidiano (Figura 2) e em um *Podcast* (Figura 3). Nas aulas de inglês e espanhol, os resultados foram um teste de perfil consumista trilíngue – Quis e alguns vídeos de propagandas para reforçar e evidenciar as estratégias de persuasão aprendidas (Figura 3).

Figura 2. Painéis interativos.



Fonte: Autores, 2022.

Figura 3. Análise sobre publicidades, *Podcast*, vídeos e teste de perfil.



Fonte: Autores, 2022.

De todos os objetivos planejados, apenas não foi possível desenvolver a tempo um curta-metragem. De resto, os resultados apontam que o processo de aprendizagem e as diferentes metodologias foram significativas, pois as competências e habilidades trabalhadas, de forma transdisciplinar, foram atingidas e reforçam a proposta educativa do Colégio Madre Iva, pois, em conjunto, deram suporte à formação cidadã ativa, humanista, em consonância com os desafios ambientais do século XXI.

Referências

- AZUL, R. Campanha: Se juntos podemos sonhar, juntos podemos construir: da aprendizagem a prática. Casa dos links, p. 31, 2022.
- BARBOZA, E. N. et al. Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ambientalmente sustentáveis: estudo de caso. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 2, p. e39011225441, 2022.
- BERGAMASCHI, P.; UHART, B. Emilie com os educadores do século XXI. *First Soluções Gráficas (Colégio Emilie de Villeneuve)*, v. 1, 2021.
- CÉSAR, A.; DE RESENDE, L. A Educação para o consumo consciente no Ensino Infantil. *Revista da AJURIS*, v. 40, n. 131, 2013.
- DIAS, M. et al. Desafios de professores no desenvolvimento da educação ambiental no currículo escolar. *Revista REAMEC - Rede Amazônica de Educação em Ciências e Matemática*, v. 10, n. 2, p. 1–23, 2022.
- FILHO, H. M.; COMITÉ. Roteiro para a Localização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Implementação e Acompanhamento no nível subnacional, adaptado para o Brasil pelas Nações Unidas Brasil - ONU BR, 2016.
- JÚNIOR, J. F. *Project Model CANVAS*. ELSEVIER, 1ª ed. São Paulo, 2013.
- QUINTANA, A. C.; PACHECO, K. V. Percepção dos estudantes do ensino fundamental sobre a educação financeira e o consumo consciente. *Revista Educação Online*, n. 27, p. 130–150, 2018.
- RIBEIRO, C. et al. *FOOD SUSTAINABLE EDUCATION: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*. *Proceedings of EDULEARN22 Conference*, Palma, Mallorca, Spain, Julho, 2022.
- VISHNUBHATLA, V.; AGASHE, A. Is Conscious Consumerism a Step Towards Society 5.0? A Review Paper. *ECS Transactions*, v. 107, n. 1, p. 3267–3279, 24 abr. 2022.