Componente curricular: Geografia Ano: 7º Bimestre: 2º

SEQUÊNCIA DIDÁTICA 2

Uma discussão sobre consumismo

Objetivo de aprendizagem

* Compreender como as pessoas tomam suas decisões de consumo.

**Objeto** **de conhecimento**: Produção, circulação e consumo de mercadorias.

**Habilidade trabalhada**: **(EF07GE06)** Discutir em que medida a produção, a circulação e o consumo de mercadorias provocam impactos ambientais, assim como influem na distribuição de riquezas, em diferentes lugares.

Tempo estimado

2 aulas

Recursos didáticos

* Exemplos de propagandas exibidas nos meios de comunicação, cartolinas e material para desenho.

Desenvolvimento da sequência didática

Aula 1

Antecipadamente, selecione alguns exemplos de propagandas exibidas nos meios de comunicação. Se houver acesso a recurso audiovisual, selecione alguns comerciais de televisão ou anúncios preparados para plataformas de compartilhamento de vídeos. Caso não seja possível, busque anúncios impressos em jornais e revistas.

Organize os alunos em grupos e informe que eles vão analisar peças publicitárias e depois discutir com a classe o que observaram.

Solicite a cada grupo que se encarregue da análise de uma das peças publicitárias. Registre na lousa uma lista de itens que devem ser observados. Se julgar conveniente, elabore uma tabela para que os alunos preencham durante a análise. Os seguintes elementos devem ser contemplados: nome do produto; utilidade real; estimativa de valor de venda; tempo de uso; principais matérias-primas empregadas; qualidades destacadas pela propaganda; sentimentos ou atitudes que estejam associados ao produto na propaganda.

Para exemplificar, faça uma análise em conjunto com a turma. Ressalte que as qualidades destacadas pelas propagandas nem sempre são atributos reais dos produtos, já que, geralmente, o viés de convencimento empregado procura estabelecer uma relação entre o produto e a satisfação emocional e afetiva do consumidor. Em outras palavras, a publicidade se esforça para que o consumidor acredite que ao adquirir determinado produto terá mais do que o produto em si: terá satisfação, alegria, prestígio social etc. Essa estratégia condiciona os consumidores a crer que “ter” determinado produto lhes proporciona “ser” uma pessoa amada, bem-sucedida, admirada, feliz, protegida etc. A publicidade, nesse caso, associa produtos a atributos da personalidade ou da vida em sociedade que são admirados pelo seu público-alvo.

Combine um tempo para que os grupos realizem as análises. Ao final do tempo estipulado, solicite que cada grupo socialize suas conclusões com a turma. Durante as apresentações, enfatize a maneira como a publicidade conduz as decisões de compra explorando as emoções dos consumidores.

Explique que, por esse motivo, parte do consumo não ocorre para a satisfação racional de necessidades. Argumente que a satisfação emocional causada pela compra de um produto, entretanto, tem pouca duração, já que o produto em si não é capaz de proporcionar integralmente o tipo de satisfação ao qual está associado. Por exemplo, comprar uma roupa bonita pode fazer uma pessoa feliz por um momento, mas não lhe garante o afeto e a admiração dos colegas. Consumir alimentos em restaurantes de *fast-food* pode ser divertido, mas não garante a saúde nutricional e alimentar ou a existência de bons momentos entre amigos e familiares, como sugerem as propagandas. É importante que fique claro, também, que vários desses produtos não são saudáveis e podem ser prejudiciais às pessoas e ao ambiente, fato ocultado pela publicidade.

Sobre o tema, sugerimos que o professor assista ao documentário *Criança, a alma do negócio* (49 min), de Estela Renner e Marcus Nisti e, se julgar conveniente, exiba trechos aos alunos. Ele trata da publicidade dirigida à criança e dos efeitos do consumismo sobre as relações familiares. Produzido por Maria Farinha Filmes, está disponível para exibição pública na plataforma Videocamp. Disponível em: <<https://www.videocamp.com/pt/movies/crianca-a-alma-do-negocio>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

Aula 2

Antes de iniciar a aula, providencie as cartolinas e o material para desenho. Organize os alunos em grupos com a mesma formação da aula anterior e solicite que resgatem a peça publicitária analisada.

Distribua os materiais aos grupos e oriente-os a criar um cartaz que divulgue o produto analisado, porém de uma forma racional e honesta. Para isso, os alunos devem ser incentivados a perceber a real utilidade do produto e ressaltar todas as suas qualidades, sem associá-las a representações afetivas e emocionais que possam interferir em um processo de decisão racional.

Solicite que incluam menções a malefícios que o produto possa causar para o consumidor e para o ambiente. Em relação aos malefícios ambientais, incentive os alunos a pensar nos impactos relacionados à produção, ao transporte e ao descarte do produto. Enfatize que objetos produzidos em outros países, como na China, envolvem um alto gasto de combustíveis para o transporte. Observe que muitos objetos são produzidos com materiais derivados de recursos não renováveis (como o petróleo), destinam-se a um uso muito breve (como um copo descartável ou um canudo) e, depois de descartados, permanecem décadas no meio ambiente, causando inúmeros danos.

Combine um tempo com os alunos para a confecção dos cartazes. Ao final, solicite aos grupos que apresentem suas produções à turma.

Se julgar conveniente, organize uma exposição com os trabalhos.

Atividade complementar

Solicite aos alunos que façam um levantamento dos objetos que têm e não usam com frequência. Peça que organizem uma lista identificando esses objetos e que redijam um pequeno texto explicando:

* o motivo de terem mais do que necessitam;
* as consequências ambientais desse excesso de consumo.

Se julgar conveniente, proponha aos alunos que compartilhem e discutam os textos que produziram.

Acompanhamento das aprendizagens

O acompanhamento das aprendizagens deve ser realizado continuamente. Para isso, é importante estar atento às manifestações dos alunos, seja quando expõem dúvidas, seja quando expressam opiniões e conhecimentos. Durante a sequência didática proposta, observe se estão avançando na reflexão sobre seus hábitos de consumo e como estão entendendo a relação entre a publicidade e o consumismo.

Para realizar o acompanhamento das aprendizagens, aplique as propostas de avaliação e de autoavaliação sugeridas a seguir.

Avaliação

Como proposta de avaliação, verifique a análise que os alunos produziram sobre a propaganda selecionada. Compare-a com o trabalho realizado na segunda aula e observe se os alunos são capazes de refletir sobre os hábitos de consumo considerando o papel da publicidade nas decisões do consumidor e analisando os malefícios que certos produtos podem causar às pessoas e ao ambiente.

Para ampliar o processo de avaliação, oriente-se pelas questões a seguir.

* O aluno participou das aulas expressando-se de forma educada e respeitando os momentos de fala do professor e dos colegas?
* O aluno é capaz de trabalhar em grupo, negociando, argumentando e cedendo?
* O aluno compreendeu que a publicidade interfere em suas decisões de consumo?
* O aluno compreendeu que o consumo de itens desnecessários traz prejuízos pessoais e ambientais?

Proposta de autoavaliação

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Responda a cada pergunta com um X  na coluna que corresponde à sua autoavaliação. | Sim | Parcialmente | Não |
| Participei das aulas com atenção e interesse? |  |  |  |
| Compreendi que a publicidade busca me convencer a consumir mais do que preciso? |  |  |  |
| Sei explicar como a publicidade explora as necessidades emocionais e afetivas das pessoas para convencê-las a comprar? |  |  |  |
| Compreendi que minhas decisões de consumo causam impactos no meio ambiente, na minha vida e na vida da minha comunidade? |  |  |  |
| Participei da atividade em grupo expondo minhas opiniões, debatendo educadamente e assumindo tarefas durante a execução do trabalho? |  |  |  |