

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL
ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL COM ÊNFASE EM ESPAÇOS
EDUCADORES SUSTENTÁVEIS

MARCELIZE NIVIADONSKI BRITES DE MORAES ALBERTINI

EDUCAÇÃO AMBIENTAL E CONSUMO CONSCIENTE: possibilidades para um
futuro sustentável.

Matinhos
Junho/2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL
ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL COM ÊNFASE EM ESPAÇOS
EDUCADORES SUSTENTÁVEIS

MARCELIZE NIVIADONSKI BRITES DE MORAES ALBERTINI

EDUCAÇÃO AMBIENTAL E CONSUMO CONSCIENTE: possibilidades para um
futuro sustentável.

Relatório do Projeto de Intervenção apresentado ao programa de Pós- Graduação em Educação Ambiental com Ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis, da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Educação Ambiental.

Professora Orientadora: Ms. Vanessa Marion Andreoli

Matinhos
Junho/2015



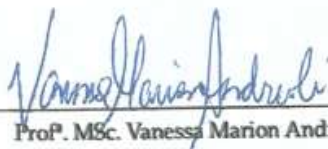
Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
UFPR Litoral
Curso de Especialização Educação Ambiental com
Ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis




PARECER DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os membros da Banca Examinadora designada pela Orientadora, Professora Mestre **VANESSA MARION ANDREOLI**, realizaram em **27/07/2015** a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante **MARCELIZE NIVIADONSKI BRITES DE MORAES**, sob o título **"EDUCAÇÃO AMBIENTAL E CONSUMO CONSCIENTE: POSSIBILIDADES PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL"**, para obtenção do Título de *Especialista em Educação Ambiental com ênfase em espaços Educadores Sustentáveis* pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo a estudante recebido conceito **"APL"**.

Matinhos, 27 de junho de 2015.


Prof. MSc. Vanessa Marion Andreoli


Esp. JOÃO RAFAEL DERON


MARCELIZE NIVIADONSKI BRITES DE
MORAES
Estudante

Conceitos de aprovação
APL = Aprendizagem Plena
AS = Aprendizagem Suficiente

Conceitos de reprovação
APS = Aprendizagem Parcialmente Suficiente
AI = Aprendizagem Insuficiente

Ao Autor da vida minha gratidão por tudo que tenho e tudo que sou; meu esposo Vinicius pelo amor, incentivo e apoio; e aos meus pais pela amizade e carinho em todas as horas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a todos que contribuíram de alguma maneira para a realização deste trabalho:

Meu esposo Vinicius pelo carinho, amor e compreensão fundamentais neste momento.

As colegas de turma e carona: Aparecida, Débora e Ruth companheiras em nossas viagens ao Setor Litoral.

A Escola Municipal Professor Francisco Hubert por compreender e apoiar este projeto.

A Professora Vanessa Marion Andreoli pela prontidão e gentileza nas orientações.

Aos alunos do 4º ano A pelo entusiasmo e envolvimento nas atividades.

A todos, muito obrigada!

*No passado, penso logo existo.
No presente, nem penso logo consumo.
No futuro penso, por quê?*

Anita Prado

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

IMAGEM 01- VISÃO LATERAL DA ESCOLA.....	26
IMAGEM 02 - ATIVIDADE SOBRE RECURSOS NATURAIS.....	28
IMAGEM 03 - EXEMPLO DE EXCESSO DE MATERIAL OU CONSUMO.....	29
IMAGEM 04 - CARTAZ COLETIVO EXPOSTO NO MURAL DA ESCOLA.....	30
IMAGEM 05 - PRODUÇÃO DAS PROPAGANDAS.....	31
IMAGEM 06 - ALUNOS ASSISTINDO AOS VÍDEOS PROPOSTOS NA AULA.....	32
IMAGEM 07 - CARTAZ CINCO RS NA PRÁTICA.....	33
IMAGEM 08 - ALUNOS PARTICIPANDO DA CONFECÇÃO DE CARTAZ.....	33
IMAGEM 09 - INICÍO DA FEIRA DE TROCAS.....	34
IMAGEM 10 - ALUNOS NEGOCIANDO SUAS TROCAS.....	35
IMAGEM 11 - MOMENTO DE TROCAS.....	35
IMAGEM 12 - PIQUENIQUE REALIZADO AO FINAL DA FEIRA DE TROCAS.....	36
QUADRO 01 – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O PROJETO.....	27

SUMÁRIO

1.APRESENTAÇÃO	9
2.OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GERAL.....	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
3.JUSTIFICATIVA	11
4.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
4.1DIÁLOGOS ENTRE EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	13
4.1.1 A educação e a formação do sujeito consciente.....	13
4.1.2 A educação para o consumo: amplas considerações.....	14
4.1.3 Finalidades e conceitos da Educação Ambiental.....	16
4.2 A EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE: COMPREENDENDO AS RELAÇÕES.....	19
4.2.1 Afinal, o que é desenvolvimento sustentável?.....	19
4.2.2 A influência da mídia e da publicidade nos hábitos de consumo.....	20
4.2.3Educação Ambiental e Educação para o consumo consciente: um elo necessário.....	22
5.METODOLOGIA	26
6.RESULTADOS E ANÁLISES	37
7.CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39
ANEXOS	42

1 APRESENTAÇÃO

As constantes inquietações sobre a evolução da sociedade, preocupações em como conservar e garantir às futuras gerações a existência de recursos naturais, bem como o uso racional dos recursos não-renováveis e problemas como poluição, desmatamento, lixo etc, têm trazido à tona preocupações com as questões socioambientais. Neste contexto a educação ambiental surge como forma de conscientizar os estudantes sobre sua responsabilidade com a natureza construindo valores, conhecimentos e atitudes para a conservação e preservação do meio ambiente.

O tema escolhido para este trabalho pretende responder a seguinte questão: De que maneira a educação para o consumo e a educação ambiental podem interligar-se contribuindo para a formação de um consumidor consciente e responsável?

Pensando nesta questão, um projeto de intervenção foi desenvolvido no município de Curitiba – PR com alunos do 4º ano do ensino fundamental em uma escola da rede pública municipal, a fim de despertar a percepção dos estudantes sobre os impactos do consumo e do consumismo no meio ambiente, difundir conceitos voltados a sustentabilidade e cidadania, bem como estimular práticas de consumo consciente dentro e fora do espaço escolar.

Muito além de ensinar atitudes e posturas corretas em relação à natureza, esta intervenção pretende propor um processo de reflexão sobre os hábitos de consumo estimulando os discentes a uma atuação responsável enquanto consumidores.

2 OBJETIVOS:

2.1 Objetivo Geral:

Difundir e estimular práticas de consumo consciente dentro e fora do espaço escolar entre os alunos do 4º ano do ensino fundamental.

2.2 Objetivo Específico:

- Compreender a diferença entre consumo e consumismo.
- Repensar práticas de consumo e como estas refletem no meio ambiente.
- Disseminar os conceitos dos 5 Rs do consumo consciente e como praticá-los nas atividades cotidianas.
- Direcionar os discentes como agentes multiplicadores da temática desenvolvida.

3 JUSTIFICATIVA

Estudos sobre Educação Ambiental tem se tornado de grande relevância no campo da Educação e também no âmbito social, visto às grandes mudanças na sociedade que vem afetando de forma intensa o meio ambiente.

Segundo Guimarães (2007) nas sociedades atuais o homem afastou-se da natureza resultando em uma postura antropocêntrica na qual o ser humano é o centro do universo e tudo esta a seu dispor, esta concepção torna imperceptíveis as relações de equilíbrio entre a humanidade e o meio ambiente resultando em notáveis desequilíbrios ambientais.

A evolução no modo de produção da sociedade atual aliada ao crescimento econômico criou uma nova sociedade denominada sociedade de consumo. Para Baumam (2008) o consumo exagerado ou consumismo não é algo natural, mas algo criado que associa a felicidade à satisfação de necessidades produzidas pelo sistema capitalista; nesta perspectiva os sujeitos atrelam sua alegria e seus objetivos de vida a ter, possuir e consumir os mais variados bens.

No entanto, este modo de vida consumista trouxe e traz reflexos no meio ambiente, para Furriela (2001) alguns problemas ambientais relacionados ao consumo insustentável podem ser destacados a saber: poluição do ar, mudanças do clima do planeta, alteração de habitats, poluição das águas etc, estes são apenas alguns exemplos da problemática ambiental relacionada aos efeitos do consumo excessivo, sobre isso a autora reforça:

Existe uma enorme dificuldade de compreensão de que a sociedade do consumismo gera enormes pressões sobre o meio ambiente, já que não existe produto que não contenha material oriundo da natureza, portanto a produção depende da exploração dos recursos ambientais e não há descarte de rejeitos que não volte à Terra. (FURRIELA, 2001, p.47)

Logo, é possível perceber que o aumento do consumo gera crescimento na produção que demanda maior extração de recursos naturais renováveis e não renováveis. Este ciclo estimulado pela sociedade de consumo gera outros problemas como o aumento no acúmulo de dejetos lançados no meio ambiente e, pensando em nível planetário, é necessário salientar que não é possível descartar

coisas para fora, pois tudo que não tem mais utilidade fica armazenado dentro do planeta Terra.

Partindo destas reflexões a dimensão dos problemas socioambientais é perceptível e demanda a urgência de uma proposta educativa voltada para a conscientização e mudança da relação do homem com a natureza. Neste contexto, a Educação ambiental torna-se fundamental à medida que possibilita o resgate da relação do ser humano com o meio ambiente como salienta Guimarães (2007, pg.15):

(...) a EA tem o importante papel de fomentar a percepção da necessária integração do ser humano com o meio ambiente. Uma relação harmoniosa, consciente do equilíbrio dinâmico na natureza, possibilitando, por meio de novos conhecimentos, valores e atitudes, a inserção do educando e do educador como cidadãos no processo de transformação do atual quadro ambiental do nosso planeta.

Pensando nas questões ligadas ao consumo é notável a necessidade de reflexões mais profundas e, é neste contexto, ancorada pelas ideias da educação ambiental, que uma nova relação surge, a relação consumo e educação. Para Furriela (2007) essa relação surgiu à medida que movimentos ambientalistas passaram a questionar o atual modelo de desenvolvimento econômico pautado na intensa exploração dos recursos naturais. Dessa forma, à medida que o consumo afeta o meio ambiente, tornam-se necessárias ações de conscientização sobre seus efeitos, bem como sua relação com as questões socioambientais.

Neste cenário, a Educação ambiental pode educar o consumidor para que haja a tomada de consciência frente aos desequilíbrios existentes na sociedade, bem como os efeitos do consumo no âmbito socioambiental, pois um consumidor comprometido e consciente pode exigir novos posicionamentos dos diversos setores da sociedade (FURRIELA, 2001).

Assim, a formação de um consumidor-cidadão torna-se essencial na atual sociedade contemporânea e, é neste sentido, que este projeto de intervenção visa contribuir disseminando conceitos do consumo consciente entre os estudantes, a fim de torná-los cidadãos críticos e responsáveis em suas atuações na sociedade de consumo.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

4.1 DIÁLOGOS ENTRE EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL.

4.1.1 A educação e a formação do sujeito consciente.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental (PCNs), lançados em 2009, trazem em seu capítulo introdutório uma breve explanação sobre as finalidades da educação escolar no Brasil. De acordo com o documento, a educação pode ser compreendida como:

Prática que tem a possibilidade de criar condições para que todos os alunos desenvolvam suas capacidades e aprendam os conteúdos necessários para construir instrumentos de compreensão da realidade e de participação em relações sociais, políticas e culturais diversificadas e cada vez mais amplas, condições estas fundamentais para o exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e não excludente (BRASIL, 1997, p.33).

Desta forma, a educação visa preparar o aluno para agir de forma consciente e crítica na sociedade, devendo também prepará-lo para a não aceitação de tudo que lhe é imposto pela mesma, desenvolvendo habilidades para uma atuação significativa nesta sociedade. Para tanto, é necessário que a escola seja “um espaço de formação e informação, em que a aprendizagem de conteúdos deve favorecer a inserção do aluno no dia-a-dia das questões sociais marcantes e em um universo cultural maior” (BRASIL, 1997, p. 33).

Assim, cabe a escola propiciar uma educação que dê bases sólidas para que as futuras gerações possam se desenvolver plenamente participando, interagindo e transformando a sociedade em que vivem.

Outro aspecto relevante sobre a importância da educação pode ser abstraído do pensamento de Platão¹ ao afirmar que ela (educação) “consiste em fazer o homem pensar, para o bem da sociedade em que vive” (apud COELHO,

¹Platão nasceu em Atenas, em 428 ou 427 a.C., foi um filósofo e matemático do período clássico da Grécia Antiga, autor de diversos diálogos filosóficos e fundador da Academia em Atenas, a primeira instituição de educação superior do mundo ocidental.

1996, p.22) a educação tem por finalidade fazer o homem pensar e analisar a sociedade para que, assim, possa agir de forma competente, digna e concisa visando o seu bem-estar pessoal e da sociedade.

Entretanto, outro comentário importante sobre a educação pode ser destacado do pensamento de Pimenta e Anastasiou (apud CARVALHO, 2008, p. 155) que define a educação partindo de uma visão de humanização social, para esses autores a educação como prática social é realizada em todas as instituições, porém enquanto processo sistemático e intencional acontece na escola.

A educação escolar, por sua vez, tem como base o trabalho dos professores e alunos com a finalidade de contribuir com o processo de humanização de ambos partindo de uma perspectiva de inserção social crítica e transformadora.

Desta forma, a educação pode ser compreendida como um processo cuja finalidade é formar o sujeito humano enquanto ser social e histórico, contribuindo integralmente para a sua formação enquanto indivíduo, buscando interligá-lo com a sociedade, com o ambiente e com próximo de maneira coerente, consciente e emancipada.

4.1.2 A educação para o consumo: amplas considerações.

Partindo do princípio de que a escola deve formar cidadãos capazes de atuar de forma competente e digna na sociedade, a educação deve também propiciar “elementos, procedimentos e atitudes que lhe permitam situar-se na sociedade de consumo de uma maneira consciente, crítica, responsável e solidária” (BUSQUETS, 2003, p.114). Além de transmitir os conteúdos historicamente construídos e necessários a formação integral do aluno, a escola deve também propiciar-lhe subsídios para que possa interagir criticamente na sociedade de consumo.

A inclusão da proposta de educação do consumidor já é discutida no Brasil e no mundo há algum tempo, tendo sua aprovação em 1985 pela Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU). No ano seguinte, foi aprovada pelo Conselho da Europa que incluiu este tema nos programas de ensino europeus (BUSQUETS, 2003).

No Brasil, no entanto, com a Lei 8.078 que sancionou o código de defesa do consumidor, já se pôde iniciar um “pensar” sobre este fato, uma vez, que o

próprio “código estabeleceu que todo consumidor tem direito à educação para o consumo”(IDEC, 2002, p.8).Entretanto, deve-se analisar também que o código “por si só, não terá valor se o consumidor não reconhecer o seu papel político e social e não tiver acesso a essa nova ordem social” (COELHO, 1996, p.23).

Desta forma, a educação do consumidor se faz necessária, para que através dela haja uma conscientização do indivíduo fazendo com que reconheça seus direitos, deveres e principalmente sua força de atuação na sociedade de consumo, como afirma Coelho (1996, p.30):

O consumidor precisa sair para fora e deixar de ser prisioneiro do seu acultramento. É necessário sair de si mesmo, romper as paredes da ignorância, abrir as janelas do saber e, portanto, descobrir nas leis, nos direitos e nos deveres a luz que penetra no limiar de sua existência.

Para isso, no entanto, é necessário que a educação para o consumo tenha rumos definidos deixando claro sua proposta que segundo (COELHO, 1996, p.29) pode ser compreendida da seguinte forma: “Educar o consumidor é torná-lo equilibrado, livre e independente para usufruir corretamente de seu salário e de sua reserva econômica”. Assim, a educação do consumidor visa, não somente, reconhecer os direitos do mesmo, mas dar subsídios para que possa compreender as relações econômicas tornando-se equilibrado e coerente quando ao uso de suas finanças.

Sobre a educação do consumidor Paulo Freire (apud COELHO, 1996, p.17) também comenta que “a educação deve ajudar o homem brasileiro a inserir-se criticamente no processo histórico e libertando-se pela conscientização, da síndrome do ter e da escravidão do consumismo”. Desse modo, o homem, por intermédio da educação para o consumo, pode se conscientizar de seu papel na sociedade, libertando-se do consumismo proposto pelo atual sistema econômico que prega a insaciabilidade no qual todos devem ser consumidores extremos e hedonistas.

Entretanto, para que o trabalho pedagógico com esta temática alcance êxito é necessário uma proposta diferenciada de execução do mesmo, como afirma Coelho (1996, p.32):

Contudo, ressaltamos que o tema, a ser analisado nas diversas disciplinas, não deve ser diluído, mas antes absorvido e ligado a assuntos do cotidiano do próprio aluno, de modo que lhe proporcione uma adequada visão de mundo e o capacite a fazer uma leitura crítica de tudo o que o rodeia.

Assim, o aluno poderá não apenas ler, mas também ver a realidade que o cerca.

Sendo assim, a educação do consumidor não deve ser tratada isoladamente, devendo, porém, estar interligada às diversas disciplinas e demais conteúdos escolares com a finalidade de preparar o aluno para as dificuldades que encontrará no mercado de consumo. Desta forma, uma proposta inovadora em educação para o consumo, não cabe apenas trazer conteúdos prontos e depositá-los nos educandos, pois a mesma impõe a necessidade de “partir dos conhecimentos e experiências dos alunos e alunas, proporcionando uma aprendizagem compreensiva baseada na interação social” (BUSQUETS, 2003, p. 132).

4.1.3 Finalidades e conceitos da Educação Ambiental.

A educação ambiental no Brasil surgiu, como afirma Carvalho (2008, p. 51), “da preocupação da sociedade com o futuro da vida e com a qualidade da existência das presentes e futuras gerações”. A preocupação com a inevitável evolução e crescimento da sociedade contemporânea que prioriza o acúmulo de riquezas visando seu desenvolvimento e bem-estar fez com que surgisse a discussão sobre “como promover o desenvolvimento das nações de forma a gerar o crescimento econômico, mas explorando os recursos naturais de forma racional e não predatória” (BRASIL, 1997, p. 30). Assim, as inquietações sobre como utilizar os recursos naturais, sua melhor distribuição e conservação, tornaram necessária uma proposta educativa que visasse à promoção de “uma verdadeira e efetiva mudança de postura na relação entre o homem e a natureza, onde não há a dominação, mas a harmonia entre eles” (GOMES, 2006, p. 21). Sendo assim, a educação ambiental despontou:

Inicialmente como preocupação dos movimentos ecológicos com uma prática de conscientização capaz de chamar a atenção para a finitude e a má distribuição no acesso aos recursos naturais e envolver os cidadãos em ações sociais ambientalmente apropriadas (CARVALHO, 2008, p. 52).

Deste modo, as inquietações sobre a evolução da sociedade, preocupações sobre como conservar e garantir às futuras gerações a existência de recursos naturais bem como a conservação da natureza, uso racional dos recursos não-

renováveis, poluição, desmatamento etc. tornaram-se a tônica das mobilizações em torno deste tema onde se pode destacar a I Conferência Internacional sobre Meio Ambiente (Suécia, 1972) ², I Conferência sobre Educação Ambiental (Tbilisi, 1977) ³, entre outras. (CARVALHO, 2008, p. 52). Assim, após estas e outras mobilizações este tema ganhou e ainda tem ganhado relevância mundial.

No Brasil, no entanto, a educação ambiental tem adquirido maior espaço despertando o interesse de diversos seguimentos da sociedade. Atualmente já faz parte das atuais propostas educacionais devendo ser trabalhada desde a educação infantil e as séries iniciais. Também está presente na Constituição Federal art. 225 que estabelece ao Poder Público “promover a educação ambiental em todos os níveis do ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente”.

Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs), o trabalho de educação ambiental deve ser orientado com a propensão de “ser desenvolvido a fim de ajudar os alunos a construírem uma consciência global das questões relativas ao meio para que possam assumir posições afinadas com os valores referentes à sua proteção e melhoria” (1997, p. 35). Sendo assim, a educação ambiental deve fornecer subsídios para que os alunos possam agir de forma consciente e responsável com relação ao meio ambiente.

Por sua vez, a educação ambiental também passou a ser defendida pela legislação brasileira que de acordo com a Lei 9.795/99 a define como:

Art. 1º Entende-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

Desta forma, a educação ambiental surge como uma maneira coerente de não apenas ensinar sobre a natureza, mas possibilitar a compreensão da relação

²Um dos primeiros grandes movimentos em relação da conscientização global para os problemas ambientais, ocorrida no ano de 1972 em Estocolmo na Suécia; conhecida também como Conferência de Estocolmo.

³ É considerado um dos principais eventos sobre Educação Ambiental do Planeta. Esta conferência foi organizada a partir de uma parceria entre a UNESCO e o Programa de Meio Ambiente da ONU - PNUMA, deste encontro, saíram as definições, os objetivos, os princípios e as estratégias para a Educação Ambiental no mundo.

entre o ser humano e a natureza, possibilitando também a construção de novas formas de pensamento, atitudes e ações (MEDINA; SANTOS apud GOMES, 2006). Logo, sua função não é reproduzir nem propagar conhecimentos, mas formar uma consciência ecológica ética que fomente novas atitudes nos cidadãos, despertando um pensamento crítico, criativo e reflexivo. Implicando, assim, na formação de um sujeito consciente “capaz de analisar as complexas relações entre processos naturais e sociais, para atuar no ambiente com uma perspectiva global, mas diferenciada pelas diversas condições naturais e culturais que o definem” (LEFF, 2001, p.256). Não se deve, pois, medir esforços para chegar-se a esta consciência ecológica, analítica e responsável com relação ao meio ambiente.

Assim, a educação ambiental, além de promover a conscientização sobre a preservação do meio ambiente e seus recursos, deve também partir do questionamento “dos modelos sociais dominantes (o neoliberalismo econômico, o socialismo real) até a emergência de uma nova sociedade, orientada pelos valores da democracia e pelos princípios ambientalistas” (LEFF, 2001, p.255). Deste modo, torna-se elemento-chave para a compreensão da atual sociedade capitalista ampliando o horizonte de seus membros em busca de uma relação harmônica entre a sociedade e o meio ambiente.

Por sua vez, o principal eixo de atuação da educação ambiental, segundo Jacobi (apud JACOBI, 2003, p. 197) passou a ser:

Buscar, acima de tudo, a solidariedade, a igualdade e o respeito à diferença através de formas democráticas de atuação baseadas em práticas interativas e dialógicas. Isto e consubstancia no objetivo de criar novas atitudes e comportamentos diante do consumo na nossa sociedade de estimular a mudança de valores individuais e coletivos.

A preservação do meio ambiente depende da relação harmônica entre o homem e a sociedade. Entretanto, para que de fato ocorra dependerá da educação, mais precisamente, da educação ambiental, pois, “sem uma mudança nos valores que orientam a sociedade, através da educação ambiental, não há como alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável” (LEFF apud GOMES, 2006, p.25). Desta maneira, a educação ambiental se faz fundamental sendo considerada “indispensável na formação de uma sociedade sustentável” (CANEPA apud GOMES, 2006, p. 25), cabendo a ela fomentar o relacionamento harmônico entre homem – natureza – universo, alertando para o fato de os recursos naturais são

finitos; sendo o homem, o principal responsável pela degradação da natureza cabendo a ele, buscar maneiras seguras de garantir a sustentabilidade do planeta.

4.2 A EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE: COMPREENDENDO AS RELAÇÕES

4.2.1 Afinal, o que é desenvolvimento sustentável?

A evolução da sociedade, os novos padrões de consumo, o aumento das riquezas coletivas e individuais, o consumismo, trouxeram à tona a preocupação com a preservação, o desenvolvimento e distribuição dos recursos necessários para existência de vida na Terra. Essa preocupação com a garantia de acesso aos bens econômicos e culturais necessários para o pleno desenvolvimento pessoal e boa qualidade de vida foi relacionada aos termos desenvolvimento sustentável e sociedades sustentáveis (BRASIL, 1997, p.30).

A ideia de sustentabilidade implica a prevalência a premissa de que é preciso definir limites às possibilidades de crescimento e delinear um conjunto de iniciativas que levem em conta a existência de interlocutores e participantes sociais relevantes e ativos por meio de práticas educativas e de um processo de diálogo informado, o que reforça um sentimento de co-responsabilidade e de constituição de valores éticos (JACOBI, 2003, p.195).

Desta forma, a sustentabilidade visa dar limites ao crescimento buscando interligar ativamente a sociedade às questões ambientais e do próprio desenvolvimento mundial, entrelaçando saberes e conhecimentos das mais diversas áreas, com a finalidade de munir a relação homem-sociedade-natureza com ética, responsabilidade, comportamentos e atitudes que impliquem na melhoria desta relação. Além de vencer o reducionismo (pois, não basta apenas reduzir o consumo, a degradação etc.), torna-se necessário buscar maneiras e conhecimentos sobre o que pensar e fazer com o meio ambiente. Sendo assim, a noção de sustentabilidade como afirma Jacobi (apud JACOBI, 2003, p.118) implica em “uma inter-relação necessária de justiça social, qualidade de vida, equilíbrio ambiental e a ruptura com o atual padrão de desenvolvimento”.

Entretanto, outro conceito importante que surgiu a partir das preocupações com o futuro e a qualidade de vida no planeta é o desenvolvimento sustentável. Este termo, muito debatido na atualidade, foi definido pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento como sendo “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (BRASIL, 1997, p.30).

O desenvolvimento sustentável implica em ações, atitudes, decisões que impliquem no equilíbrio pleno entre a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento socioeconômico, não somente para a geração presente, mas garantindo também às futuras gerações condições de existir e viver plenamente.

No entanto, esse termo se torna extremamente amplo, pois, engloba “aspectos econômicos, sociais e ambientais” (GOMES, 2006, p.20), levando a sociedade e seus governantes a uma tomada de consciência sobre a evolução da sociedade e seu futuro, assim a ênfase do desenvolvimento sustentável:

“Deve fixar-se na superação dos déficits sociais, nas necessidades básicas e na alteração de padrões de consumo (...) para poder manter e aumentar os recursos-base, sobretudo agrícolas, energéticos, bióticos, minerais, ar e água (GOMES, 2006, p.20).

Apesar de toda a expansão desse conceito, atualmente existem algumas críticas a respeito. Para Meira e Sato (2005) a palavra “Desenvolvimento” na língua portuguesa, traz consigo um antagonismo do próprio idioma, uma vez que o prefixo “des” indica negação a algo ou alguma coisa. Desse modo, o conceito de “desenvolvimento” pode significar oposição ao envolvimento, o que pode trazer implicitamente algumas contradições a este conceito.

4.2.2 A influência da mídia e da publicidade nos hábitos de consumo.

Consumo é um ato simples e banal realizado diariamente. Muitas vezes, exercido de maneira prosaica, sem planejamento antecipado, é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana para satisfazer tanto as necessidades básicas como as supérfluas (BARBOSA, 2008). O fenômeno do consumo tem raízes muito antigas, a iniciar pelo ponto de vista biológico, pois todos os seres vivos consomem, e isso é uma necessidade crucial à sobrevivência

metabólica de qualquer espécie. Entretanto, a partir de aspectos sociais ou culturais, o consumo pode ser definido como “o modo como uma sociedade organiza e procura a satisfação das necessidades de seus membros” (BUSQUETS, 2003, p.108). Desta forma, consumir nada mais é que buscar satisfazer as mais diversas necessidades sejam individuais ou coletivas.

Porém, o consumismo, ao contrário do consumo, que é um ato histórico presente no cotidiano da humanidade, surgiu segundo Campbell (apud BAUMAN, 2008, p.38) quando o consumo tornou-se “especialmente importante, se não central” para a vida da maioria das pessoas, “o verdadeiro propósito da existência”.

Sendo assim, o consumismo surgiu a partir do momento em que o consumo deixou de ser algo trivial, banal e passou a ser o foco da vida, da existência, do trabalho, enfim, a razão da própria vida.

Deste modo, a sociedade passou a sustentar a economia, e esta, por sua vez, aproveitou-se deste clima favorável ao consumo/consumismo criando aquilo que atualmente pode ser denominado de sociedade de consumo. Nesta sociedade o foco está na perpétua insatisfação de seus membros, em outras palavras, a infelicidade dos mesmos. Para isso, utiliza o método de depreciação e desvalorização de um objeto logo após sua aquisição: a mesma sociedade que incentiva a compra de determinado produto é a mesma a desvalorizá-lo estimulando a substituição por outro “cada compra nos leva a uma nova desilusão, o que explica a nossa determinação de sempre achar produtos que sirvam como objetos de desejo a serem repostos” (BARBOSA, 2008, p.53).

Através da mídia a sociedade de consumo divulga suas ideias e promove o consumo ou consumismo. Por meio da publicidade diariamente anúncios de produtos, eletrodomésticos, alimentos, roupas, enfim, os mais variados produtos sejam para satisfazer necessidades básicas ou para suprir necessidades supérfluas, logo, como aponta Coelho (2000, p. 82) a publicidade tem como papel principal “servir como veículo de introdução do produto e como intermediário entre o produtor – fase inicial do processo econômico – e o consumidor – sua fase final”.

Ela possui o caráter de divulgar e trazer ao conhecimento do consumidor a existência de determinado produto visando convencê-lo da necessidade de utilização do mesmo. Para cumprir tal objetivo se utilizadas mais variadas técnicas e artimanhas que consigam persuadir o público-alvo. Como afirma Planelha (apud IDEC, 2002, p. 8).

Em vez de fornecer informações para um consumo consciente e racional, a publicidade pode apelar para as sensações e as ilusões de que o consumo daquele bem ou serviço modificará positivamente a vida do consumidor. Nesse caso, explora desejos, gostos, idéias e necessidades, cada vez mais complexas, dos consumidores.

Desta maneira, a publicidade busca convencer o consumidor criando expectativas com relação à aquisição dos produtos através de falsas ilusões onde o indivíduo acredita na mensagem que lhe é apresentada fazendo o possível para corresponder aos apelos publicitários.

4.2.3 Educação Ambiental e Educação para o Consumo consciente: um elo necessário.

A sociedade contemporânea vive um crescente processo de industrialização, processo que traz a todo o momento novas tecnologias, novos produtos, novas marcas, enfim, induz novas necessidades (visando estimular o consumo), que nem sempre são reais. Sendo assim, se desenvolveu na sociedade atual uma economia consumista baseada no excesso e no desperdício, como afirma Bauman (2008, p.53):

Na economia consumista, a regra é que primeiro os produtos apareçam (sendo inventados, descobertos por acaso ou planejados pelas agências de pesquisa e desenvolvimento), para só depois encontrar suas aplicações. Muitos deles, talvez a maioria, viajam com rapidez para o depósito de lixo, não conseguindo encontrar clientes interessados (...). Mas mesmo os poucos felizardos que conseguem encontrar ou invocar uma necessidade (...) logo tendem a sucumbir às pressões de outros produtos “novos e aperfeiçoados” (...) muito antes de sua capacidade de funcionamento ter chegado ao fim.

Dessa forma, as necessidades são cada vez mais induzidas e criadas, surgindo constantemente o desejo de repô-las, logo que algo é descartado ou jogado no lixo. O que mantém a economia consumista é o ciclo “compre, desfrute, jogue fora” (BAUMAN, 2008, p. 126). Os consumidores já se acostumaram com esta situação, como complementa Bauman (2008, p.112): “Consumidores plenos não ficam melindrados por destinarem algo para o lixo (...). Como regra, aceitam a vida curta das coisas e sua morte predeterminada com equanimidade”.

Entretanto, baseado nestas atitudes, surge a preocupação com a finalidade de tantos produtos jogados no lixo: eletrodomésticos, embalagens descartáveis, produtos das mais variadas origens e tamanhos etc. que perderam seu valor e utilidade tendo no lixo seu destino final. Não há como negar que a sociedade moderna consome insaciavelmente, dia após dia, descartando também, vários, se não milhares, de produtos no meio ambiente. O alto padrão de consumo (seja dos recursos renováveis como os não-renováveis) da sociedade contemporânea tem trazido grandes danos à natureza, como afirma Penna (apud GOMES, 2006, p.25-26):

Os efeitos da degradação ambiental não podem ser tratados sem que se combatam as suas causas. O capitalismo moderno deu à luz o consumismo, o qual criou raízes profundas entre as pessoas. O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de auto-estima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a noção de família, de convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento.

Deste modo, a educação ambiental e a educação do consumidor fazem-se necessárias, pois preparam o aluno para uma tomada de consciência em relação ao consumo. Assim, um consumidor responsável fará escolhas que afetarão menos o meio ambiente: “O consumidor deve ser incentivado a fazer com que seu ato de consumo seja também um ato de cidadania (...). Cada pessoa deve escolher produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades sem prejudicar o bem-estar da coletividade” (GOMES, 2006, p.26).

Para que haja mudança no comportamento do consumidor, é necessário acesso a informações, conhecimentos etc., visando à conscientização do mesmo. Para tanto, a educação ambiental e a educação do consumidor devem interligar-se, pois trazem aos alunos conhecimentos que os prepararão para ser uma geração consciente e responsável quanto a sua atuação enquanto consumidores. Sobre isso Gomes (2008, p.28) afirma:

Assim, é preciso questionar os valores impostos pela sociedade de consumo e buscar novos parâmetros para a vida em sociedade. A consciência da necessidade do consumo sustentável é um grande passo no caminho da sustentabilidade, e depende da colaboração e participação de todos. Nesse contexto, torna-se cada vez mais clara a ideia de que somente com atitudes e procedimentos éticos será possível a construção de uma sociedade mais justa, para o que a educação ambiental tem um papel fundamental.

Desta forma, educar o consumidor conscientizando-o sobre seu papel na sociedade e sua responsabilidade ambiental ao consumir é de extrema importância para a sociedade moderna, uma vez que um consumidor responsável e com consciência ambiental fará escolhas sustentáveis e terá ações e atitudes que não comprometam a sociedade atual, nem tão pouco as futuras gerações, assim:

O consumidor engajado pode ser visto como um novo ator social. Consciente das implicações dos seus atos de consumo passa a compreender que está ao seu alcance exigir que as dimensões sociais, culturais e ecológicas sejam consideradas pelos setores produtivo, financeiro e comercial em seus modelos de produção, gestão, financiamento e comercialização. Essa não é uma tarefa simples, pois requer uma mudança de posturas e atitudes individuais e coletivas no cotidiano. (FURRIELA, 2001, p.47).

Educar o consumidor na escola, desde pequeno, é extremamente importante para a formação de uma consciência ambiental, pois, o consumo reflete diretamente no meio ambiente. Entretanto, educar ambientalmente esse consumidor requer aprofundamento das questões ligadas ao consumo e ao meio ambiente, bem como a valorização dos “conhecimentos e experiências dos alunos e alunas” (BUSQUESTS, 2003, p.130).

A escola, ao propor o trabalho com este tema, deve trazer conhecimentos que não tragam apenas conceitos, teorias, mas que fomentem discussões, mobilizações levando o aluno a um processo de conscientização sobre a realidade ambiental, e principalmente, a importância da relação harmoniosa que deve existir entre o homem e a natureza. Isto implica em discutir questões sobre preservação e conservação, situação econômica e social, a relação produção e consumo, desigualdade social enfim, inúmeras questões que permeiam este tema e devem ser repassadas, questionadas juntamente com os alunos estando também de acordo com a realidade vivida por eles (TEIXEIRA, 2001). Sobre isso Coelho (1996, p.101) ainda complementa:

É não apenas necessário, mas também urgente, discutir com os alunos questões sérias como fumo, poluição, ecologia urbana, excesso de embalagens descartáveis, reciclagem de lixo. Esses temas devem ser abordados em todas as disciplinas, evitando-se uma visão reducionista do assunto. O objetivo é mudar o comportamento do consumidor, para que ele possa entender que seu consumo não é isolado e afeta todo o ambiente ao seu redor, ou seja, todo o planeta.

Desse modo, educar o consumidor ambientalmente torna-se urgente. Inserir estes temas nas disciplinas buscando trabalhá-lo de maneira interdisciplinar é uma forma de dinamizar a prática pedagógica visando fornecer aos alunos uma base sólida da compreensão do meio ambiente global, percepção dos problemas e busca de soluções e, principalmente, a formação de uma responsabilidade ambiental rumo a uma sociedade sustentável.

5. METODOLOGIA

Este trabalho foi realizado em uma escola pública da Rede Municipal de ensino de Curitiba, localizada na região sul da cidade, no bairro Alto Boqueirão. A Escola Municipal Professor Francisco Hubert é mantida pela Prefeitura municipal de Curitiba e atende cerca de 800 alunos divididos nos turnos manhã e tarde e uma turma (com cerca de 20 alunos) da Educação de Jovens e adultos no turno da noite.

A instituição oferece as modalidades regulares de ensino: Educação Infantil (Pré), Séries Iniciais do Ensino Fundamental (1º ao 5º ano) e Educação de Jovens e adultos (EJA). Atualmente funciona com 13 turmas no turno da manhã e 16 no turno da tarde.

A escola segue as diretrizes e regulamentações nacionais e municipais de ensino que norteiam suas ações e atividades conforme o Projeto Político Pedagógico da Instituição.



IMAGEM 01: VISÃO LATERAL DA ESCOLA.
FONTE: ACERVO DA INSTITUIÇÃO.

Para alcançar os objetivos propostos neste projeto de intervenção foi construída a seqüência didática intitulada “**Consumidor Consciente, cuida do meio ambiente!**”. Por meio dela, foram realizadas atividades que buscaram fomentar nos discentes a conscientização ecológica, a relação do indivíduo com o

meio ambiente e a formação dos conceitos: consumo consciente, sustentabilidade e cidadania.

No quadro a seguir, podemos observar como ocorreram as atividades aplicadas durante este projeto.

Quadro I – Atividades desenvolvidas durante o projeto de intervenção.

Conteúdo	Objetivo	Metodologia
1. O ambiente onde vivemos	Compreender o que é biodiversidade, reconhecer a Terra como morada de todos.	Vídeo: Espetáculo da natureza. Ilustração com o tema: Planeta Terra, nossa casa!
2. A origem do que consumimos	Compreender como o consumo afeta o meio ambiente.	Vídeos: A Terra pede socorro e Consciente coletivo: episódio 01
3. Consumo x Consumismo	Compreender a diferença entre consumo e consumismo, refletir sobre os hábitos de consumo da sociedade atual	Vídeos: A diferença entre consumo e consumismo e O Homem e o consumo. Produção de texto coletivo.
4. A influência da mídia/publicidade nos hábitos de consumo.	Compreender a influência da mídia e da publicidade como mecanismos de incentivo ao consumo	Vídeo: “consciente coletivo – episódio 08”. Atividade construindo uma propaganda.
5. Consumo Consciente, o que é isso?	Estimular práticas de consumo consciente no ambiente escolar e no dia-a-dia dos educandos.	Vídeo “Consciente coletivo – episódio 05” e discussão sobre o assunto.
6. Os 5Rs do consumo consciente.	Estimular a prática dos 5rs dentro e fora do ambiente escolar.	Vídeo “Os 5rs da Educação Ambiental. Construção de cartaz coletivo sobre maneiras de praticar os 5Rs.
7. Feira de trocas de brinquedos.	Refletir sobre consumo e consumismo. Praticar os Rs (reduzir, reutilizar, repensar	Organização e participação na Feira de trocas.

A 1ª Etapa da sequência didática foi realizada por meio da atividade “O Ambiente onde vivemos” nesta ação os alunos assistiram ao Vídeo “Espetáculo da natureza” cujo objetivo foi fomentar o reconhecimento da Terra como morada de todos os seres. Após assistirem ao vídeo foi solicitado às crianças que realizassem uma ilustração com o título “Planeta Terra, nossa casa”.

Temas como o que é Biodiversidade e a importância da relação harmoniosa do homem com a natureza e o meio ambiente também foram abordados durante a aula e observados nas ilustrações realizadas.

A 2ª Etapa contou com a atividade “A origem do que consumimos” esta ação buscou mostrar como o consumo afeta o meio ambiente, seja por meio dos resíduos lançados na natureza, bem como através dos recursos naturais extraídos para fabricação de produtos. Os alunos assistiram aos vídeos “A Terra pede socorro” e “Consciente coletivo – episódio 01” e refletiram sobre os problemas causados pelo excesso de materiais jogados no meio ambiente tais como: garrafas pets, produtos químicos, lixo etc. Neste momento, foi possível abordar a ideia de que no meio ambiente não existe “fora”, ou seja, tudo que consumimos fica guardado dentro do planeta Terra (nos lixões, aterros sanitários etc).

Para abordar a questão dos recursos naturais foram mostradas imagens de diversos ambientes para que a turma pudesse perceber que a natureza fornece ao homem as matérias- primas que ele necessita. Após a observação, as crianças citaram os recursos que poderiam ser retirados daqueles ambientes. As sugestões foram anotadas no quadro de giz, conforme a imagens a seguir:

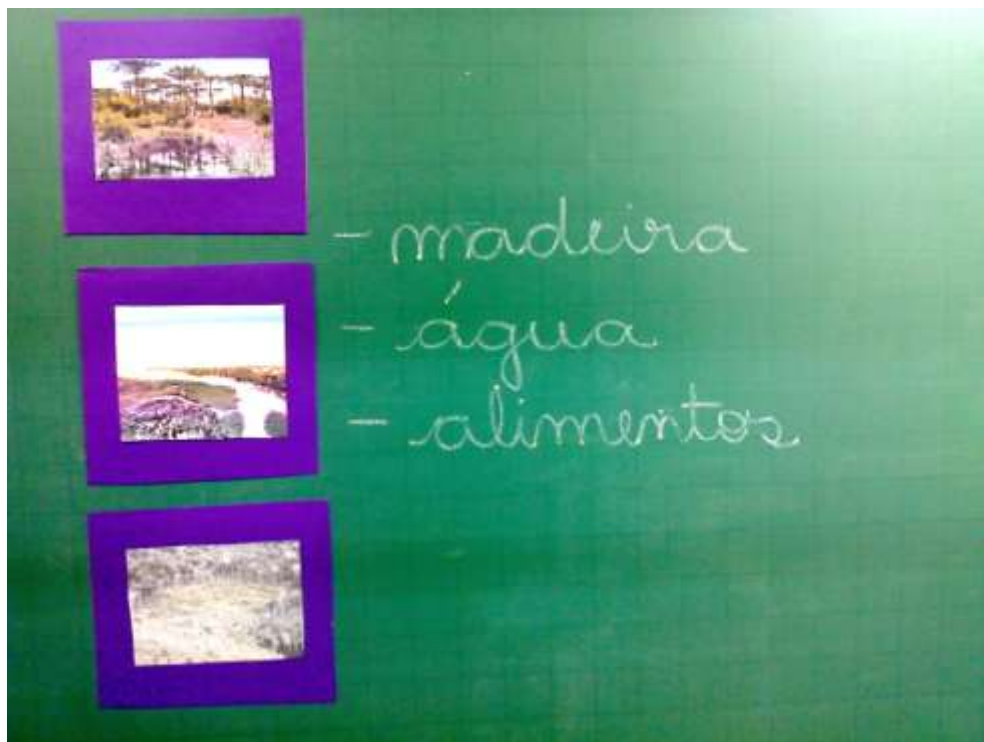


IMAGEM 02: ATIVIDADE SOBRE RECURSOS NATURAIS
FONTE: A AUTORA (2015)

A 3ª etapa abordou a diferença entre “consumo x consumismo” buscando promover a reflexão sobre os hábitos de consumo da sociedade atual. Os alunos assistiram aos vídeos “O homem e o consumo” e “A diferença entre consumo e consumismo”.

Após assistirem, os alunos refletiram sobre seus hábitos de consumidores e muitos relataram situações cotidianas onde observaram o consumo exagerado e desnecessário de diversos materiais como: roupas, brinquedos, material escolar etc. Neste momento um dos alunos relatou um exemplo próprio de consumo exagerado ou desnecessário que pode ocorrer em nosso cotidiano. O estudante mostrou para a turma que possuía em seu penal escolar nove apontadores e que não utilizava todos, uma vez, que a escola solicitou, por meio da lista de materiais, apenas uma unidade. A figura a seguir, mostra os materiais que estudante se referiu:



IMAGEM 03: EXEMPLO DE EXCESSO DE MATERIAL OU CONSUMO.
FONTE: A AUTORA (2015)

O estudante informou que comprou novos apontadores no início de cada ano letivo (mesmo já possuindo este material) e isto levou ao acúmulo desnecessário deste material. Após o relato ele afirmou que o assunto abordado durante a aula o fez refletir e repensar seus conceitos e atitudes enquanto consumidor.

Posterior a explicação sobre a diferença entre consumo e consumismo foi proposto aos alunos a construção de um texto coletivo sobre o tema. Para a realização da atividade a professora teve a função de escriba anotando no quadro de giz o que era ditado pelas crianças. Ao término, os alunos registraram o texto construído pela turma em seus cadernos e a docente transcreveu o conteúdo em papel bobina. Em seguida, o material foi exposto no mural da sala de aula como mostra a imagem:

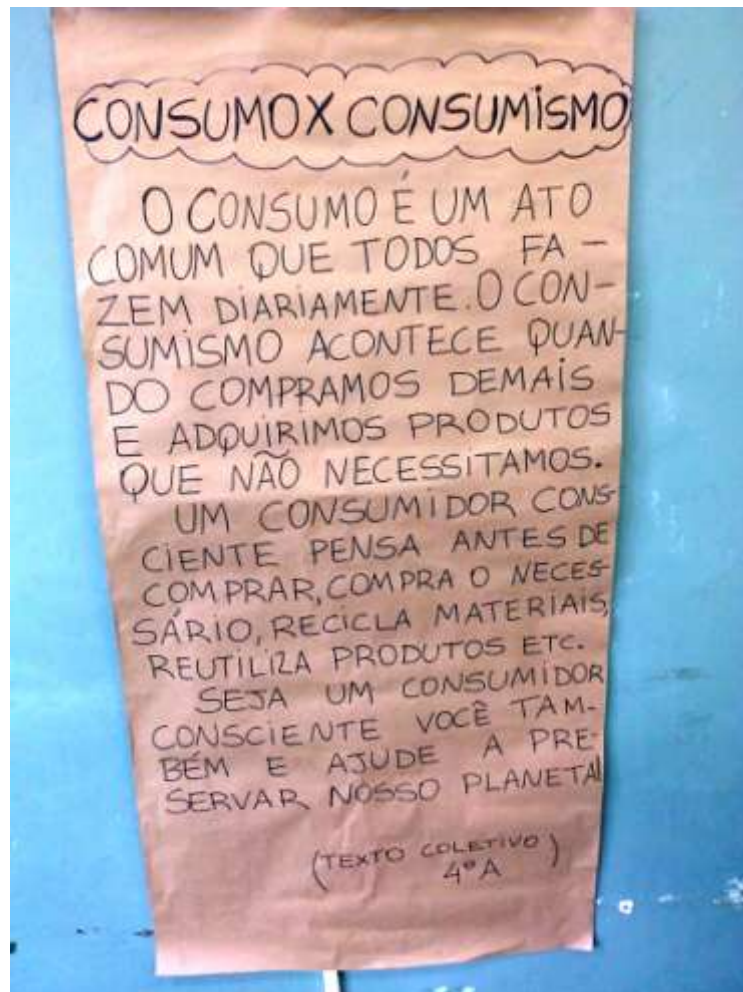


IMAGEM 04: CARTAZ DO TEXTO COLETIVO EXPOSTO NO MURAL DA ESCOLA. FONTE: A AUTORA (2015).

A sequência didática prosseguiu e, em sua 4ª Etapa, o tema tratado foi “A influência da mídia e da publicidade nos hábitos do consumo”. Através do vídeo “Consciente coletivo – episódio 08” buscou-se mostrar aos alunos como a mídia e a publicidade incentivam o consumo e podem promover o consumismo. Durante a discussão as crianças relataram que muitas vezes compraram ou solicitaram aos

pais a compra de brinquedos e objetos devido ao incentivo da mídia e da publicidade.

Em seguida, foi iniciada a atividade “Construindo uma propaganda”, nesta tarefa foi solicitado aos alunos que criassem um produto novo e inédito e, em seguida, produzissem uma propaganda para incentivar o consumo do produto. A imagem mostra o momento de produção das propagandas:

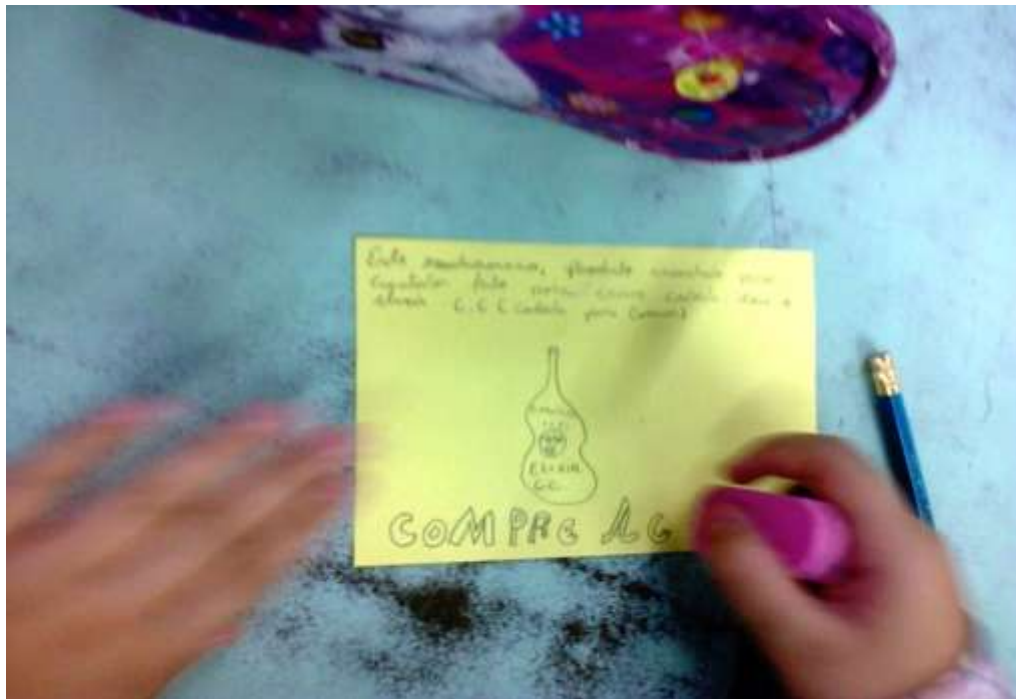


IMAGEM 05: PRODUÇÃO DE PROPAGANDAS.
FONTE: A AUTORA (2015).

A 5ª Etapa cujo tema foi “Consumo consciente, o que é isso?” teve por objetivo disseminar o conceito de consumo consciente, bem como estimular essas práticas dentro e fora do ambiente escolar. Através do vídeo “Consciente coletivo – episódio 05” e da leitura do texto “12 princípios do consumidor consciente” os alunos repensaram suas práticas de consumidores e refletiram sobre como podemos aplicar este conceito em nosso dia-a-dia. A próxima imagem mostra o momento no qual os estudantes assistiram aos vídeos propostos pela professora:



IMAGEM 06: VÍDEOS EXPLICATIVOS SOBRE A TEMÁTICA PROPOSTA.
FONTE: A AUTORA (2015)

Na 6ª Etapa buscou-se disseminar o conceito dos 5rs do consumo consciente: reduzir, reutilizar, reciclar, repensar e recusar. Através do vídeo “Os 5rs da Educação ambiental” os alunos tiveram os primeiros contatos com este conceito e durante a explicação muitos relataram não conhecer essas práticas ou conhecer apenas a reciclagem.

Posterior ao vídeo, foram discutidas maneiras de como aplicar os “Rs” em nosso cotidiano e, em seguida, foi proposto aos alunos a construção do cartaz coletivo “Os 5rs da Educação Ambiental”. Para realizar a atividade foram pré-selecionadas ações diárias que envolvem este conceito e disponibilizadas aos alunos em forma “sorteio”, cada criança sorteou uma prática e refletiu sobre ela buscando saber em qual dos “Rs” a ação se adequava. Após a reflexão a professora solicitou que cada aluno lesse para a turma a ação e indicasse o “R” a que pertencia. Em seguida, a professora e os colegas orientavam se a resposta estava de acordo e o aluno (que havia realizado a leitura) prosseguia colando sua ação no “R” correspondente, como mostra a imagem:



IMAGEM 07: CARTAZ OS "5RS NA PRÁTICA".
FONTE: A AUTORA (2015).



IMAGEM 08: ALUNOS PARTICIPANDO DA CONFECÇÃO DE CARTAZ.
FONTE: A AUTORA (2015).

A atividade prosseguiu até que todos os alunos participassem e colassem suas ações no cartaz e após concluírem, o material foi exposto no mural da escola.

Para finalizar e concluir a sequência didática a 7ª Etapa contou com a “Feira de trocas de brinquedos” com a turma participante do projeto. Os alunos foram convidados a participar com a finalidade de trocar os brinquedos (em bom estado) que não utilizavam mais, por outros trazidos pelos colegas. A ação contou com a autorização e ciência das famílias que foram comunicadas via bilhete escolar. (Anexo A).

No dia combinado as crianças foram levadas a uma área externa onde ganharam uma folha de jornal que foi estendida no chão para a exposição dos brinquedos. Após todos se organizarem a docente ligou uma música que serviu de sinal para indicar que a feira havia iniciado. Ao ouvir a música os estudantes iniciaram as trocas, conversando e argumentando com seus colegas a respeito das mesmas, como pode ser visto nas imagens a seguir:



IMAGEM 09: INICIO DA FEIRA DE TROCAS
FONTE: A AUTORA (2015).



IMAGEM 10: ALUNOS NEGOCIANDO SUAS TROCAS.
FONTE: A AUTORA (2015)

Não houve intervenções de adultos, os alunos foram protagonistas em suas escolhas e trocas negociando os brinquedos que possuíam pelos quais tinham interesses, a atividade seguiu até que todos realizassem suas trocas, como mostra a imagem:



IMAGEM 11: MOMENTO DE TROCAS.
FONTE: A AUTORA (2015)

Para o encerramento da Feira um piquenique coletivo foi organizado promovendo um momento de descontração entre as crianças.



IMAGEM 12: PIQUENIQUE REALIZADO AO FINAL DA FEIRA.
FONTE: A AUTORA (2015).

6. RESULTADOS E ANÁLISES

As atividades propostas para este projeto de intervenção foram realizadas com êxito em todas as suas etapas. Em primeiro momento quando se buscou a autorização da direção da Escola para a realização do projeto, houve grande interesse por parte da equipe Pedagógica- Administrativa ao reconhecerem a necessidade de práticas pedagógicas com esta temática no espaço escolar, esta atitude trouxe maior segurança para o início do projeto.

Nos primeiros contatos com os estudantes para a apresentação da proposta foi verificado o grande interesse e disposição em participar das ações; esta atitude permaneceu quando as práticas iniciaram e, em cada nova etapa, o envolvimento dos discentes era constante. Em vários momentos os estudantes trouxeram contribuições através de exemplos de seus cotidianos, deixando explícito o quanto este tema é presente e faz parte de suas realidades. O envolvimento também demonstrou suas preocupações com o meio ambiente, uma vez, que os mesmos traziam sugestões de ações para minimizar os problemas apresentados.

Um fato interessante observado durante as atividades foram as posturas conscientes em relação ao consumo apresentadas por alguns alunos ao relatarem exemplos de ações positivas realizadas por suas famílias em seus cotidianos, pois atitudes e exemplos vindos dos lares reforçam positivamente o trabalho com a educação ambiental, contribuindo grandemente para a formação de um cidadão consciente. Em contra partida, também foi possível verificar que alguns participantes apresentavam pouco interesse pelas questões ambientais, mas, após as atividades desenvolvidas, relataram a necessidade de rever seus hábitos de consumidores e suas posturas frente ao consumo.

Assim, foi notável que a intervenção almejou seus objetivos, pois sementes foram lançadas, a fim de difundir os conceitos pretendidos, e foi perceptível que os estudantes as receberam com entusiasmo e alegria e saberão como espalhá-las em suas realidades.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propostas de trabalho voltadas às temáticas ambientais são fundamentais no contexto atual em que vivemos proporcionar experiências que possam contribuir para a formação de cidadãos conscientes e éticos é um dos papéis fundamentais da educação. Dessa forma, as instituições escolares têm o privilégio de participar deste processo de formação da cidadania à medida que realizam atividades que vão de encontro as realidades dos estudantes proporcionando mudanças transformadoras e significativas em suas vidas.

No entanto para que a escola alcance êxito em suas propostas sabemos da necessidade do envolvimento e da cooperação de toda a comunidade escolar no processo educativo. Neste sentido, na realização deste trabalho foi possível observar a efetiva parceria entre professor- alunos - equipe pedagógica – famílias o que com certeza contribui para concretização deste projeto, pois a interligação destes sujeitos é fundamental para o cumprimento das propostas pedagógicas.

Sendo assim, esta ação cumpriu seus objetivos à medida que proporcionou aos estudantes a formação de conceitos voltados à sustentabilidade e cidadania, possibilitando também uma reflexão sobre seus hábitos de consumo, a fim de despertar os estudantes sobre a realidade ambiental impulsionando-os a uma atuação responsável enquanto consumidores

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAM, Zygmunt. **Vida para o consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL. Lei nº8078 de 1.990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L8078.htm>>. Acesso em: 20 de jan.2015.

BRASIL. Projeto de Lei nº5921, de 2001. Acrescenta parágrafo ao art. 37, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 e dá outras providências. Disponível em <http://www.camara.gov.br/internet/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=43201>. Acesso em: 20 jan. 2015.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: introdução aos parâmetros curriculares nacionais. Brasília, 1997. 126p.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: meio ambiente e saúde. Brasília, 1997. 128p.

BUSQUETS. Maria Dolores. **Temas transversais em Educação**. Bases para uma formação integral. São Paulo: Ática, 2003.

CARVALHO, Isabel C.M. **Educação Ambiental**: a formação do sujeito ecológico. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

COELHO, Maria L. **Consumo e espaços pedagógicos**. São Paulo: Cortez, 1996.

FERREIRA, Aurélio B.H (5 ed). **Mini Aurélio século XXI**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2001.

FURRIELA, Rachel B. Educação para o consumo sustentável. **Ciclo de Palestras Sobre Meio Ambiente – Programa Conheça a Educação do Cibec/Inep**, p.47-55,

2001. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/download/cibec/pce/2001/47-55.pdf>> Acesso em: 20 fev. 2015.

GOMES, Daniela V. Educação para o consumo ético e sustentável. **Revista eletrônica do mestrado em educação ambiental**, 2006, v 16, p.18-31, jan-jul 2006. Disponível em: < <http://www.remea.furg.br/INDVOL16.php>>. Acesso em 10 fev. 2015.

GRÜN, M. **Ética e educação ambiental: a conexão necessária**. 11 ed. Campinas: Papirus, 2007.

GUIMARÃES, Mauro. **A dimensão ambiental na educação**. 8ª Ed. São Paulo: Papirus, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Publicidade e consumo**—coleção educação para o consumo responsável. 2002. Brasil. Disponível em: < <http://www.bvindecopi.gob.pe/coleco/publicidade.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2015.

INSTITUTO AKATU. **Série consciente coletivo**. Brasil. 2010. Disponível em: < <https://www.youtube.com/playlist?list=PL48D36B34AB11860B>>. Acesso em: 04 Abr. 2015.

JACOBI Pedro. Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade. **Cadernos de Pesquisa**, n.118, p. 189-205, março de 2003. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>>. Acesso em: 19 fev.2015.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MEIRA, Pablo; SATO, Michele. Só os peixes mortos não conseguem nadar contra a correnteza. **Revista de Educação Pública**, v.14, n.25, 2005. Disponível em:< http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/7081_Cached.pdf>Acesso em: 20 abr. 2015.

REIGOTA, Marcos. **O que é educação ambiental**. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2009.

TEIXEIRA, Eduardo C. Ensino de ciências para jovens e adultos: a educação ambiental como tema central. **Cadernos Programa de Ensino Fundamental para**


Jovens e Adultos Trabalhadores, 1 ed, dez. 2001. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/faced/pesquisa/niepe-eja/pefjat/educacao_ambiental.pdf> Acesso em: 15 mar. 2015.

SAUVÉ, Lucie. Educação ambiental: possibilidades e limitações. **Revista Educação e pesquisa**, v 31, n. 2, 2005. Disponível em:< <http://www.revistas.usp.br/ep/article/view/27979/29759>. Acesso em: 10 mar. 2015.

VEIGA, A., AMORIM, E.; BLANCO, M. **Um Retrato da Presença da Educação Ambiental no Ensino Fundamental Brasileiro**: o percurso de um processo acelerado de expansão. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2005.

ANEXOS

ANEXO A – Bilhete enviado aos pais para autorização da participação na feira de trocas de brinquedos.



FEIRA DE
TROCA DE
BRINQUEDOS

Senhores pais

Pensando nas questões ligadas ao meio ambiente e sustentabilidade, temas importantes trabalhados em nossas aulas de Ciências. Iremos realizar uma "Feira de trocas" em nossa turma no dia 21/05 (5ª feira).

Esta feira proporcionará um momento onde as crianças poderão trocar aqueles brinquedos que não estão sendo usados por outros de seu interesse.

Para participar basta que o aluno traga aquele brinquedo em bom estado que não está sendo utilizado mais.

Conto com sua colaboração!!

Att

Profª Marcelize (Ciências)

Obs: Neste dia realizaremos um pic-nic coletivo em nossa turma. Contribua trazendo um lanche.

.....

Autorizo a participação de.....

na feira de trocas do 4ºA.

Ass:.....

ANEXO B – SEQUÊNCIA DIDÁTICA

1ª ETAPA

Conteúdo: O ambiente onde vivemos

Objetivos: Compreender o que é biodiversidade, reconhecer a Terra como morada de todos.

Tempo: 2 aulas

Encaminhamento:

- ✓ Iniciar a aula explicando aos alunos a seqüência didática que será trabalhada e também o tema e os objetivos da proposta.
- ✓ Perguntar aos estudantes o que compreendem por biodiversidade, onde ouviram essa palavra e o que pensam sobre ela. Anotar as respostas no quadro e explicar este conceito enfatizando que todos os seres são habitantes do mesmo local: O planeta Terra.
- ✓ Passar o vídeo “Espetáculo da natureza”, em seguida conversar com os alunos sobre as imagens observadas questionando-os sobre a importância da natureza para os seres humanos.
- ✓ Após o diálogo distribuir folhas de papel sulfite aos estudantes e solicitar que realizem uma ilustração com o tema “Planeta Terra: nossa casa” relacionando o que compreenderam sobre biodiversidade com as imagens do vídeo que assistiram.

Recursos didáticos:

- ✓ Data Show, quadro, giz e folhas sulfite.

Avaliação: Observar se os alunos compreenderam os conceitos de biodiversidade e a ideia de que o planeta Terra é a morada de todos os seres.

2ª ETAPA

Conteúdo: A origem do que consumimos

Objetivos: Compreender a origem do que consumimos e como o consumo afeta o meio ambiente.

Tempo: 2 aulas

Encaminhamento:

- ✓ Iniciar a aula questionando os alunos sobre a origem dos produtos que consumimos de onde eles vêm? Em seguida, explicar que a maioria dos produtos é fabricada com matérias-primas retiradas da natureza, ou seja, o homem transforma os recursos da natureza em bens de consumo. Explicar também que existem recursos renováveis e não renováveis.
- ✓ Passar o vídeo “A Terra pede socorro” e “Consciente coletivo – episódio 01” e propor uma reflexão. Em seguida refletir com os alunos sobre os hábitos de consumo da sociedade atual e como a produção exagerada causa impactos na natureza ex: derrubada de árvores, desperdício de água etc
- ✓ Levar para a aula imagens de ambientes naturais e solicitar que os alunos citem alguns recursos naturais que podem ser extraídos da natureza, colar as imagens e solicitar que os estudantes citem esses elementos, após anotar no quadro as sugestões. Em seguida, refletir sobre os impactos dessas ações no meio ambiente.

Recursos didáticos:

- ✓ Data show, quadro, giz.

Avaliação: Verificar se os alunos assimilaram a relação entre consumo e meio ambiente e também os impactos destas ações na natureza.

3ª ETAPA

Conteúdo: Consumo x Consumismo

Objetivos: Compreender a diferença entre consumo e consumismo, refletir sobre os hábitos de consumo da sociedade atual.

Tempo: 2 aulas

Encaminhamento:

- ✓ Iniciar a aula perguntando aos alunos o que entendem por consumo e consumismo, após as respostas dos alunos assistir ao vídeo “A diferença entre consumo e consumismo”.
- ✓ Refletir com os alunos sobre a forma como as pessoas consomem nos dias de hoje. Será que consomem somente o necessário ou consomem demasiadamente? Perguntar aos alunos se eles já adquiriram coisas que não precisavam (produtos supérfluos) e o que os motivou a essas compras.
- ✓ Explicar que o consumismo traz sérios riscos ao meio ambiente como acúmulo de lixo, desperdício de materiais e recursos da natureza etc. Neste momento apresentar a turma o vídeo “O homem e o consumo” e propor uma reflexão sobre o consumo desenfreado nos dias de hoje.
- ✓ Após as reflexões construir um texto coletivo com os alunos sobre a diferença entre consumo e consumismo; a professora irá confeccionar um cartaz com este material que ficará exposto em sala de aula.

Recursos didáticos:

- ✓ Data show, quadro, giz e papel bobina.

Avaliação: Considerar o envolvimento do aluno com a atividade, seu interesse em participar da atividade de expressão oral (construção do texto coletivo) e suas posturas frente ao tema proposto.

4ª ETAPA

Conteúdo: A influência da mídia/publicidade nos hábitos de consumo.

Objetivos: Compreender a influência da mídia e da publicidade como mecanismos de incentivo ao consumo.

Tempo: 2 aulas.

Encaminhamento:

- ✓ Assistir ao vídeo da série “consciente coletivo – episódio 08” e refletir sobre a influência da mídia e da publicidade nos hábitos de consumo das pessoas. Explicar que muitas pessoas se deixam levar pelos modismos e que isso gera maior consumo de produtos e conseqüentemente maior quantidade de resíduos são lançados no meio ambiente.

- ✓ Em seguida, solicitar que os alunos inventem um produto supérfluo e criem um anúncio publicitário para divulgação deste material.

Recursos didáticos:

- ✓ Data show, folhas de papel sulfite, lápis, canetinhas, lápis de cor.

Avaliação: Observar se os estudantes compreenderam o papel da mídia na atual sociedade de consumo.

5ª ETAPA

Conteúdo: Consumo Consciente, o que é isso?

Objetivos:

- ✓ Compreender o que é consumo consciente;
- ✓ Estimular práticas de consumo consciente no ambiente escolar e no dia-a-dia dos educandos.

Tempo: 1 aula.

Encaminhamento:

- ✓ Iniciar a aula perguntando aos alunos o que entendem por consumo consciente. Em seguida, mostrar o vídeo “Consciente coletivo – episódio 05” e conversar com os alunos sobre as questões do vídeo. Como podemos ser consumidores conscientes? É possível praticar atitudes conscientes em nosso dia-a-dia?
- ✓ Após, o diálogo com os alunos distribuir cópias do texto “12 princípios do consumo consciente”. Ler o texto com as crianças e sugerir que dêem ideias de outras ações que podemos ter rumo ao consumo mais consciente.



(Fonte: Instituto Akatu)

Recursos didáticos:

- ✓ Data show, quadro, giz.

Avaliação: Considerar a participação e envolvimento dos estudantes durante a atividade.

6ª ETAPA

Conteúdo: Os 5rs do consumo consciente.

Objetivos:

- ✓ Conhecer os 5rs do consumo consciente e como aplicá-los;
- ✓ Compreender a importância dessas práticas para a redução da retirada de resíduos da natureza e diminuição de resíduos lançados no meio ambiente;
- ✓ Estimular a prática dos 5rs dentro e fora do ambiente escolar.

Tempo: 2 aulas

Encaminhamento:

- ✓ Iniciar a aula perguntando aos alunos se conhecem os “5rs”, se já ouviram falar etc.
- ✓ Apresentar o vídeo “Os 5rs da Educação Ambiental – Tv escola” em seguida conversar sobre a importância destas atitudes para o meio ambiente.
- ✓ Realizar a atividade “5 rs na prática”. Construir um cartaz em papel bobina dividido em 5 colunas, cada coluna deverá conter um dos 5rs: *reduzir, reutilizar, reciclar, repensar, recusar*.
- ✓ Colar o cartaz no quadro e distribuir para os estudantes fichas impressas com ações que colocam os 5rs em prática, solicitar que leiam e pensem nestas ações.
- ✓ Após a leitura, a professora pedirá que os alunos pensem em qual dos “Rs” a ação se encaixa.
- ✓ Em seguida, iniciar a montagem do cartaz, cada aluno lerá sua frase para a turma e dirá em qual dos Rs se encaixa, após a leitura pedir que o aluno cole a ficha no cartaz confeccionado pela professora. A atividade seguirá até que todos leiam e cole suas ações completando o cartaz. Ao concluírem a atividade o cartaz deverá ser exposto no mural da escola.

Recursos didáticos:

- ✓ Data show, quadro, giz e papel bobina.

Avaliação: Verificar durante as atividades se houve compreensão do tema abordado.

7ª ETAPA

Conteúdo: Feira de trocas de brinquedos.

Objetivos:

- ✓ Refletir sobre consumo e consumismo.
- ✓ Praticar os Rs (reduzir, reutilizar, repensar)
- ✓ Refletir como o ato da troca pode prolongar a vida útil do produto e diminuir os resíduos lançados no meio ambiente.
- ✓ Promover a inteiração e solidariedade entre os participantes.

Tempo: 2 aulas

- ✓ Para encerramento da sequência será realizada a “Feira de trocas de brinquedos” com a turma participante. A feira será organizada anteriormente com bilhetes enviados aos pais para autorização e explicação da proposta.
- ✓ No dia estipulado os alunos trarão os brinquedos que não utilizam mais e participarão da atividade.
- ✓ **Dia da Feira:** Separar com pedaços de TNT ou jornais o espaço para exposição que cada criança utilizará.
- ✓ Receber os alunos no local indicado para a feira (ginásio ou local aberto).
- ✓ Proporcionar um tempo para que as crianças organizem seus brinquedos para a troca.
- ✓ Após a organização, ligar uma música ambiente que servirá de “sinal” para que os alunos possam sair de seus espaços e irem até os colegas realizar as trocas.
- ✓ A professora deverá mediar situações quando necessário, mas deve deixar que as crianças sejam protagonistas negociando suas trocas.
- ✓ A feira acontecerá até que todos tenham trocado seus brinquedos. Os alunos que não encontrarem algo de seu interesse poderão deixar o brinquedo que trouxeram para doação. As doações serão encaminhadas para a escola, podendo ser utilizados com os alunos da educação infantil nas propostas de “cantos diversificados”.
- ✓ Para encerrar a feira será realizado um piquenique solidário entre as crianças.

Avaliação: Observar se os estudantes adotaram posturas de consumidores éticos e conscientes, bem como sua participação e envolvimento na feira.

