

Diante da crescente mercantilização das relações humanas, Drummond nos ajuda a refletir sobre como a publicidade e o consumo influenciam subjetividades, ditam comportamentos e produzem estereótipos.

Será que a máxima cartesiana - "Penso, logo existo"-, que iluminou o pensamento ocidental na modernidade, foi substituída, nos dias atuais, pelo lema "Consumo, logo existo"? Quais os efeitos dessa associação no nível pessoal e coletivo? Será que consumir é sinônimo de felicidade? Com a palavra, o poeta.

Eu, Etiqueta

Carlos Drummond de Andrade
Em minha calça está grudado um nome que não é meu de batismo ou de cartório, um nome... estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida que jamais pus na boca, nesta vida.
Em minha camiseta, a marca de cigarro que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produto que nunca experimentei mas são comunicados a meus pés.
Meu tênis é proclama colorido de alguma coisa não provada por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro, minha gravata e cinto e escova e pente, meu copo, minha xícara, minha toalha de banho e sabonete, meu isso, meu aquilo, desde a cabeça ao bico dos sapatos, são mensagens, letras falantes, gritos visuais, ordens de uso, abuso, reincidência, costume, hábito, premência, indispensabilidade, e fazem de mim homem-anúncio itinerante, escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.
É doce estar na moda, ainda que a moda seja negar minha identidade, trocá-la por mil, açambarcando todas as marcas registradas, todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser eu que antes era e me sabia tão diverso de outros, tão mim-mesmo, ser pensante, sentinte e solidário com outros seres diversos e conscientes de sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio,

ENRIQUECENDO A AÇÃO

- 1- "Sustentabilidade e Consumismo infantil - uma experiência em construção", projeto desenvolvido pela Escola Municipal de Educação Infantil Jambeiro, Campinas-SP, publicada na página do MSE, no mês de dezembro de 2013, http://www.msebrasil.org/artigos.htm
2- "Manual de Educação para o consumo sustentável", disponível no site do Portal do MEC.
3- Documentário "Criança, a alma do negócio", versão completa disponível no YouTube.
Documentário "Tarja Branca - a Revolução que faltava", uma bela defesa da brincadeira espontânea e criativa para adultos e crianças em contraponto à sociedade de consumo.

ora vulgar ora bizarro, em língua nacional ou em qualquer língua (qualquer, principalmente).
E nisto me comprazo, tiro glória de minha anulação.
Não sou - vê lá - anúncio contratado.
Eu é que mimosamente pago para anunciar, para vender em bares festas praias pérgulas piscinas, e bem à vista exhibo esta etiqueta global no corpo que desiste de ser veste e sandália de uma essência tão viva, independente, que moda ou suborno algum a compromete.
Onde terei jogado fora meu gosto e capacidade de escolher, minhas idiossincrasias tão pessoais, tão minhas que no rosto se espelhavam, e cada gesto, cada olhar, cada vinco da roupa resumia uma estética?
Hoje sou costurado, sou tecido, sou gravado de forma universal, saio da estamparia, não de casa, da vitrina me tiram, recolocam, objeto pulsante mas objeto que se oferece como signo de outros objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim, tão orgulhoso de ser não eu, mas artigo industrial, peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é coisa.
Eu sou a coisa, coisamente.

Editora: Susana Sacavino
Texto Final: Sílvia Maria F. Pedreira
Supervisão Editorial: Adelia Maria Koff
Composição Gráfica: Companhia Visual Manteca
Equipe Responsável: Marilena Guersola, Maria da Consolação Lucinda, Marinauva de Azevedo Souza, Vera Maria Candau

2014 Direitos Humanos na sala de aula

datas significativas

- 07 Dia Internacional da Educação
09 Dia Internacional dos Povos Indígenas ONU
12 Dia Internacional da Juventude - ONU
24 Dia da Infância
08 Dia da Alfabetização
16 Dia Internacional da Paz
21 Dia Nacional de Luta das Pessoas com Deficiência
23 Dia da Árvore
Dia Internacional contra a Exploração Sexual e o Tráfico de Mulheres e Crianças

APRESENTAÇÃO

A aceleração da vida no mundo contemporâneo nos dá a sensação de que o tempo tem passado cada vez mais rápido. 2014 é um bom exemplo disso. Na primeira metade do ano tivemos inúmeros protestos, greves, os intensos debates em torno dos 50 anos do golpe militar e dos trabalhos das comissões da verdade e as tensões, alegrias e tristezas da Copa do Mundo. O segundo semestre também anuncia um ritmo acalorado. As campanhas eleitorais, o descrédito de grande parte da população pelos políticos e as lutas por direitos e outras formas de participação política, certamente, estarão presentes no dia a dia do país.

Nesse contexto, reafirmando o compromisso com a construção de uma cidadania crítica e participativa, este boletim traz reflexões sobre a cidadania hoje, tecida e fortemente influenciada pela lógica do mercado que transforma direitos e pessoas em mercadorias. A Sala de Aula em Movimento propõe atividades para trabalhar os conceitos de consumo consciente, consumismo e a influência da mídia e da publicidade nas formas de ser e agir na sociedade. Para Refletir traz a poesia de Carlos Drummond de Andrade que nos coloca frente a frente a uma sociedade marcada pelo consumo e pela a publicidade.

Esperamos que este número, assim como os conhecimentos e as experiências que temos compartilhado sobre a educação em direitos humanos, contribua para a construção de práticas educativas instigantes como nos desafia Mafalda:



A EQUIPE

Participe

Dia 16 de agosto, das 8h e 30min. às 13h, no Colégio Teresiano, o VI Seminário Nacional do Movimento Socioeducativo - Marcas da Memória, lições da História - com o objetivo de refletir sobre as marcas e os impactos da ditadura civil-militar na sociedade brasileira e propor atividades pedagógicas para o trabalho da temática nas escolas.

Mais informações no site www.msebrasil.org.



A SALA DE AULA EM MOVIMENTO

Cara professora, caro professor, a publicidade e as mídias, em geral, usam imagens e valores para alimentar a vontade de consumir. Criam novas necessidades, reinventam os objetos de desejo e interferem nos modos de ser e agir no mundo. As atividades aqui sugeridas despertam para esta reflexão. Não economize na disposição e deixe que a garotada participe em cada etapa!

Ensino Fundamental 1º, 2º e 3º Anos

Esta atividade tem o objetivo de contribuir para a criação de hábitos saudáveis de alimentação, por meio da reflexão sobre o consumo de alimentos prejudiciais à saúde, incentivado pela propaganda.

- * Montar uma tabela em tamanho grande com 3 colunas: 1ª. Alimentos Preferidos; 2ª. Votação; 3ª. Símbolo (coração e estrela).
- * Pedir que as crianças citem oralmente ou selecionem em revistas figuras de alimentos que mais gostam. Preencher cada linha da tabela com a participação de cada um/a, como no exemplo abaixo:

Alimentos que mais gostamos	Votação	Símbolo
- Laranja	//	✦
- Frango	/	✦
- Danone	///	
- Doritos	////	♥

- ➔ Com a tabela preenchida, conversar sobre os alimentos citados: se fazem bem ou não à saúde, de onde vem o alimento, se aparece propaganda desses alimentos na televisão. Essa etapa preparará as crianças para a votação seguinte.
- ➔ Depois que a lista estiver pronta, com a colaboração de todos, fazer a votação dos alimentos que a turma mais gosta.
- ➔ Marcar com o símbolo do coração os alimentos mais escolhidos na lista. Por exemplo, mais de 5 vezes marcar um coração.
- ➔ Marcar com uma estrela nos alimentos que fazem bem à saúde.
- ➔ Comparar as marcações feitas e refletir:
 - * Gostamos mais porque a televisão nos convenceu que é bom?
 - * Gostamos mais porque estamos acostumados?
 - * Não gostamos porque nunca experimentamos?
- ➔ Outras marcações e perguntas podem ser feitas de acordo com a experiência compartilhada.
- ➔ Com a tabela pronta e analisada, refletir sobre os hábitos de cada um/a, o que pode ser modificado e/ou intensificado.

Ensino Fundamental 4º e 5º Anos

Esta atividade se propõe a fazer uma revisão de hábitos de consumo, tais como: recusar produtos que agridam o meio ambiente, reduzir a produção de resíduos, reutilizar materiais e, por fim, reciclar.

- ➔ Dividir a classe em grupos e pedir que os alunos façam no caderno uma lista de coisas que todos nós consumimos ou temos em casa (roupas, móveis, eletrodomésticos, utensílios domésticos como copos de vidro, talheres de metal etc.).
- ➔ Em seguida, solicitar que agrupem os objetos citados de acordo com a matéria-prima de que são feitos (borracha, vidro, plástico, ferro etc.).
- ➔ O próximo passo é pedir que façam uma pesquisa sobre a composição dos diferentes materiais encontrados em casa. Pré-seleccione e coloque à disposição todo o material que for necessário (enciclopédias, livros, revistas ou sites da internet).
- ➔ Terminada a pesquisa, pedir que cada grupo cite, pelo menos, dez objetos e suas respectivas matérias-primas. A ideia é proporcionar às crianças oportunidade de perceber como são variadas as matérias-primas, mas que todas vieram da natureza.
- ➔ A partir da pesquisa realizada, refletir: "Será que os alimentos (tanto os de origem vegetal, como frutas e verduras, quanto os de origem animal, como carne, manteiga e ovos, entre outros) também são extraídos da natureza?" Fazer essa pergunta aos alunos/as e deixar que manifestem suas opiniões. No final, devem concluir que, sim, tudo aquilo que comemos tem origem na natureza, ainda que alguns passem por mais processos de transformação que outros. É importante que, a essa altura, as crianças já saibam que os objetos que nos cercam em casa ou na escola também são fabricados com recursos naturais, sejam eles de origem vegetal (como a madeira) ou minerais (como os minérios de ferro).
- ➔ Fazer com que os alunos percebam que fazem parte do ambiente em que vivem e que suas atitudes influenciam o meio ambiente. Levá-los a repensar suas atitudes, tornando-se mais conscientes da relação entre os seres vivos. Produzir um panfleto para divulgação, na escola e na comunidade, sobre a preservação do meio ambiente. Provocar mudanças de hábitos nos familiares dos/as alunos/as, estimulada pela conscientização dos mesmos a respeito da preservação do meio ambiente.

Ensino Fundamental 6º e 7º Anos

Para trabalhar a relação entre consumo, publicidade e modos de ser e de pensar o mundo, propomos a seguinte atividade:

- ➔ Organizados em grupos, distribuir revistas e solicitar que escolham dois ou três anúncios que despertaram mais interesse e desejo de adquirir o produto anunciado.
- ➔ Em seguida, cada grupo deverá justificar o motivo de suas escolhas.
- ➔ Após a apresentação dos grupos, o/a educador/a deverá fazer uma síntese das justificativas apresentadas, destacando as ideias e os modos de ser valorizados pelos anúncios. Importante estimular a observação crítica em relação à influência da publicidade na vida de cada um/a de nós. O texto desta edição do "Para Refletir", de forma poética, traz elementos que ajudam a analisar criticamente essa questão.
- ➔ Em seguida, conversar livremente sobre o conceito de estereótipos, identificado alguns exemplos nos anúncios escolhidos, como por exemplo, mulheres magras, homens fortes, a ideia de beleza, juventude, felicidade etc. Indagar sobre como os estereótipos contribuem para a discriminação social e afetam a autoestima de grupos e pessoas e que não se encaixam nas características físicas, culturais e sociais valorizadas pela publicidade e pela cultura do consumo.
- ➔ Para continuar o debate, sugerimos apresentar o vídeo "Trabalho Consumo e Consumismo 2 novo.wmv" (disponível e acessado no Youtube, em 26/06/2014).
- ➔ Outra sugestão: utilizar as músicas "A vida é minha, eu faço o que eu quiser", do Capital Inicial, "Televisão", dos Titãs, "3ª do Plural", dos Engenheiros do Havaí e/ou "Propaganda" da Nação Zumbi, disponíveis na internet, para refletir sobre a forma como a publicidade, o consumismo e a mídia afetam a constituição das identidades e a cidadania.
- ➔ Importante, fechar a discussão, solicitando que, em grupos, apresentem propostas concretas a serem desenvolvidas na comunidade escolar que questionem criticamente os efeitos do consumismo e da publicidade em relação aos modos de ser e de agir na sociedade hoje. Para divulgar as propostas os grupos podem criar raps ou pequenos esquetes.

telas direito?

Sancionada a **Lei 13010/14**, erroneamente denominada como lei da palmada, rebatizada de lei menino Bernardo. Mais um instrumento legal contra o castigo físico ou tratamento cruel ou degradante contra crianças e adolescentes. A polêmica em torno da lei aponta a necessidade de educar em direitos humanos, desconstruindo argumentos muito enraizados na sociedade justificando o uso da violência simbólica e física na educação das crianças.

Outro marco legal importante na defesa dos direitos da criança é a **Resolução nº 163, de 13/03/2014**, aprovada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), sobre o uso abusivo da publicidade direcionada à criança e ao adolescente. Para saber mais, consulte os sites da Andi e da Alana.

Ensino Fundamental 8º e 9º Anos

Aproveitando o ano eleitoral, uma atividade para refletir sobre os usos e abusos do marketing político e seus efeitos para o exercício da cidadania.

- ➔ Organizar a turma em grupos, distribuir folhas de papel A3, revistas, canetas pilot, cola e tesoura e pedir que, sob a forma de um cartaz, façam a campanha de um/a candidato inventado livremente por eles/as.
- ➔ A ideia é fazer a campanha política com base no impacto visual. Nesse sentido, o/a educador/as deverá destacar a importância das escolhas dos elementos que poderão utilizar para fazer o cartaz, como por exemplo: a postura, as características físicas, a expressão, as roupas do candidato, assim como os símbolos, logomarcas, slogans, cores etc.
- ➔ Prontos os cartazes, cada grupo deverá apresentá-lo à turma, explicando o porquê de suas escolhas para fazer a propaganda do/a candidato/a. Comparar as escolhas dos alunos com a propaganda eleitoral presente na mídia.
- ➔ Após a apresentação, destacar as convergências e as diferenças entre as escolhas feitas pelos grupos, questionando sobre a influência da publicidade em nossas escolhas pessoais. Perguntar se compraram algum produto por causa do anúncio e sobre os recursos e estratégias de sedução utilizadas pela publicidade. Indagar sobre os riscos dos abusos do marketing político para a prática da cidadania.
- ➔ Ao final, pedir que espalhem os cartazes dos/as candidatos/as fictícios nos murais da escola com uma tarja com os seguintes questionamentos - **Candidato ou Produto? - Consumidor ou eleitor?**
- ➔ Como desdobramento, solicitar que organizem atividades que estimulem o debate na comunidade escolar sobre o fato do/a político/a ser tratado/a como um produto de consumo nas campanhas eleitorais e que contribuam para o exercício de uma cidadania crítica e participativa.

MÉTODO IMPORTANTE

Para movimentar ainda mais esta seção precisamos de sua participação. Envie sugestões de materiais, atividades pedagógicas e informes de eventos realizados em sua escola sobre o lema ou sobre a temática dos direitos humanos para o e-mail escola@novamerica.org.br.

Lembre-se que a última edição do DDHH é dedicada à publicação de atividades realizadas nas escolas.

Acessando o site do Observatório de Educação em Direitos Humanos em Foco -

<http://observatorioedhmfoco.com.br/> - diretamente ou pela página da Novamerica você encontra diferentes materiais para inspirar e fundamentar seu trabalho. Portanto, mãos à obra!

Finalmente, após quatro (4) anos em discussão, foi sancionada a Lei nº 13005 que institui o Plano Nacional de Educação - PNE. Dentre as 20 metas estabelecidas para o próximo decênio, destacamos: a erradicação do analfabetismo, o incentivo à formação de professores/as, benefícios às escolas que melhorarem seu desempenho no IDEB, a ampliação da oferta de ensino integral infantil e a destinação gradativa de até 10% do PIB para a educação pública e instituições privadas que participam do Pronatec, ProUni, Fies, Ciência sem Fronteiras. Outro destaque foi a incorporação do CAQ (Custo Aluno Qualidade) um valor mínimo investido por aluno/a para garantir a qualidade da educação.

Para ampliar a discussão e acompanhar a implementação do PNE, consulte o site da Campanha Nacional pelo Direito à Educação.