**DISCUSSÃO SOBRE PROPAGANDA E CONSUMISMO**

**1. “SOMOS MANIPULADOS PELA PUBLICIDADE?”**

**2. “IDENTIDADE E CONSUMO”**

**3. “QUAIS AS NOSSAS PRIORIDADES?”**

**4. “RESPOSTAS AO CONSUMISMO”**



“Criança, a alma do negócio” (Direção: EstelaRenner)

**QUESTIONAMENTOS**

**“Somos manipulados pela publicidade?”**

*1. Quanto tempo passam vendo TV, acessando a Internet? De que assuntos mais gostam? Quanto tempo passam conversando com os pais? De que assuntos mais falam?*

*2. Qual último produto que compraram? Por que precisavam dele?*

*3. Como se sentem quando não tem algo que gostariam? Por quê?*

*4. O que mais gostam de fazer? Qual o lugar que mais gostam de estar?*

*5. Acham que tem muita coisa que não usam? Por que guardam? Compram produtos que queriam muito e, depois, esquecem completamente? Do que realmente precisamos? O que é necessário e o que é supérfluo? Temos muitas*

*coisas supérfluas? Por quê?*

*6. O consumo nos torna únicos, livres, originais? O que temos de original, singular, pessoal?*

*7. Por que se preocupar com a beleza? Qual a importância da beleza nos dias de hoje? Por que gostam de se arrumar?*

*8. O que acham dessas propagandas que mostram “com bastante destaque” os corpos das mulheres? Qual o objetivo disso? O que acham dessa imagem que é passada da mulher?*

**QUESTIONAMENTOS**

**“Identidade e consumo”**

“Acordou com muita dor de cabeça. Existe **muita propaganda para cerveja**, mas nenhuma para ressaca.

Colocou sua calça jeans **Levi’s,** vestiu sua camisa **Onbongo**, pegou o **Motorola** na mesa, sua carteira da **Britt**, seus óculos da **Ray-Ban**, sua chave com chaveiro do **Corinthians**, e finalmente vestiu seu tênis Nike clássico, modelo couro, com sola desenvolvida pela tecnologia da Nasa e cadarços **antideslizantes**. Pegou o ônibus da Mercedes e antes de descer no ponto com propaganda da Riachuelo viu 28 placas dos mais diversos produtos. Ao seu lado, um cara usando terno **Arman**i, com sapatos **Le Blond**, e uma pasta da Past-up, e ainda com um MP4 superior.”

*• Quais marcas estão presentes em suas vidas durante um dia comum?*

“Num lugar onde seu sobrenome é o que você possui, nada mais cômodo”.

O Gil da 7 galo

O Francisco da Hilux.

O Miltinho do Opala.”

*• Conhecem pessoas que são chamadas de maneira parecida?*

“A televisão me disse que vou poder, com apenas uma moeda eu tiro um carro, um lindo carro, **SÓ 72 PRESTAÇÕES.**

Todos nos agarramos em **ALGUMA VAIDADE**, casa, carro, construir, luxo, piso de primeira, forro, gesso, móveis de marca, ah! Uma linda piscina, hein? **PRA TODO MUNDO PAGAR UM PAU MESMO.(...)**

Mas não importa, sabe por quê? Pros meus amigos eu conto que tenho. Pros meus parentes eu mostro que tenho. Pra minha esposa eu provo que tenho, e daí por diante.”

*•Quais são as “vaidades a que nos agarramos”?*

*• Por que temos isso?*

*•Vale a pena tê-las?*

“Já passei natal mais feliz em barraco, comendo coxa de frango assado, comprada na padaria com vaquinha. Já passei natal em casa de amigo, que só tinha pra oferecer um prato com arroz e feijão, e a gente ria muito, estávamos tão felizes.

O que viraram as festas e seus símbolos**? PAPAI NOEL VIROU UMA FOTO 3X4** de um comerciante capitalista, distribuidor de brinquedos e de doces, ou o pai fantasiado para enganar o filho e encher o bolso da **Ri Happy.** O coelho da páscoa virou mascote da Garoto, que a cada ano empurra ovos maiores e mais caros nas crianças de assalariados.”

“Isso eu não comprei, isso eu não paguei, nem parcelei, muito menos achei num shopping, nem tive que roubar, isso veio de graça, e acho que isso que é a vida.”

*• O que se perdeu?*

*• Realmente, perdeu-se algo valioso? Por quê?*

*• O que pensam sobre essa frase que conclui o texto?*

*• Quando Ferréz ( o autor) diz “acho que isso que é a vida”, a que está se referindo?*

***NOSSA PRÓPRIA IDENTIDADE PESSOAL ESTÁ BASTANTE LIGADA COM NOSSO RELACIONAMENTO COM MARCAS COMERCIAIS.***

**“QUAIS AS NOSSAS PRIORIDADES?”**

“Ilha das Flores” (Direção: Jorge Furtado)

• Quais são suas prioridades ?

• O que motiva as ações concretas que tomam em suas vidas?

“O que coloca os seres humanos da Ilha das Flores depois dos porcos na prioridade da escolha de alimentos é o fato de não terem dinheiro, nem dono”.

• Quais sãos as prioridades da nossa sociedade? O que mais valorizamos?

• Qual o valor do dinheiro atualmente?

• Trato alguns objetos como fins em si mesmos e não como meios? Por quê?

• Desperdiço muitas coisas? O que poderia fazer para aproveitar e reaproveitar

melhor tudo o que utilizo? (Pedir sugestões concretas e pessoais)

• Quais deveriam ser nossas prioridades?

• Vivo de acordo com o que penso, ou, na prática, minhas prioridades não são aquelas que eu acho que deveriam ser as corretas?

QUANDO CONSUMIMOS DE MANEIRA DESORDENADA, **INJUSTIFICADA** E IRRACIONAL, FAZEMOS ISSO PARA **FIM RUIM.** ISSO OCORRE QUANDO GASTAMOS POR **CAPRICHO,** EXTRAVAGÂNCIA OU VAIDADE.

“(...) ao perguntar-nos se somos avaros, devemos perguntar se consideramos **o dinheiro algo que não seja meramente um meio para atingirmos um fim bom.** E nesse sentido parece haver quatro caminhos pelos quais nos podemos desviar. Os exemplos ficam mais claros quando nos detemos sobre o uso (ou gasto) do dinheiro em vez de deternos sobre sua obtenção, de que modo que podemos focalizá-los. Primeiro, podemos gastar dinheiro em coisas que não são meio para nenhum fim bom: neste caso o usamos de maneira indolente, o que é um **‘capricho’**. Segundo, o fim é bom, mas gastamos demasiado com ele, o que pode ser considerado uma **‘extravagância’**. Por outro lado, o fim pode ser bom em si, mas as circunstâncias o tornam injustificado, irracional ou desordenado de alguma maneira. Se o bem que estimamos de maneira desordenada diz respeito ao corpo e ao seu bem-estar, então o gasto acaba por ser um mero ‘conforto’ (e eis aqui o terceiro caso); se, por outra, o gasto está direcionado a um bem psicológico amado desordenadamente, então se trata de ‘vaidade’ (o nosso quarto caso).” (“Avareza aqui e agora”. In: Revista Dicta&Contradicta, nº3, junho de 2009).

**NOSSO ARGUMENTO:**

QUANDO O CONSUMO OCORRE DE MANEIRA DESORDENADA (CONSUMISMO) DIZ RESPEITO AO **CORPO** E AO SEU **BEM-ESTAR**, ENTÃO O GASTO ACABA POR SER UM MERO **‘CONFORTO’.** ASSIM, TENTAMOS JUSTIFICÁ-LO.

• Em quais ocasiões o usaríamos por “capricho”, “extravagância”, “conforto”, “vaidade”?

**“RESPOSTAS AO CONSUMISMO”**

**CONSUMO INFANTIL**

****

“Esperemos que nossos filhos, quando forem adultos, exijam ouvir argumentos mais decentes dos vendedores! Isso depende muito de nossas atitudes educativas. Mas quando vejo garotos e garotas, vestidos com roupa de grife, com tênis importado, celular de última geração na mão – como o iPhone –, câmera digital pendurada no pescoço etc., temo não estarmos na direção pedagógica correta. E **de pouco adiantarão leis que coíbam a publicidade dirigida ao público infantil, se os próprios adultos, entregues ao consumismo e à cultura da vaidade**, forem às compras, motivados e seduzidos pela imagem que seus filhos, destinatários dos presentes natalinos, terão diante de outras

crianças.” (“Consumismo Infantil”, Le Monde Diplomatique, 4/12/2008).

• Como a escola que poderia contribuir para uma “direção pedagógica correta”.