



Atividade: Consumo e felicidade

Objetivos: Promover uma reflexão com os alunos sobre a relação entre o que consomem e a felicidade.

Principais habilidades (BNCC):

Anos Iniciais

Geografia: (EF04GE08) Descrever e discutir o processo de produção (transformação de matérias-primas), circulação e consumo de diferentes produtos.

Outras habilidades: Língua portuguesa (EF15LP14, EF12LP05); Arte (EF15AR04, EF15AR20); Ciências (EF05CI05); Geografia (EF03GE08, EF05GE02, EF05GE12).

Anos Finais

Língua Portuguesa: (EF69LP04) Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo conscientes.

Geografia: (EF09GE02) Analisar a atuação das corporações internacionais e das organizações econômicas mundiais na vida da população em relação ao consumo, à cultura e à mobilidade.

Outras habilidades: Língua portuguesa (EF69LP17); Arte (EF69AR05, EF69AR30); Matemática (EF04MA25); Educação Física (EF89EF11); Ciências (EF07CI11, EF09CI13); Geografia (EF07GE06, EF08GE20).

Recursos necessários: Foto do Anexo 1 (impressa ou exibida em projetor de imagens), cópias impressas do poema do Anexo 2. Computador conectado à internet, caso utilizem ferramentas online para criar histórias em quadrinhos, ou canetinhas coloridas e lápis de cor.

Orientações

Professor: Nesta atividade você encontrará sugestões de como trabalhar os temas sustentabilidade, consumo, bem-estar e felicidade de forma dinâmica e contextualizada. O material está dividido em momentos de:

- **Aquecendo a turma:** atividades de sensibilização ou introdução ao tema;
- **Mãos na massa:** descrição de como desenvolver a atividade proposta;
- **Compartilhando o que aprendemos:** atividades para facilitar a socialização de aprendizagens;
- **Nossa criação:** Proposta para desenvolvimento de um produto final da atividade (quando o grupo elaborará uma síntese, um produto que represente as aprendizagens consolidadas).

1. Aquecendo a turma

Apresente a foto do Anexo 1 aos alunos e pergunte a eles o que essa pessoa pensou ao desenhar e escrever no seu tênis?

Depois de compartilharem suas impressões, apresente o fragmento do poema de Eu Etiqueta, de Carlos Drummond de Andrade (Anexo 2), e faça uma leitura compartilhada. Explore com os alunos o título do poema: Eu Etiqueta. Qual a expectativa que ele gera?

Sempre que julgar adequado, proponha uma reflexão ou faça uma pergunta. Por exemplo, o trecho que diz “fazem de mim homem-anúncio itinerante”, significa o quê? Sobre que o autor está falando?

Para concluir esse primeiro momento, solicite que os alunos façam uma relação entre a foto e o poema: o que existe de comum entre eles?

2. Mãos na massa

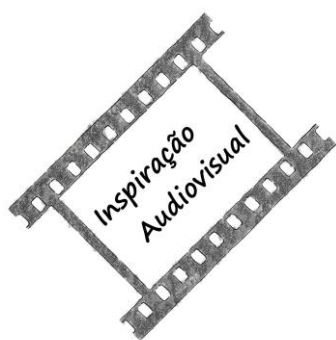
Proponha algumas atividades com base na reflexão do momento anterior, por exemplo:

- Discussão sobre que tipo de “vantagens” traz o uso de uniformes no ambiente escolar.
- Pesquisa sobre os “produtos de marca” que o aluno tem em sua casa (não se trata aqui de produtos de marca no sentido do status que a marca gera, mas de qualquer produto que tenha uma marca, como uma geladeira da marca XYZ).
- Pesquisa em jornais, revistas e internet sobre a presença das marcas em nosso cotidiano.
- Entrevista pelos alunos com seus familiares, amigos, professores, funcionários da escola, baseado no tema consumo e felicidade, para então compartilhar os resultados com a turma. Elabore com os alunos algumas questões a serem feitas nas entrevistas (“O que é felicidade para você?”, “Como o consumo está relacionado com a felicidade?”, “Qual foi o dia mais feliz de sua vida?”, “O que você acha que te proporciona mais felicidade?”). Utilize como referência a matéria “O que traz felicidade para você?”, do Instituto Akatu (ver Anexo 3). Para ajudar na entrevista, você também pode consultar o roteiro produzido pelo Edukatu: <http://bit.ly/edkt-roteiro-entrevista>.

3. Compartilhando o que aprendemos

Ao retornarem das atividades propostas, organize uma roda de conversa para a turma compartilhar suas descobertas sobre o tema felicidade e sua relação com o consumo.

Ressalte a importância de que todos compartilhem suas visões e aproveite a discussão para questioná-los como cada um pode ajudar a trazer mais felicidade e bem-estar para si e para os outros (amigos, pessoas da escola, família, vizinhos etc.).



Professor, você também pode exibir um dos seguintes vídeos temáticos para introduzir o assunto e disparar o debate e a reflexão do grupo:

Consciente Coletivo – Bem estar

<https://youtu.be/wrKbACVD9es>

Consciente Coletivo – Relações

<https://youtu.be/vzOTz27CXOI>

4. Nossa criação

Durante o momento anterior, faça um registro de todas as contribuições e peça aos alunos que compartilhem as descobertas com toda a escola.

Uma forma divertida e criativa de apresentar o assunto e as descobertas da turma é organizar uma peça teatral. Outra ideia semelhante é a produção de uma história em quadrinhos – vocês podem trabalhar em cima de modelos impressos (ver exemplos no Anexo 4) para representar a história, ou criar seus próprios modelos e elementos visuais, ou ainda utilizar ferramentas online de criação com uma série de recursos, como o Pixton (www.pixton.com) e o Meu Gibi (www.meugibi.com).

✎ **Tag – SUSTENTABILIDADE, CONSUMO CONSCIENTE, FELICIDADE, BEM ESTAR.**

ANEXO 1



ANEXO 2

EU ETIQUETA

(Carlos Drummond de Andrade)

*Em minha calça está grudado um nome
Que não é meu de batismo ou de cartório
Um nome... estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida
Que jamais pus na boca, nessa vida,
Em minha camiseta, a marca de cigarro
Que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produtos
Que nunca experimentei
Mas são comunicados a meus pés.
Meu tênis é proclama colorido
De alguma coisa não provada
Por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,
Minha gravata e cinto e escova e pente,
Meu copo, minha xícara,
Minha toalha de banho e sabonete,
Meu isso, meu aquilo.
Desde a cabeça ao bico dos sapatos,
São mensagens,
Letras falantes,
Gritos visuais,
Ordens de uso, abuso, reincidências.
Costume, hábito, permanência,
Indispensabilidade,
E fazem de mim homem-anúncio itinerante,
Escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.
É doce estar na moda, ainda que estar na moda
Seja negar minha identidade,
Trocá-la por mil, açambarcando
Todas as marcas registradas,
Todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser
Eu que antes era e me sabia*

*Tão diverso de outros, tão mim mesmo,
Ser pensante sentinte e solitário
Com outros seres diversos e conscientes
De sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio
Ora vulgar ora bizarro.
Em língua nacional ou em qualquer língua
(Qualquer principalmente.)
E nisto me comprazo, tiro glória
De minha anulação.
Não sou – vê lá – o anúncio contratado.
Eu é que mimosamente pago
Para anunciar, para vender
Em bares festas praias pérgulas piscinas,
E bem à vista exibo esta etiqueta
Global no corpo que desiste
De ser veste e sandália de uma essência
Tão viva, independente,
Que moda ou suborno algum a compromete.
Onde terei jogado fora
Meu gosto e capacidade de escolher,
Minhas idiossincrasias tão pessoais,
Tão minhas que no rosto se espelhavam
E cada gesto, cada olhar
Cada vinco da roupa
Resumia uma estética.
Hoje, sou costurado,
Sou tecido,
Sou gravado de forma universal,
Saio da estamparia, não de casa,
Da vitrine me tiram, recolocam,
Objeto pulsante mas objeto
Que se oferece como signo dos outros
Objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim, tão orgulhoso
De ser não eu, mas artigo industrial,
Peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é Coisa.
Eu sou a Coisa, coisamente.*

ANEXO 3

O QUE TRAZ FELICIDADE PARA VOCÊ?

Grande parte da população já compartilha a noção de que, uma vez satisfeitas as necessidades básicas, a busca da felicidade implica em tomar o caminho da sustentabilidade e não o do consumismo



Crédito da foto: Caroline Hernandez, William Stitt e Lotte Meijer/Creative Commons

Nos anos 70, o Butão, pequeno país asiático, criou a métrica da Felicidade Interna Bruta (FIB) para avaliar o desenvolvimento da nação. Qualidade de vida, preservação do meio ambiente e vitalidade comunitária são consideradas nesse índice, que prioriza o bem-estar humano em relação ao sucesso financeiro.

Em 2012, em reunião das Nações Unidas, a FIB entrou em pauta e serviu de inspiração para criar o Dia Internacional da Felicidade, para ser celebrado no dia 20 de março. A ONU pretende assim chamar atenção para a relevância da felicidade e do bem-estar como metas universais e inspirações para políticas públicas em todo o mundo.

Mas o que é felicidade? Na pesquisa Rumo à Sociedade do Bem-estar (<http://bit.ly/Pesquisa2012>), o Instituto Akatu também perguntou a vários consumidores o que eles consideram ser felicidade. A resposta, para dois terços dos entrevistados, foi estar saudável e/ou ter sua família saudável. Conviver bem com a família e os amigos também foi apontado com fator de felicidade para 60% do público que respondeu à pesquisa. Apenas três em cada 10 brasileiros indicaram a tranquilidade financeira em suas respostas.

Esses números mostram que grande parte da sociedade brasileira já compartilha a noção de que, uma vez satisfeitas as necessidades básicas, a busca da felicidade implica em tomar o caminho da sustentabilidade e não o do consumismo.

Por mais que a atual sociedade em que vivemos nos faça acreditar, por meio das propagandas e outras ferramentas, que somos felizes na medida em que compramos, o consumo exagerado traz altos custos sociais e ambientais. Hoje, a humanidade já consome 60% mais recursos naturais renováveis do que o planeta é capaz de regenerar. Isso acontece quando apenas 12% da população mundial, que vive na América do Norte e Europa Ocidental, representam 60% do consumo, enquanto os 33% que vivem no sul da Ásia e na África Subsaariana representam somente 3,2% do consumo mundial, segundo a Worldwatch Institute.

Se todo o mundo consumisse como os habitantes mais ricos como a população de países desenvolvidos, como Estados Unidos, Austrália e Emirados Árabes, por exemplo, seriam necessários cerca de cinco planetas para suprir esse consumo. Isso significa excessos no uso de água, energia e nas produções agrícola e industrial; poluição de solo, ar e água; lixo, óleos diversos, esgotos domésticos e industriais jogados em mares, rios e oceanos. Mais: o excesso no consumo gera montanhas de computadores, teclados, monitores, telefones celulares, pilhas e baterias descartados.

Consumir é preciso, pois não há vida sem consumo. Mas é necessário consumir de uma forma diferente, de uma maneira mais consciente buscando melhores impactos, incluindo aqueles sobre nós mesmos. Um desses caminhos é o das experiências que valorizem as emoções, que trará uma satisfação mais durável do que o consumo de bens, dos quais deriva uma satisfação apenas momentânea. Experiências rendem lembranças e laços que duram por toda a vida. Se isso parece óbvio, é porque provavelmente você, leitor, já andou um bom caminho na direção de um estilo de vida mais sustentável e de um consumo mais consciente.

Fonte: Instituto Akatu (<http://www.akatu.org.br/noticia/o-que-traz-felicidade-para-voce>).
Publicada 17 de março de 2017.

