

PROJETO ADOLESCER: ABORDANDO O CONSUMISMO E O MEIO AMBIENTE ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS

Autor (omitido para revisão)

Email (omitido para revisão)

Unidade (omitida para revisão)

Coautor (omitido para revisão)

Email (omitido para revisão)

Unidade (omitida para revisão)

INTRODUÇÃO

A aquisição de itens para manutenção da nossa sobrevivência é inevitável, e ao longo dos anos, esse consumo vem se tornando prioritário para os indivíduos de maneira a influenciar seus pensamentos e comportamentos (GODECKE, NAIME, FIGUEIREDO, 2012). O hábito do consumismo está atrelado à evolução da sociedade que se deu, em contrapartida, à ampliação das maneiras de retirada da matéria prima existente na natureza.

Esses recursos utilizados para a confecção de produtos e serviços destinados a facilitar a vida da população, o caminhar da sociedade e a promoção do lazer, são necessários para a contribuição da manutenção das relações existentes na civilização. Diante desse cenário, faz-se necessário o questionamento: até que ponto o consumismo interfere no equilíbrio do meio ambiente?

De acordo com Melo e colaboradores:

“As empresas costumam lançar mercadorias para que sejam rapidamente descartadas e estimulam o consumidor a comprar novamente, também conhecida como obsolescência programada que ocorre principalmente com produtos eletrônicos, eletrodomésticos e automóveis.” (MELO, et al., 2018, p. 2)

Tal afirmação é concernente ao posto de que a cultura consumista é um problema para o planeta a partir do momento em que ocorre a supremacia do querer acima do precisar, valorizando-se unicamente o lucro e o presente, negligenciando os impactos a longo prazo da extração dos recursos naturais e dos resíduos provenientes dos produtos e serviços prestados à uma sociedade consumista (SILVA, SILVA, COSTA, 2018).

Neste contexto, é importante que a educação financeira seja trabalhada para que as pessoas aprendam a fazer o uso consciente de seu dinheiro e reduzam seus impulsos de consumo desenfreado que podem gerar impactos negativos ao meio ambiente. Além disso, também se faz necessária a abordagem sobre a educação ambiental, visto que o meio ambiente é

onde mais se observam os impactos de uma sociedade consumista. Segundo Sauv  (2005) a educa o ambiental   fundamental, pois proporciona esferas de intera o que desenvolvem o individual e social do sujeito.

Considerando estes aspectos, o presente trabalho objetivou relatar a experiência da realiza o de uma a o virtual abordando o tema "Consumismo, meio ambiente e educa o financeira", por meio das redes sociais do projeto de extensão "Adolescer: aprendendo a ser um adolescente saudavel numa abordagem interdisciplinar".

METODOLOGIA

O projeto Adolescer vinculado   Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acad mico de Vitória (UFPE-CAV),   um projeto de extensão que visa promover interven es para o público adolescente, acerca de temas relacionados   saúde. O projeto   orientado por professores orientadores, associados   universidade, e conta com a participa o de alunos graduandos dos cursos de Licenciatura em Ciências Biológicas, Enfermagem, Nutri o, Saúde Coletiva e Educa o Física (Bacharelado e Licenciatura).

As inten es do projeto consistem em atividades presenciais, no entanto, devido   pandemia do SARS-COV-2, as atividades tiveram que se adaptar ao formato online, através das redes sociais. Os encontros do Projeto passaram a ser realizados através da plataforma virtual *Google Meet*. As reuniões tinham como objetivo discutir a sele o dos conteúdos trabalhados e o planejamento das a es, sendo orientadas por alunos coordenadores da equipe de Ciências Biológicas e contando com a participa o dos integrantes (alunos voluntários) do projeto de extensão. Após a discussão e elabora o do planejamento, o mesmo foi enviado para os professores orientadores, para análise, aprova o e conseqüente execu o.

As interven es foram realizadas no perfil oficial do *Instagram* do projeto Adolescer ([@adolescervitoria](#)). Foram elaborados um total de 56 materiais digitais para divulga o, no quais se diversificaram em: dois vídeos, sendo um para o *Feed* e outro para a ferramenta IGTV, que foram produzidos no site de cria o e edi o de vídeos "Powtoon" e "YouCut - Editor de Vídeo profissional"; vinte e quatro imagens para os *stories* e vinte e oito imagens para compor a seq ncia em série para o *Feed*, com os seguintes subtemas:

- Conceitos gerais sobre o consumismo e os seus impactos ao meio ambiente;
- Microplástico e o consumismo;
- Educa o financeira e consumismo;
- A importância da educa o financeira desde a infância;
- Impacto do consumo exacerbado nas finanças.

Sendo confeccionadas na plataforma de design gráfico CANVA, mantendo sempre os padrões de cores dos materiais. Além disso, foi executado um bate-papo através do recurso *Live* do

instagram, com uma profissional da área de finanças, que respondeu algumas perguntas elaboradas pelos integrantes da equipe a respeito do tema "Educação financeira".

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A publicação dos materiais produzidos teve início no dia 03 de julho e se estendeu até 14 de julho de 2021. De maneira geral, teve um alcance maior entre o público adolescente, jovem adulto e adulto, em diversas regiões do país, chegando até outros países.

As publicações (Imagem 1) iniciaram-se com o *post* abordando o consumismo e os seus impactos ao meio ambiente, onde foram destacadas as principais diferenças entre o consumismo e o indivíduo consumista, dando ênfase ao quanto o consumo exagerado impacta negativamente no meio ambiente. Em seguida, foi discutida a questão do microplástico e o consumismo, tratando as consequências dos microplásticos e seus danos ao meio ambiente, principalmente, no ambiente aquático. Posteriormente, foi abordado em dois *posts* a educação financeira, sendo um voltado à educação financeira atrelada ao consumismo e outro com o foco sobre a importância de abordar educação financeira desde a fase infantil. Na animação de 59 segundos, foi abordado o impacto do consumismo nas finanças, retratando as principais causas do consumo impensado na vida financeira das pessoas. Diante da abordagem do tema, finalizamos as publicações com um *Reels* contendo algumas dicas de como diminuir o consumismo, como: Planeje-se e evite comprar por impulso, compre somente o necessário, estude bem as compras parceladas e financiamentos, entre outras.



Imagem 1. A) Reels; B) Animação; C) sequência de publicações.

As interações realizadas através da ferramenta *Story*, de modo geral, foram positivas, assim como o conteúdo temporário, feito através de indicações de filmes, dicas e enquetes. As

publicações via *Story* tiveram uma boa aceitação pelo público, verificada através da interação nas atividades propostas, respondendo as enquetes e compartilhando as indicações.

Diante da análise dos dados, percebe-se que o público tem interesse por conteúdos específicos. Nessa ação, a publicação que apresentou melhor desempenho foi o *Reels* (Quadro 1) contendo dicas de como diminuir o hábito do consumismo, demonstrando que as pessoas buscam pequenas mudanças na rotina do consumo para melhorar e amenizar os impactos negativos no planeta, além disso, pode-se dizer que esse engajamento também está associado a facilidade do consumo de vídeos por parte dos usuários das redes sociais, uma vez que vídeos são mais dinâmicos e chamam a atenção dos consumidores. As demais publicações (Quadro 1) também apresentaram um desempenho satisfatório, o que significa que o público do projeto tem interesse em conhecer e compartilhar as informações sobre o tema.

Publicações	Alcance	Curtidas	Comentários	Compartilhamento	Salvos	Impressões
Consumismo e os seus impactos ao meio ambiente (post 1)	331	75	25	17	1	493
Microplástico e o consumismo((post 2)	305	66	18	28	1	305
Educação financeira e consumismo (post 3)	283	65	16	14	3	283
Importância da educação financeira desde a infância (post 4)	398	84	24	29	5	562
Impacto do consumo exacerbado nas finanças (vídeo)	463	65	17	19	1	572
Dicas de como diminuir o consumismo (reels)	2.155	108	22	12	1	-

Quadro 1. Dados acerca do desempenho das publicações do Instagram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados obtidos, foi possível observar a necessidade de uma maior divulgação sobre o tema, uma vez que os efeitos do consumo excessivo vem causando impactos negativos

no ambiente e também afetando a situação financeira das pessoas. Portanto, a disseminação de informações e orientações relacionadas ao consumo consciente foram imprescindíveis, bem como a discussão sobre educação financeira e ambiental, que são conceitos de extrema importância, não apenas para os jovens, mas para a população em geral. Além disso, a utilização das redes sociais tem se mostrado um eficiente meio de divulgação, pois com a rápida disseminação de informações e propagação de conteúdos conseguimos alcançar de maneira efetiva o público-alvo, utilizando uma linguagem clara e objetiva.

REFERÊNCIAS

GODECKE, M. V., NAIME, R. H., FIGUEIREDO, J. A. S. O consumismo e a geração de resíduos sólidos urbanos no Brasil. **Revista Eletrônica em gestão, educação e tecnologia ambiental**, p. 1700-1712, 2012.

MELO, M. R. A. et al. Comportamento do consumidor: percepção da relação consumo e meio ambiente. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 2, n. 1, 2018

SAUVÉ, L. Educação Ambiental: possibilidades e limitações. **Educação e pesquisa**, v. 31, p. 317-322, 2005.

SILVA, R. T. B; SILVA, R. T. B; COSTA, S. L. As consequências socioambientais provenientes da cultura do consumismo, como formas de um retrocesso ao preceito constitucional de um meio ambiente ecologicamente equilibrado. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 9, n. 3, p. 324-346, 2018.