



TEIA INFORMA

Boletim Informativo da Teia de Educação Ambiental da Mata Atlântica

Dom Pedro de Alcântara - Mampituba - Morrinhos do Sul - Três Cachoeiras - Torres

Número 6 - dezembro de 2011

Educação para o consumo consciente

Site dessa imagem: http://waldezcartuns.blogspot.com/2011_03_01_archive.html



WALDEZ

A educação deve ajudar o homem brasileiro a inserir-se criticamente no processo histórico e libertar-se pela conscientização da síndrome do ter e da escravidão do consumismo”.

P a u l o F r e i r e

Atividades que marcaram a Teia em 2011

7a SCA da Escola Baréa - nove escolas da região e uma da Capital visitaram as instalações, painéis e apresentações da Semana de Conscientização Ambiental e da 2a Barearte nos dias 26, 27e 28 de outubro na comunidade do Santo Anjo da Guarda em Três Cachoeiras. O encerramento foi marcado pelo Café da Biodiversidade, com tortas, salgados, pães e cucas orgânicos.

Agroflorestas e espécies da Mata Atlântica - foram o tema da 23a etapa de formação da Teia. Foi a última do ano e do projeto Cultivando nosso clima, no dia 20 de outubro

Início do intercâmbio com a rede de educadores ambientais de Porto Alegre - a 22a etapa de formação trouxe coordenadora de Educação Ambiental da rede municipal de Porto Alegre, Rosa Rosado. Para a SCA, o mestre em Ecologia Marcelo Gules Borges promoveu a visita de um grupo da escola Judith Macedo, zona norte da Capital.

Açaí da Mata Atlântica na merenda estimula atividades de EA - a palmeira juçara foi bem falada ao longo do ano em diversos momentos promovidos pelas escolas.

Educadoras e estudantes apresentam demandas para políticos - foi em junho, na Câmara de Vereadores Morrinhos do Sul, que a Teia estreou como entidade propositiva de políticas públicas.

Teia finaliza projeto sobre mudanças climáticas Em 2012 a rede entra uma nova fase, com novos desafios

Depois de 3 anos, dois seminários, etapas de formação, muitas boas práticas nas escolas, viagens, intercâmbios, participação em alguns eventos e promoção de outros, chegou ao fim, em novembro de 2011, o projeto Cultivando nosso clima: promovendo a produção e consumo de produtos ecológicos para esfriar o planeta.

Apoiado pela Sociedade Sueca de Proteção à Natureza (SSPN) e implementado pelo Centro Ecológico, o Cultivando nosso clima tinha entre seus objetivos estimular e capacitar a Teia de Educação Ambiental Mata Atlântica a trabalhar as mudanças climáticas como tema gerador de suas atividades.

Onze escolas escolheram trabalhar sobre mudanças climáticas

Com o acompanhamento da equipe técnica do Centro Ecológico, 11 escolas adotaram a questão ambiental mais inquietante da atualidade como tema gerador. Outras preferiram trabalhar com temas geradores mais específicos, mas sempre relacionados às mudanças climáticas.

Algumas desenvolveram um projeto no âmbito geral, envolvendo toda a comunidade. Outras organizaram um projeto geral escolar. E apesar de a metodologia de projetos ainda não estar presente em todas as escolas ou turmas, é possível afirmar que, dentro da Teia, ou nas escolas que fazem parte porque contam com educadoras que são da Teia, cada professora pensou e implementou trabalhos de Educação Ambiental focados no aquecimento global.

Consumo consciente: quando a saída é a entrada

Entramos em 2012 com uma nova proposta, ou melhor, um desafio: trabalhar o consumo consciente com crianças e adolescentes.

Há tempos que o tema já vem dando o que falar e é certo que o terreno está preparado pelo reconhecimento de que a causa das mudanças climáticas está num conceito equivocado de progresso.

Agora, por que nossa civilização consome tanto e como fazer essa ação ter um impacto positivo sobre o meio ambiente e a sociedade, serão algumas questões abordadas ao longo desse ano, começando por esse boletim.



NOSSO consumo pode apoiar atividades que contribuem para isso



NOSSO consumo pode apoiar atividades que contribuem para isso

uturnquefiles.wordpress.com/2009/04/aquecimento_global.jpg

centrodeestudosambientais.wordpress.com

A parte que nos cabe: consumo sustentável?

Resumo de parte do artigo de Fábio Feldman publicado no livro Meio Ambiente no Século 21

O resultado da ação da Humanidade, pela primeira vez, ameaça sua condição de sobrevivência, e ela se vê obrigada a reconhecer seus próprios limites.

Esta situação deve ser vista como uma grande oportunidade de revisão profunda de valores, práticas e questionamento da nossa imagem sobre nós mesmos, ainda que possamos nos sentir despreparados em função da magnitude da tarefa diante da qual estamos colocados.

É impossível não sentir uma enorme pequenez perante o problema, se o que temos visto é a incapacidade das instituições de apresentar, a curto prazo, soluções concretas para os

problemas mencionados. Se as Nações Unidas não conseguem, por exemplo, levar adiante a implementação da Agenda 21, o que cada um de nós poderia fazer na direção de uma sociedade diferente da presente?

O tema que melhor permite a compreensão do que estamos falando é o do consumo sustentável, tratado no capítulo 4 da Agenda 21.

O consumo é essencial para a vida humana, visto que cada um de nós é consumidor. O problema não é o consumo em si mesmo, mas seus padrões e efeitos no que se refere à conciliação de suas pressões sobre o meio ambiente e o atendimento das necessidades básicas da Humanidade.

“Mais vale um desejo que dez necessidades. O marketing genuíno, de qualidade, procura as melhores oportunidades no território dos desejos que das necessidades.”

Frase de MÁDIA DE SOUZA, Francisco A no livro Os axiomas do marketing, citada no artigo de Fábio Feldman

Consumismo na adolescência

Uma dica é tentar ensinar o valor do dinheiro

Fonte: meubolsoemdia.com.br

Segundo dados da pesquisa da Kantar Worldpanel, as famílias com jovens entre 12 e 19 anos em casa têm gastos acima de 5% dos ganhos mensais. É nessa fase que o orçamento da casa pode ficar mais pesado.

Nessa faixa etária pesa muito a necessidade humana de sentir-se aceito pelos amigos e pela sociedade.

De olho na oportunidade, muitas empresas - inclusive as que produzem marcas de luxo - vêm desenvolvendo estratégias para estimular ainda mais essa carência

O resultado é que a turma acaba pedindo aos pais computadores, celulares, roupas, calçados, muitas vezes de grife.

Preste atenção nos cliques de rap e hip hop: a despeito da estética das calças largas, todos os produtos são de luxo. Essa estratégia vem sendo utilizada já algum tempo pelas empresas, para fomentar o desejo dos jovens pelas marcas.



genilsonaraujo.files.wordpress.com/2009/08/consumismo.jpg



ambientaconsultoria.blogspot.com/2010/10/imagenspara-refletir.html

As charges são um recurso muito utilizado pela coordenadora da Rede de Educação Ambiental de Porto Alegre, Rosa Rosado, no trabalho com jovens e adolescentes

Campanha propõe consumo crítico como prática ambiental

Organizações da América Latina e Caribe estão engajadas desde setembro de 2011

"O consumo é necessário à vida; o consumismo a depreda". A frase do jornalista André Trigueiro, pinçada do texto Meio Ambiente e Mídia, resume as conclusões apresentadas em um dos mais completos estudos ambientais chamado **Avaliação Ecosistêmica do Milênio**. Mas bem que poderia ser uma síntese das ideias que nortearam o desenvolvimento da Campanha Consumo Responsável, iniciada em setembro por organizações da Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Equador, Peru e Uruguai, integrantes da Rede Terra do Futuro. Esta rede com sede na Suécia é parceira do Centro Ecológico desde 1985.

"O consumo responsável é um tema que une todas as entidades da rede", explica a agrônoma Ana Luiza Meirelles do Centro Ecológico. Junto com a REDES Amigos da Terra/Uruguai e a Coordenação da Rede Terra do Futuro/América do Sul, o Centro Ecológico é responsável pela coordenação da campanha.

Por aqui, já foram produzidos

folders, spots para radio, adesivos e banners divulgados nas cooperativas de consumidores de Torres (EcoTorres), de Três Cachoeiras (Coopet), na Feira Ecológica Lagoa do Violão em Torres e no Festival do Açaí de Juçara realizado no Morro Azul em Três Cachoeiras.

Os banners estão disponíveis no site do Centro Ecológico e os folders nas cooperativas. Estes materiais trazem dicas como estas para quem quer se comprometer com um consumo responsável:

- Consumir menos, escolhendo produtos e serviços

que valorizam a justiça social, a ética, a solidariedade e a preservação do meio ambiente.

- Priorizar produtos orgânicos, saudáveis, que promovem a agricultura familiar.

- Apoiar produtos de empresas comprometidas com a reutilização, a reciclagem e o uso de energias renováveis (o Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE, pode ser uma boa fonte de informação sobre essas práticas).

- Buscar conhecimento sobre as práticas das empresas que produzem o que pretendemos comprar. Teste em animais, pesca predatória, nem pensar!

Campanha

CONSUMO RESPONSÁVEL

FRAMTIDSJORDEN
FUTUR EARTH - TIERRA DEL FUTURO - TERRA DO FUTURO

Os alimentos produzidos pelos agricultores ecologistas promovem a saúde, o equilíbrio dos ecossistemas, o sequestro de CO2 o resgate da biodiversidade e a capacidade da Terra de produzir para as futuras gerações.

No Litoral Norte temos o privilégio de fazer parte deste trabalho, praticando o consumo consciente em pontos de venda de confiança:

Coopet - EcoTorres - Feira Ecológica Lagoa do Violão - Banca do Grupo de Mulheres do Morro do Forno

VEM AJ

NINA É A SEMEIRA DE AÇAÍ

VEM AJ

4º SEMINÁRIO DE EA.

CONSUMO RESPONSÁVEL