

Versão *On-line* ISBN 978-85-8015-075-9
Cadernos PDE

VOLUME II

OS DESAFIOS DA ESCOLA PÚBLICA PARANAENSE
NA PERSPECTIVA DO PROFESSOR PDE
Produções Didático-Pedagógicas

2013



PARANÁ

GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Educação



JOSÉ APARECIDO VIDAL

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO CONSUMISMO
ENTRE OS JOVENS**

LONDRINA
2013

JOSÉ APARECIDO VIDAL

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO CONSUMISMO
ENTRE OS JOVENS**

Produção Didático-Pedagógica apresentada ao
Programa de Desenvolvimento Educacional
(PDE). NRE – Londrina.

Orientadora: Prof^a Dr^a Jeani Delgado Paschoal
Moura

LONDRINA

2013

Título: A influência da mídia no consumismo entre os jovens	
Autor	José Aparecido Vidal
Escola de Atuação	Colégio Estadual Presidente Kennedy
Município da escola	Ivaiporã
Núcleo Regional de Educação	Ivaiporã
Orientador	Profª Drª Jeani Delgado Paschoal Moura
Instituição de Ensino Superior	Universidade Estadual de Londrina
Disciplina/Área	Geografia
Produção Didático-pedagógica	Unidade didática
Relação Interdisciplinar	Geografia, Biologia.
Público Alvo	3º Ensino Médio
Localização	Colégio Estadual Presidente Kennedy Rua Prefeito Miguel Goedert nº 100 – Ariranha do Ivaí
Apresentação	O presente trabalho será desenvolvido no Colégio Estadual Presidente Kennedy, localizado no município de Ariranha do Ivaí/ PR, constituído por estudantes, em sua maioria, provenientes do ambiente rural, formando um grupo muito vulnerável e influenciado pelas mensagens midiáticas. Busca-se com o trabalho contribuir para a formação de educandos autônomos e críticos de modo que os mesmos sejam capazes de discernir sobre o que deve ou não ser incorporado à sua vivência com relação às informações provenientes dos meios midiáticos e transformem-se em multiplicadores de uma educação para o consumo responsável. Por meio de ações com enfoques múltiplos e diversificados que contemplem a participação efetiva dos estudantes pretende-se que os mesmos transformem suas concepções, despertando para um novo olhar, mais crítico, consciente e cidadão sobre os recursos midiáticos.
Palavras-chave	Mídia. Jovens. Influência. Consumismo.

1 TEMA DE ESTUDO DO PROFESSOR PDE

Mídia e Ensino de Geografia.

2 JUSTIFICATIVAS

O comportamento de consumo da juventude atual é muito influenciado pela linguagem midiática, pois ela reflete, recria e difunde o que é importante socialmente e acaba por enfraquecer a sua autonomia. O contato desses jovens com as diferentes mídias, cada vez mais intenso, está formando consumidores descontrolados.

Como consequência desse consumo excessivo, o meio ambiente também tem sofrido contínuas agressões que desencadearam um quadro de drástica deterioração e redução dos recursos naturais: excesso de lixo, poluição do ar, escassez de água, buraco na camada de ozônio, carência de energia etc.

Não se trata de abandonar o consumo para preservar os recursos naturais, o que seria inviável no mundo contemporâneo, mas de mudar os padrões de consumo e produção no sentido de atender, de um lado, à demanda das necessidades básicas da maioria da população mundial (moradia, saúde, alimentação e educação), e, de outro, reduzir o desperdício e o consumismo desenfreado em todos segmentos.

Diante desse cenário, o presente trabalho justifica-se no sentido de que a escola pode atuar na transformação dos meios de comunicação em aliados do processo educativo dos educandos, uma vez que, como mediadora de diálogos entre vários saberes, culturas e visões de mundo, ela proporciona uma educação revestida de criticidade capaz de trazer aos jovens oportunidades de crescimento físico, social e intelectual. Assim estarão preparados para viverem de forma plena esses novos tempos carregados de necessidades, aspirações, desejos e desafios.

No Colégio Estadual Presidente Kennedy a maioria dos estudantes é proveniente do ambiente rural, constituindo um grupo muito vulnerável e influenciado pelas mensagens midiáticas. Assim, com o desenvolvimento deste trabalho busca-se despertar nos jovens uma consciência crítica em relação aos padrões de consumo para que deixem a condição de meros consumidores imediatistas e

superficiais e tornem-se multiplicadores de uma educação para o consumo responsável, na qual a satisfação das necessidades humanas caminhe junto à preservação dos recursos naturais.

3 PÚBLICO ALVO

3º ano do Ensino Médio.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Contribuir para a formação de educandos autônomos e críticos de modo que os mesmos sejam capazes de discernir sobre o que deve ou não ser incorporado à sua vivência com relação às informações provenientes dos meios midiáticos e transformem-se em multiplicadores de uma educação para o consumo responsável.

4.2 Objetivos Específicos

- Definir mídia e os diversos meios midiáticos;
- Conceituar consumo e consumismo;
- Caracterizar a relação entre mídia e consumo;
- Identificar e analisar as categorias de produtos mais consumidas entre os jovens educandos;
- Analisar a influência da mídia no comportamento social;
- Discutir sobre os aspectos positivos e negativos dos meios de comunicação na sociedade;
- Entender o que é consumo sustentável e sua importância para a preservação do meio ambiente;
- Definir os impactos do consumismo no meio ambiente;
- Discutir sobre o papel da família em relação ao hábito de consumo de seus filhos.

5 PROCEDIMENTOS

A mídia exerce um papel constitutivo em diferentes aspectos cognitivos, emotivos e comportamentais do jovem educando, e enfatiza os processos que ocorrem no contexto sócio-histórico no qual o mesmo está inserido, bem como o papel ativo e construtivo que ele manifesta em seu processo de desenvolvimento, frente à influência da mídia.

Desta forma, faz-se necessário promover ações com enfoques múltiplos e diversificados que contemplem a participação efetiva dos estudantes de modo que os mesmos transformem suas concepções, despertando para um novo olhar, mais crítico, consciente e cidadão, sobre os recursos midiáticos.

6 ATIVIDADES

ATIVIDADE 1

(1 aula)

Aplicação de um questionário com o intuito de levantar dados referentes ao acesso e utilização dos meios midiáticos pelos estudantes bem como os conhecimentos que possuem sobre o tema “A influência da mídia no consumismo entre os jovens”.

1. Qual a diferença entre CONSUMO e CONSUMISMO?

2. O que você entende por MÍDIA?

3. Qual meio de comunicação você tem mais acesso?

Televisão Rádio Internet Jornal
 Outro. Qual? _____

4. Quanto tempo, em média por dia, você fica exposto a uma ou mais mídias?

Até 1 hora De 1 a 3 horas Mais de 3 horas

5. Você se sente influenciado pelas propagandas no momento de comprar?

Sim Não Às vezes

6. No seu cotidiano, qual produto você consome com mais frequência? Escreva pelo menos três em ordem de prioridade:

1º _____

2º _____

3º _____

7. Na hora das compras, o que você leva em consideração?

Preço Qualidade Necessidade Moda

8. Para você, o que seria um consumidor consciente?

ATIVIDADE 2

(2 aulas)

Exposição dos conteúdos curriculares por meio de aulas expositivas e dialogadas.

Aula 1:

- Definição de mídia e os diversos meios midiáticos (televisão, jornal, rádio, internet, etc);
- Evolução dos meios de comunicação;
- Conceituar consumo e consumismo;
- Caracterizar a relação entre mídia e consumo.
- Analisar a influência da mídia no comportamento social.

Aula 2:

- Discutir sobre os aspectos positivos e negativos dos meios de comunicação na sociedade;
- Entender o que é consumo sustentável e sua importância para a preservação do meio ambiente;
- Definir os impactos do consumismo no meio ambiente;
- Discutir sobre o papel da família em relação ao hábito de consumo de seus filhos.

ATIVIDADE 3

(2 aulas)

Documentário: **A História das Coisas (The Story of Stuff)**



Fonte: <http://www.coletivoverde.com.br/livro-a-historia-das-coisas>

Sinopse: É um documentário que mostra cada etapa da cadeia de produção de produtos, que se inicia com a exploração dos recursos naturais, passando pelo produto manufaturado, a compra (consumo) e, finalmente, o descarte.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=7qFiGMSnNjw>. Acesso em 04 de setembro de 2013.

Duração: 21 minutos.

Após o documentário, o professor discutirá com os estudantes os temas abaixo e, em grupos, será solicitado aos educandos que redijam um texto propondo alternativas para o consumo desenfreado e conseqüente esgotamento dos recursos naturais.

- Sociedade de consumo;
- Estratégias de mercado (marketing);
- Consumo e felicidade;
- Degradação ambiental.

Posteriormente à elaboração dos textos, os estudantes serão incentivados a compartilharem com a turma as informações neles contidas.

ATIVIDADE 4

(2 aulas)

DEBATE

Além do conteúdo a ser aprendido, o debate é uma estratégia de ensino. Por meio dele é possível a criação de contextos de aprendizagem significativos para os estudantes.

- O tema do debate será: **As mídias na vida das pessoas: os prós e contras.**
- Para a realização do debate, o professor dividirá a turma em 2 grupos. Cada grupo receberá um texto, sendo um abordando os pontos positivos da mídia e o outro, os pontos negativos. Cada grupo deverá ler os respectivos textos, colocando no papel, se necessário, as informações que serão relevantes para o debate.

- Após a leitura dos textos, o professor colocará um grupo em frente ao outro.
- Assim, se iniciará o debate. O grupo 1 deverá defender as ideias de Nilton Gonçalves Menezes e o grupo 2 deverá se opor e defender as ideias de Helena Lopes.
- É importante que o professor desempenhe o papel de mediador do debate, controlando o tempo das falas.
- Após o debate, o professor fará os comentários necessários.

Texto 1

Meios de comunicação social, ideologia e regressão do pensamento

Por Nilton Gonçalves Menezes

Com o avanço da tecnologia, os meios de comunicação social vêm produzindo grandes impactos na sociedade atual, impactos estes que causam constante preocupação. Com suas estruturas tecnológicas os meios de comunicação impõem seu grande fluxo de mensagens ideológicas, causando o conformismo e a manipulação das massas. Muitos meios de comunicação como se apresentam hoje, nada mais servem se não para mascarar a realidade e eternizar o seu estado presente. Além disso, "A objetividade nas relações humanas, que acaba com toda ornamentação ideológica entre os homens, tornou-se ela própria uma ideologia para tratar os homens como coisas" (ADORNO, 1993, p. 35). Infelizmente, os aparatos tecnológicos são feitos para não se pensar, mas apenas para operar e viver num ativismo no qual é impossível a autonomia e a emancipação.

O mercado atual vive das novas tendências dos produtos culturais. Muitas vezes somos como que impelidos pelas propagandas, pelas mensagens subliminares que fazem de tudo para nos induzir ao consumo. Com isso, nos habituamos "Em um mundo onde há muito os livros não têm mais o aspecto de livros, só o são aqueles que não o são mais" (ADORNO, 1993, p. 43). Se em termos de tecnologia nunca se ofereceu tanto, porém se refletiu tão pouco. Há grandes mudanças de valores entre as pessoas, em grande parte causados pela mídia.

É função da mídia tender a enaltecer o elevado padrão de consumo da classe dominante, associando a isto a ideia de liberdade e de independência. Ou seja, difundindo o consumismo como uma "liberdade de escolha do indivíduo". Além disso, a massificação e a coisificação dos indivíduos, tornam-se mais facilmente o processo de manipulação e dominação pela indústria cultural, transformando-os em verdadeiros consumidores desta indústria. Detendo grandes poderes econômicos e tecnológicos os meios de comunicação social, controlam e interferem do mesmo modo na política, no processo sociocultural e na vida diária de todos os indivíduos. Como diz Adorno e Horkheimer, "As coisas chegaram ao ponto em que a mentira soa como verdade e a verdade como mentira. Cada declaração, cada notícia, cada pensamento está pré-formado pelos centros da indústria cultural. O que não traz a marca familiar dessa pré-formação está, de antemão, destituído de credibilidade (...)" (ADORNO, 1993, p. 94).

Ora, se a mídia se volta quase que exclusivamente para o lazer e o entretenimento é porque os meios de comunicação, sobretudo, a televisão, têm a função de gerar uma atitude conformista e dócil nas pessoas. Infelizmente, os diversos veículos de comunicação são monopólios ideológicos regidos apenas pela lógica do negócio, com o intuito de dominar e domesticar as massas. Como escreve Adorno (1993, p. 94), "A verdade que tenta se opor a isso não só porta o caráter do inverossímil como é, além disso, pobre demais para entrar em concorrência com o aparato de divulgação altamente concentrado". Desta maneira, é que acontece a regressão do pensamento, pois qualquer coisa que cause reflexão ou insatisfação é imediatamente banida pela indústria cultural.

Por isso, não se pode negar a influência da mídia na sociedade, pelo contrário, esta influência é patente, sobretudo, nos dias atuais. A mídia geralmente impõe o seu estereótipo de beleza, de educação, de cultura, de justiça etc. Essas influências da mídia são quase sempre negativas, pois muitos indivíduos se esforçam e se submetem para serem enquadrados nos padrões impostos pela indústria cultural. Com isso, gera-se uma alienação diante da mídia, ou seja, a mídia aliena as pessoas, porque se ergue acima e contra as pessoas, transformando o ser humano num ser embrutecido e alienado. Deste modo, vivemos um paradoxo em nossa época, por um lado a era da massificação, por outro lado, o desenvolvimento tecnológico divide (separa) e individualiza as pessoas. Até porque essa "igualdade", essa coletivização e esse se sentir que é parte do "todo" é uma imposição ideológica, pois as pessoas em sua essência não podem ser igualadas. Por conseguinte, na televisão e nos demais meios da mídia são passados sensacionalismos, diversão sem conteúdos e sem profundidades. São veiculados entretenimentos que sucumbem às formas legítimas de arte, de cultura e destroem o conhecimento e o desenvolvimento intelectual das pessoas. Pois a ideologia tira a crítica dos indivíduos levando-os a um estado de comodismo e passividade.

Texto 2

Influência positiva da mídia

por Helena Lopes

Quando se fala de influência da mídia, a primeira coisa que vem a cabeça da maioria das pessoas são os casos negativos. O poder que os veículos de comunicação têm para mobilizar as pessoas é muito grande e pode ser usado para o bem ou para o mal. Já mostramos exemplos dos impactos negativos desse poder, mas existem inúmeros aspectos positivos.

Campanhas de doação de sangue, de vacinação, de incentivo à reciclagem, para economizar água, pela paz, para ajudar pessoas, e muitas outras, quando divulgadas e incentivadas pela mídia ganham proporções enormes e trazem resultados muito além do esperado.

As novelas são um dos meios mais populares para atingir a população. E percebe-se que os autores buscam cada vez mais usar as histórias de ficção para tratar de dramas reais. Como a novela das oito, Caminho das Índias, que fala da esquizofrenia. Essa abordagem, mesmo que misturada à ficção, é muito importante para quem conhece ou convive com alguém que tem a doença, pois desmistifica a esquizofrenia. Assim como a novela Páginas da Vida que falou da Síndrome de Down e acabou com os preconceitos de muita gente.

Quando o aquecimento global e a necessidade da preservação do meio ambiente viraram pautas constantes, o papel da mídia foi, e é essencial para ajudar a solucionar esses problemas. A mídia fez campanhas para economizar água, reciclar o lixo, não usar produtos que prejudiquem a camada de ozônio. Com a ajuda da publicidade de empresas, de novelas, de programas de entretenimento e do jornalismo, a mídia é responsável por conscientizar as pessoas da importância de cuidar do meio ambiente.

As enchentes que destruíram muitas casas e deixaram centenas de desabrigados em Santa Catarina, só não foram piores por conta de todas as doações que as famílias que perderam tudo receberam. E essas ajudas só tiveram proporções tão grandes graças as campanhas divulgadas na mídia para que as pessoas do Brasil todo ajudassem Santa Catarina.

A mídia tem um poder muito grande de difundir e esclarecer os fatos para a população e incentivá-la a agir da maneira correta. A maioria das pessoas, por exemplo, não saberia e nem entenderia que usar camisinha é importante, se não fosse pela mídia. Se nós jornalistas soubermos usar esse poder, as pessoas poderão ter conhecimento de qualidade, entender realmente o que acontece e ter seu senso crítico apurado.

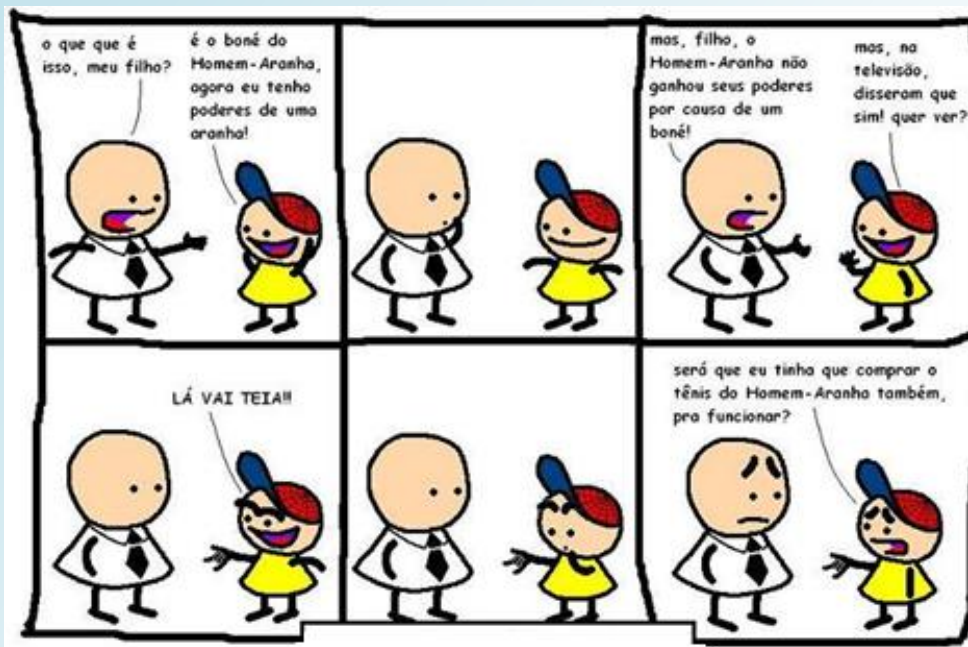
Disponível em: <http://umpontodevista.wordpress.com/2009/05/18/a-influencia-positiva-da-midia/>. Acesso em 06 de setembro de 2013.

ATIVIDADE 5

(1 aula)

Os meios midiáticos trabalham para que a sua produção de imagens chegue ao indivíduo de maneira que legitime e afirme não só o consumo, mas também os modos de sociabilidade - uma espécie de orientação sobre como viver e se relacionar em sociedade - nelas inseridos. Para isso, a mídia ensina o que, onde, quando e como consumir. Mais: ensina como devemos ser. Por meio de suas representações, o indivíduo pode se reconhecer como protagonista das imagens, espelhando-se nos modelos apresentados, fazendo da imagem midiática algo a ser copiado.

Conforme Santos e Grossi (2007) o “remédio” do século XXI tem sido o consumo, com o propósito de satisfazer desejos, suprir carências ou de criar coragem para projetar ambições. As relações interpessoais também vem passando, cada vez mais, pela perspectiva da materialização. Ou seja, através de objetos, os indivíduos vem procurando atingir a estabilidade emocional e a autoafirmação.



Fonte: <http://projeto-novosescritores.blogspot.com>

Com base na tirinha acima, o estudante elaborará um texto que discursa sobre a influência dos meios midiáticos na formação da identidade de uma sociedade.

ATIVIDADE 6

(3 aulas)

Cada grupo deverá criar um produto (poderá utilizar materiais recicláveis, por exemplo) e elaborará uma propaganda para apresentá-lo ao professor (o mesmo assumirá a posição de consumidor).

Devem ser utilizadas as mais variadas formas de marketing empregadas pela mídia para conquistar o consumidor, tentando convencê-lo a consumir. Podem ser usados cartazes, vídeos, slides, etc.

Ao final, o professor deverá discutir com os grupos as seguintes questões:

- Qual é a finalidade da propaganda?
- Quais os pontos positivos e negativos das propagandas?
- Como elas tentam vender o seu produto?
- As propagandas mostram todas as características dos produtos? O que elas enfatizam e o que elas excluem?
- De que forma as propagandas influenciam o comportamento de nós consumidores?

ATIVIDADE 7

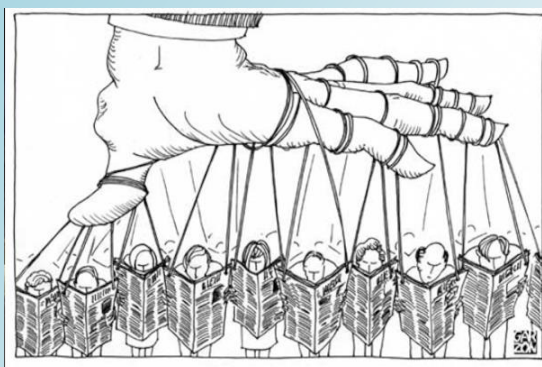
(2 aulas)



Fonte: <http://www.ivancabral.com>



Fonte: <http://www.petnutricaoalimentandoideias.blogspot.com>



Fonte: <http://www.tinlaco.com>

A juventude atual, de acordo com Ribeiro e Batista (2010) é caracterizada pela passividade e inexperiência, o que a deixa sujeita a informações de todos os tipos, sem que ela tenha necessariamente embasamento para processá-las e conseqüentemente questioná-las. Os jovens são vistos como indivíduos abertos e dispostos a aceitar novas ideias, o que justifica o interesse da mídia em direcionar os anúncios a essa parcela da população.

O professor solicitará que, em grupos, os estudantes analisem as imagens acima e redijam um texto sobre o tema: “As mídias em nossas vidas: informação ou manipulação?”

ATIVIDADE 8

(1 aula)

A mídia, de acordo com Linn (2006 *apud* SANTOS; GROSSI, 2007), tem o poder de influenciar, inclusive, valores essenciais, como escolhas de vida, definição de felicidade e de como medir o seu próprio valor. Ela é uma das maiores reforçadoras dessas tendências seguidas pela massa populacional, tendo enorme eficácia, principalmente, em moldar comportamentos e ideais dos jovens.

Com base nessas informações, elabore **CHARGES** representando a influência da mídia sobre o consumismo entre os jovens.



Fonte: <http://www.coletivoverde.com.br/livro-a-historia-das-coisas>

ATIVIDADE 9

(3 aulas)

ENTREVISTA

Será realizada uma entrevista pelos estudantes com o ambiente escolar a fim de investigar a influência dos meios de comunicação sobre o consumo entre os jovens.

Os dados coletados serão tabulados e posteriormente apresentados em gráficos juntamente com os outros trabalhos produzidos pelos estudantes para toda a comunidade escolar.

O professor poderá optar pelo roteiro abaixo ou criar outro roteiro com os estudantes.

Idade: _____ Série: _____ Sexo: () M () F

1. Qual meio de comunicação você tem mais acesso?

() Televisão () Rádio () Internet () Jornal

() Outro. Qual? _____

2. Quanto tempo, em média por dia, você fica exposto a uma ou mais mídias?

() Até 1 hora () De 1 a 3 horas () Mais de 3 horas

3. Você se sente influenciado pelas propagandas no momento de comprar?

() Sim () Não () Às vezes

4. Dos itens abaixo, qual você consome com mais frequência?

() Roupas () Sapatos () Eletrônicos () Alimentos

() Outro. Qual? _____

5. Na hora das compras, o que você leva em consideração?

() Preço () Qualidade () Necessidade () Moda

() Propaganda

6. Após as compras, em algum momento você já se sentiu arrependido por ter comprado determinado produto?

() Sim () Não

7. Para você, como seria um consumidor responsável?

ATIVIDADE 10

(2 aulas)

FORMAÇÃO DE LEITORES CRÍTICOS

A partir de uma propaganda de revista ou jornal impresso solicitar aos estudantes que, em grupos, discutam e retirem todas as informações possíveis em relação à leitura do texto e principalmente das imagens. É importante que observem as mensagens ocultas que a publicidade utiliza para incentivar o consumo.

Posteriormente, um educando de cada grupo exporá o que foi solicitado e o professor fará as intervenções e observações necessárias.

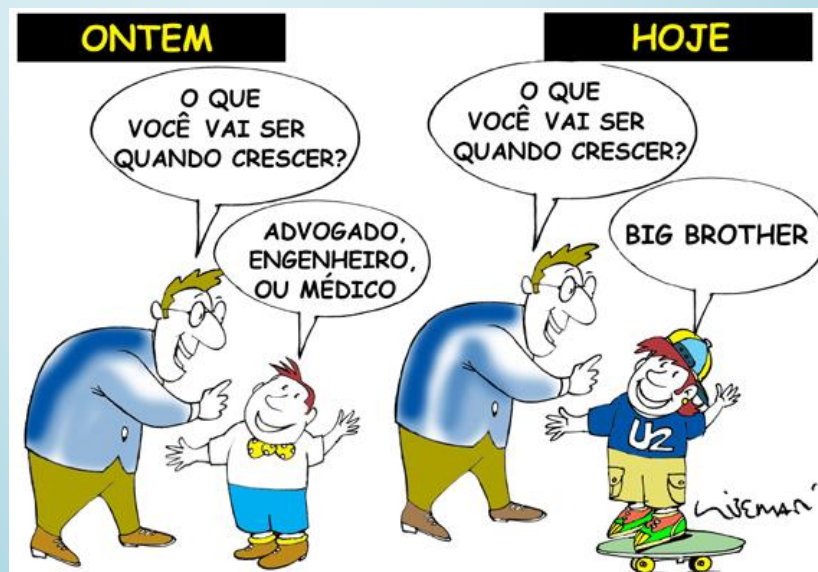
Após as discussões, cada grupo redigirá um texto expondo todos os pontos observados e relevantes da discussão.

ATIVIDADE 11

(2 aulas)

A mídia geralmente impõe o seu estereótipo de beleza, de educação, de cultura, de justiça etc. Essas influências da mídia são muitas vezes negativas, pois muitos indivíduos se esforçam e se submetem para serem enquadrados nos padrões impostos pela indústria cultural.

A política, o esporte, a escola, a economia são atravessados e marcados pela influência dos meios de comunicação de massa. Devido aos avanços tecnológicos que fazem com que as informações veiculem de forma rápida e real, o domínio da mídia cresce de forma exacerbada.



Fonte: <http://www.sociologia-jornalismoufc.blogspot.com>

Com base nas informações acima, o estudante elaborará um texto expondo suas opiniões acerca das seguintes indagações:

- Qual o poder que os meios midiáticos exercem sobre nós?
- De que forma a mídia influencia nosso modo de ser, nossas escolhas?
- Sou influenciado (a) pelos aportes midiáticos?

ATIVIDADE 12

(1 aula)

Segundo Nunes (2007) os meios de comunicação ocupam grande parte do tempo físico e mental dos jovens, disputando lugares na socialização. Esses contextos de múltiplas lógicas tornam mais fracos os elos de obediência à família: de uma condição de força praticamente única na primeira infância, pouco a pouco ela perde espaço e chega aos tempos atuais com outro perfil.



Fonte: <http://www.johngraycentre.org>

O professor discutirá sobre o papel/ importância da família em relação aos hábitos de consumo de seus filhos e solicitará aos estudantes que exteriorizem suas experiências. Após as discussões, os educandos redigirão uma redação com as informações levantadas.

ATIVIDADE 13

(3 aulas)

PRODUÇÃO DE UM PANFLETO INFORMATIVO

O consumidor consciente, de acordo com Cavalcanti (2011), é aquele que, por seus valores e atitudes, busca contribuir para um mundo melhor, por meio de escolhas conscientes no momento de consumir produtos, serviços e recursos naturais, valorizando empresas que procuram ser socialmente responsáveis, preocupando-se com o impacto da produção e do consumo sobre o meio ambiente, buscando a melhor relação entre preço, qualidade e atitude social em produtos e serviços oferecidos no mercado, atuando junto às empresas para que as mesmas aprimorem seus processos de produção e suas relações com a sociedade e mobilizando outros consumidores para a prática do consumo consciente.

Conforme Cavalcanti (2011) a prática do consumo consciente pelo cidadão pode ser efetivada em diversas oportunidades do seu cotidiano, nas diferentes escolhas feitas por ele em diferentes situações de compras, desde a marca do sabonete até a quantidade de água utilizada durante o banho, da opção entre os alimentos que ingere até a embalagem utilizada nos mesmos, dentre outras.

O professor solicitará aos estudantes que, em grupos de no máximo três alunos, descrevam os problemas ocasionados ao meio ambiente decorrentes do consumismo e quais as ações para minimizá-los.



Fonte:

<http://www.somais1pensamento.blogspot.com>

Posteriormente, as informações levantadas serão utilizadas para a confecção do panfleto informativo.

O mesmo deverá conter informações claras, objetivas e de fácil compreensão. Poderá apresentar gráficos e imagens.

Após a supervisão e correção pelo professor, o panfleto será distribuído à comunidade escolar.

ATIVIDADE 14

(3 aulas)

CAMPANHA “MENOS É MAIS”

Segundo Silva (2007, *apud* CERQUEIRA; GUIA, 2007, p. 49) fazendo reflexões críticas se promove a leitura do meio, transformando de forma radical a relação do indivíduo com os meios de comunicação; de passivo, ele passa a ser ativo, consciente e crítico. Procura-se dessa forma desenvolver a autonomia do pensar e do agir, permitindo que os jovens tornem-se agentes do processo, capazes de analisar o conteúdo e os parâmetros estéticos dos meios contemporâneos de comunicação.

- O professor dividirá a turma em grupos (máximo 5 alunos);
- Os grupos visitarão as outras salas de aula com o objetivo de compartilharem com os outros educandos os conhecimentos adquiridos durante a implantação do projeto e lançarão a Campanha “Menos é Mais”;
- A campanha tem como finalidade disseminar as informações contidas no panfleto informativo sobre consumo consciente e incentivar os estudantes a doarem roupas ou calçados que não utilizam mais. A doação é uma forma de demonstrar que dar um destino correto aos nossos bens materiais é também uma forma de praticar o consumo consciente.
- Todas as doações serão encaminhadas a uma instituição social.

ATIVIDADE 15

(4 aulas)

EXPOSIÇÃO DOS TRABALHOS

Será realizada a exposição dos materiais produzidos pelos estudantes no pátio do colégio.

- Atividade sobre o documentário A História das Coisas;
- Atividade sobre a influência dos meios midiáticos na formação da identidade de uma sociedade;
- Produtos elaborados pelos estudantes e as estratégias de marketing utilizadas;
- Texto sobre “As mídias em nossas vidas: informação ou manipulação?”;
- Charges representando a influência da mídia sobre o consumismo entre os jovens;
- Gráficos da entrevista realizada pelos estudantes com o ambiente escolar;
- Atividade sobre mensagens ocultas que a publicidade utiliza para incentivar o consumo;
- Atividade sobre a importância da família na determinação dos hábitos de consumo de seus filhos;
- Panfleto sobre os problemas ocasionados pelo consumo desenfreado e as ações para minimizá-los;
- Campanha “Menos é Mais”.

Os estudantes, juntamente com o professor, explicarão todas as atividades realizadas à toda comunidade escolar.

7 RECURSOS

Humanos: Professores e alunos.

Materiais: Tv Pendrive, DVD, Microsoft Power Point 2007.

8 TÉCNICAS

Aulas expositivas dialogadas;

Estudo dirigido;

Grupos de estudo;

Trabalhos em equipe.

9 TEMPO/ CRONOGRAMA DE AÇÕES

Atividades	Ano 2014											
	Mês											
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Implantação do Projeto na Escola	x	x	x	x	x							
Encontros de Orientação	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Elaboração do Relatório Pesquisa			x	x	x	x	x	x				
Revisão do Projeto								x	x	x		
Elaboração do Artigo Final							x	x	x	x	x	

10 AVALIAÇÃO

É fundamental que a avaliação seja contínua e priorize a qualidade e o processo de aprendizagem, ou seja, o desempenho do educando ao longo do processo. O processo de avaliação deverá considerar as devidas articulações entre teorias e práticas, na condição de sujeito que usa o estudo e a reflexão como alicerces para sua ação pedagógica e que simultaneamente parte desta ação para o sempre necessário aprofundamento teórico.

11 CONTEÚDOS DE ESTUDO

- Definição de mídia e os diversos meios midiáticos (televisão, jornal, rádio, internet, etc);
- Evolução dos meios de comunicação;
- Conceituar consumo e consumismo;
- Caracterizar a relação entre mídia e consumo;
- Analisar a influência da mídia no comportamento social;
- Discutir sobre os aspectos positivos e negativos dos meios de comunicação na sociedade;
- Entender o que é consumo sustentável e sua importância para a preservação do meio ambiente;
- Definir os impactos do consumismo no meio ambiente;
- Discutir sobre o papel da família em relação ao hábito de consumo de seus filhos.

12 ORIENTAÇÕES/ RECOMENDAÇÕES (DO USO DA PDP AOS PROFESSORES)

No ambiente escolar observa-se que a cultura consumista, na qual prevalece o ter em detrimento do ser, afeta a maioria dos jovens de hoje. O comportamento econômico está sendo desmembrado dos valores éticos e humanos, refletindo, sobretudo no rendimento escolar, uma vez que a preocupação e a busca pela posse de bens materiais configura-se como algo mais importante que a aquisição de cultura e conhecimentos.

Desta forma, a presente produção didática vem com a proposta de promover ações com enfoques múltiplos e diversificados que contemplem a participação efetiva dos estudantes de modo que os mesmos transformem suas concepções, despertando para um novo olhar, mais crítico, consciente e cidadão, sobre os recursos midiáticos.

13 PROPOSTA DE AVALIAÇÃO (DA PDP)

Esta produção didática será avaliada constantemente durante o processo de implantação, sendo modificada conforme as necessidades locais.

14 INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS

A História das Coisas. Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=7qFiGMSnNjw>. Acesso em 04 de setembro de 2013.

A História das Coisas. Disponível em: <http://www.coletivoverde.com.br/livro-a-historia-das-coisas/>. Acesso em 04 de setembro de 2013.

CAVALCANTI, D. C. **Consumo Sustentável**. São Paulo (Estado) Secretaria do Meio Ambiente / Coordenadoria de Planejamento Ambiental. São Paulo: SMA/CPLA, 2011.

CERQUEIRA, C.; GUIA, F. da. **Jovem Informação: Protagonismo Juvenil e leitura crítica da mídia**. Trabalho apresentado ao curso de graduação em Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília. Brasília, 2007.

LEONARD, A. **A História das Coisas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LINN, S. **Crianças do consumo: infância roubada**. Trad. Cristina Tognelli. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

LOPES, H. **Influência positiva da mídia**. Disponível em:

<http://umpontodevista.wordpress.com/2009/05/18/a-influencia-positiva-da-midia/>. Acesso em 06 de setembro de 2013.

MENEZES, N. G. **Meios de comunicação social, ideologia e regressão do pensamento**.

Disponível em:

http://www.paralerepensar.com.br/niltonmenezes_meiosdecomunicacaosocial.htm.

Acesso em 06 de setembro de 2013.

NUNES, B. F. **Consumo e identidade no meio juvenil: considerações a partir de uma área popular do Distrito Federal**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 22, n. 3, p. 647-678, 2007.

RIBEIRO, A. C.; BATISTA, A. de J. **A influência da mídia na criança / pré-adolescente e a educomunicação como mediadora desse contato**. Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. I Encontro de História da Mídia da Região Norte Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010.

SANTOS, A. M.; GROSSI, Patricia Krieger. Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea. **Revista Textos & Contextos**, Porto Alegre, v. 6, n. 2 p. 443-454, jul/dez, 2007.

SILVA, G. C. da. **Educação para a mídia – Uma proposta educacional de leitura crítica dos meios de comunicação**.

Disponível em:

<<http://www.anped.org.br/reunioes/26/posteres/genilsonconceicaosilva.rtf>>/

Acesso em: 03 de set. 2007.

Disponível em: <http://www.somais1pensamento.blogspot.com>. Acesso em 05 de set. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: <http://www.sociologia-jornalismoufc.blogspot.com>. Acesso em 08 sw nov. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: <http://projetonovosescritores.blogspot.com>. Acesso em 08 de nov. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: <http://www.ivancabral.com>. Acesso em 08 de nov. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: <http://petnutricaoalimentandoideias.blogspot.com>. Acesso em 08 de nov. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: [http:// www.sociologia-jornalismoufc.blogspot.com](http://www.sociologia-jornalismoufc.blogspot.com). Acesso em 08 de nov. de 2013. (IMAGEM)

Disponível em: <http://www.johngraycentre.org>. Acesso em 08 de nov. de 2013. (IMAGEM)