

VISUALIZAR AULA

Consumismo e obsolescência programada no capitalismo

24/11/2014

Autor e Coautor(es)

Autor: LEIDE DIVINA ALVARENGA TURINI



UBERLANDIA - MG Universidade Federal de Uberlândia

Coautor(es): Eliana Dias e Lazuíta Goretti de Oliveira



Estrutura Curricular

MODALIDADE / NÍVEL DE ENSINO

Ensino Médio
 Ensino Fundamental Final
 Educação de Jovens e Adultos - 2º ciclo
 Ensino Médio
 Ensino Médio
 Educação de Jovens e Adultos - 1º ciclo
 Ensino Médio

COMPONENTE CURRICULAR

História
 História
 História
 História
 Sociologia
 Estudo da Sociedade e da Natureza
 Sociologia

TEMA

Sujeito histórico
 Cidadania e cultura no mundo contemporâneo
 Cidadania e cultura contemporânea
 Cultura
 Indivíduo, identidade e socialização
 Cidadania e participação
 Ideologia e a indústria cultural

Dados da Aula

O que o aluno poderá aprender com esta aula

- Entender o consumismo como característica fundamental das sociedades capitalistas industrializadas.
- Analisar a relação existente entre consumismo e obsolescência programada.
- Diferenciar a obsolescência programada de outro processo de inutilização de produtos no capitalismo: a obsolescência perceptiva.

Duração das atividades

05 aulas de 50 minutos

Conhecimentos prévios trabalhados pelo professor com o aluno

As características principais do capitalismo.

Estratégias e recursos da aula

Estratégias:

- Leitura e interpretação de fontes escritas.
- Leitura e interpretação de charge e tirinha.
- Interpretação de letras de músicas.
- Reprodução e análise de vídeos.
- Elaboração de esquema e síntese de textos.
- Debate.

Recursos:

- Computador com acesso à internet.
- Textos, vídeos, charge, tirinha, músicas.

Módulo 1 - Consumismo e Propaganda

Atividade 1

Inicie as atividades da aula reproduzindo para os alunos o recurso abaixo:



Meow

Fonte: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnica.html?id=16756>. (Acesso em 20/11/2014)

Orientações para a atividade:

a. O recurso é um vídeo/animação de curta duração (aproximadamente 8 minutos), produzido em 1981 por **Marcos Magalhães**, o qual possibilita uma reflexão sobre a questão da relação entre consumo e propaganda no capitalismo. Reproduza para todos os alunos, sem interrupção. Além do endereço indicado, no Portal do Professor, os alunos poderão acessá-lo também no *link* indicado abaixo:



<http://portacurtas.org.br/filme/?name=meow>

Acesso em 20/11/2014

b. Após a reprodução da animação, peça aos alunos para assistirem ao recurso mais uma vez, divididos em duplas ou trios. Eles devem pausar sempre que necessário para que possam descrever o que lhes chamou a atenção nas imagens. Por exemplo, foi possível observar, a respeito do ambiente representado:

- Um muro extenso em primeiro plano, com casas atrás dele.
- Após explosão, surgem imagens da cidade: prédios, logomarcas de empresas e produtos.
- Na cidade, os sons predominantes: buzina de carros, barulho de trânsito, ambulância, carro de polícia, televisão ligada nas residências, etc.
- Tipos sociais, aparentemente marginalizados, pulam o muro.
- Um gato, sentado em cima do muro, toma leite.



c. Os alunos, em duplas, devem elaborar uma **sinopse** da animação, ou seja, devem ser capazes de elaborar um pequeno resumo que apresente, em linhas gerais, o assunto tratado no recurso.

d. Em seguida, proponha a discussão coletiva da ideia central da animação. Reúna os alunos em círculo e estimule-os a expor as suas hipóteses (**possibilidades de interpretação do recurso**):

O personagem central (o gato) passa por um processo de persuasão e aceitação de algo que a princípio ele recusa. Ele tenta resistir à imposição de determinado padrão de consumo, mas a propaganda publicitária, sobretudo na TV, utiliza a sedução, o desejo, para acabar com as suas resistências. Finalmente ele cede (na animação, o gato é persuadido a tomar refrigerante ao invés de leite). Com o tempo, ele cria uma relação de dependência com o produto consumido e mesmo quando tentam fazer com que ele retome seus hábitos antigos, ele já não aceita mais, já se tornou dependente daquele produto que diuturnamente lhe é apresentado como o "melhor, mais prazeroso". Ele perde a sua identidade.

e. A mão que ofereceu leite ao gato (com uma manga de paletó esverdeada) não é a mesma que ofereceu refrigerante a ele (mão com uma manga de paletó vermelha e branca). Questione os alunos e estimule-os a refletir sobre a seguinte questão: seria uma referência à sociedade brasileira e à cultura norte-americana (ou capitalismo norte-americano), respectivamente? De que maneira é possível estabelecer relação entre a ideia central do vídeo e a questão formulada?

f. O curta foi produzido em 1981. Pergunte aos alunos: as questões abordadas na animação estão superadas, ou são ainda atuais? Justifique.

Atividade 2

Nesta atividade, os alunos devem selecionar e analisar letras de músicas que tratem do tema da aula. O objetivo é que eles sejam estimulados a discutir a temática a partir de diferentes linguagens e que, ao mesmo tempo, se envolvam na busca de recursos para esse fim. Abaixo, apresentamos duas sugestões, entre tantas outras:

Música 1: Propaganda	
Intérprete: Nação Zumbi	
Letra: Jorge Du Peixe, Rodrigo Brandão e Gilmar Bolla 8	
Música: Nação Zumbi e Marcos Matias	
Nação Zumbi "Propaganda" (2002) https://www.youtube.com/watch?v=sBKZArd25Rg	
Comprando o que parece ser Procurando o que parece ser O melhor pra você Proteja-se do que você Proteia-se do que você vai auerer	Necessidades adquiridas na sessão da tarde A revolução não vai passar na tv, é verdade Sou a favor da melô do camelo, ambulante Mas 100% antianúncio alienante

Proteja-se do que você vai querer

Para as poses, lentes, espelhos, retrovisores
Vendo tudo reluzente
Como pingente da vaidade
Enchendo a vista, ardendo os olhos

O poder ainda viciando cofres
Revirando bolsos
Rendendo paraísos nada artificiais
Agitando a feira das vontades
E lançando bombas de efeito imoral
Gás de pimenta para temperar a ordem
Gás de pimenta para temperar


Corro e lanço um vírus no ar
Sua propaganda não vai me enganar

Como pode a propaganda ser a alma do negócio
Se esse negócio que engana não tem alma
Vendam, comprem
Você é a alma do negócio

Corro e lanço um vírus no ar
Sua propaganda não vai me enganar

Eu vi a lua sobre a Babilônia
Brilhando mais do que as luzes da Time Square
Como foi visto no mundo de 2020
A carne só será vista num livro empoeirado na estante
Como nesse instante, eu tô tentando lhe dizer
Que é melhor viver do que sobreviver
O tempo todo atento pro otário não ser você
Você é a alma do negócio, a alma do negócio é você

Letra da música disponível em: <http://www.vagalume.com.br/hacao-zumbi/propaganda.html>

Música 2: 3ª do Plural	
Intérprete: Engenheiros do Hawaii Compositor: Humberto Gessinger Álbum: Surfando Karmas & DNA Ano de divulgação - 2002	
 <p>https://www.youtube.com/watch?v=d1A4BaHyGEQ</p>	<p>Corrida pra vender cigarro Cigarro pra vender remédio Remédio pra curar a tosse Tossir, cuspir, jogar pra fora</p> <p>Corrida pra vender os carros Pneu, cerveja e gasolina Cabeça pra usar boné E professar a fé de quem patrocina</p> <p>Eles querem te vender Eles querem te comprar Querem te matar (de rir) Querem te fazer chorar</p> <p>Quem são eles? Quem eles pensam que são? Quem são eles? Quem eles pensam que são?</p> <p>Corrida contra o relógio Silicone contra a gravidade Dedo no gatilho, velocidade Quem mente antes diz a verdade</p>
	<p>Satisfação garantida Obsolescência programada Eles ganham a corrida Antes mesmo da largada</p> <p>Eles querem te vender Eles querem te comprar Querem te matar (a sede) Eles querem te sedar</p> <p>Quem são eles? Quem eles pensam que são? Quem são eles? Quem eles pensam que são?</p> <p>Vender, comprar, vender os olhos Jogar a rede... contra a parede Querem te deixar com sede Não querem te deixar pensar</p> <p>Quem são eles? Quem eles pensam que são? Quem são eles? Quem eles pensam que são? Quem são eles?</p>

Letra disponível em: <http://letras.mus.br/engenheiros-do-hawaii/747530/>

Orientações para a atividade com as músicas:

- Reproduza as músicas para os alunos a partir dos vídeos postados no **Youtube**. Caso seja possível, estimule-os a cantá-las junto com os intérpretes.
- Comente sobre os intérpretes e compositores das músicas. Se necessário, peça aos alunos para buscarem informações sobre eles (trajetória, discografia etc).
- Em seguida, os alunos devem fazer uma leitura conjunta da letra. Escolha alguns deles para fazerem a leitura em voz alta, enquanto os demais acompanham silenciosamente.
- Proponha a discussão coletiva das ideias centrais das letras das músicas a partir das seguintes questões:
 - Qual a sua interpretação para cada estrofe da música?
 - Qual o significado do título da música? Ele está relacionado à ideia central da mesma? Justifique.
 - Com relação à música 1, destaque a questão do consumismo e da propaganda nas seguintes estrofes:

Comprando o que parece ser Procurando o que parece ser O melhor pra você Proteja-se do que você Proteja-se do que você vai querer
Como pode a propaganda ser a alma do negócio Se esse negócio que engana não tem alma Vendam, comprem Você é a alma do negócio

- Com relação à música 2, destaque a seguinte estrofe:

Satisfação garantida Obsolescência programada Eles ganham a corrida Antes mesmo da largada

e. Na estrofe acima, o compositor cita a obsolescência programada, estratégia capitalista de estímulo ao consumismo. Questione os alunos a respeito do significado do conceito e de como ele se relaciona com os versos (eles ganham a corrida antes mesmo da largada). Não antecipe uma explicação, caso eles não tenham subsídios para fazer a discussão. Esta questão será retomada no módulo 2.

f. Trabalhe com os alunos os conceitos de propaganda, consumismo, alienação, ideologia, capitalismo, resolução de crises avaliado a partir das estrofes das duas músicas.

1. Trabalhe com os alunos os conceitos de *propaganda*, *consumismo*, *alienação*, *ideologia*, *capitalismo*, possíveis de serem explorados a partir das estórias das duas músicas.

Atividade 3

Ainda na perspectiva da abordagem do tema do módulo 1 a partir de diferentes linguagens, reproduza para os alunos a tirinha abaixo.



<http://repensarampliar.blogspot.com.br/2011/08/charge-da-mafalda-tabalhando-questao-do.html>

Após a leitura da tirinha pelos alunos, proponha a discussão coletiva de sua ideia central. Questione os alunos:

- Qual é o significado da fala de Miguelito? Por que você acha que ele chegou à conclusão citada na tirinha?
- É possível estabelecer uma relação entre o conteúdo da animação (atividade 1), das músicas trabalhadas (atividade 2) e da tirinha? Qual? Por quê?
O objetivo é que os alunos percebam que a propaganda visa impor padrões de consumo, seduzir, vender produtos e ideias a eles associadas. Portanto, há uma relação direta entre os três recursos.
- Oriente os alunos a sistematizarem, por escrito, suas conclusões sobre a questão formulada no item anterior.

Consumismo e obsolescência programada

Atividade 1

O que é obsolescência programada? De que maneira ela se relaciona com o consumismo nas sociedades capitalistas atuais?

Orientações:

- Retome com os alunos a questão levantada no [item e, atividade 2, módulo 1](#). As atividades a seguir contribuirão para o aprofundamento da mesma.
- Reproduza para os alunos a charge abaixo e promova a discussão coletiva de sua ideia central.



http://profisabelaguair.blogspot.com.br/2013_11_01_archive.html

Na charge o consumidor está feliz por ter adquirido um *ipod* novo e o capitalista está mais feliz ainda por saber que em breve o consumidor terá que trocar o produto por outro mais novo, gerando lucros para ele. A pilha de *ipods* descartados confirma a previsão.

- Questione os alunos: **a charge faz referência a algo real ou não? Há na produção capitalista um planejamento para a inutilização e descarte precoce dos produtos?**

Estimule os alunos a se manifestarem sobre a questão. Em seguida, proponha que assistam e debatam o documentário indicado na atividade seguinte.

Atividade 2

Reprodução e debate do documentário: "**Comprar, jogar fora, comprar. A História secreta da obsolescência programada**"



<https://www.youtube.com/watch?v=nwoqfJWcwPs>

Acesso em 20/11/2014

Apresentação do vídeo no You Tube:

Baterias que 'morrem' após 18 meses de ser estreadas, impressoras que bloqueiam ao chegar a um número determinado de impressões, lâmpadas que se fundem às mil horas... Porque, apesar dos avanços tecnológicos, os produtos de consumo duram cada vez menos?

O canal 2 da Televisão Espanhola e RTVE.es transmitem "Comprar, deitar fora, comprar" um documentário que nos revela o segredo: obsolescência programada, o motor da economia moderna.

Rodado em Espanha, França, Alemanha, Estados Unidos e Gana, "Comprar, deitar fora, comprar" percorre a história de uma prática empresarial que consiste na redução deliberada da vida de um produto para incrementar o seu consumo porque, como já publicava em 1928 uma influente revista de publicidade norte-americana, "um artigo que não se desgasta é uma tragédia para os negócios".

O documentário, realizado por Cosima Dannoritzer e coproduzido pela Televisão Espanhola, é o resultado de três anos de investigação, faz uso de imagens de arquivo pouco conhecidas; junta provas documentais e mostra as desastrosas consequências para o meio ambiente que derivam desta prática. Também apresenta diversos exemplos do espírito de resistência que está a crescer entre os consumidores e recolhe a análise e a opinião de economistas, designers e intelectuais que propõem vias alternativas para salvar economia e meio ambiente.

<http://educa-tube.blogspot.com.br/2013/01/obsolescencia-programada-e-sociedade-de.html>

Orientações para a atividade:

- Reproduza o documentário para toda a turma através da utilização de *data show* ou pela TV por meio de CD/DVD.
- Após a reprodução, estimule os alunos a falarem espontaneamente sobre o que assistiram. Faça uma "roda de conversa" acerca do tema central do documentário.
- O professor deve levantar questões relevantes apresentadas no documentário, caso não apareçam nas falas espontâneas dos alunos, para provocar o debate. Por exemplo, entre outras, destacam-se:
 - Na obsolescência programada, mercadorias são produzidas com menor resistência e durabilidade (ou seja, para apresentar defeitos em determinado espaço de tempo e durar menos).
 - A relação entre a obsolescência programada dos produtos, a produção em massa e o consumismo.
 - O conceito de obsolescência programada surgiu com a crise de 1929, mas perdura nos dias atuais.
 - O descarte dos objetos/bens e a produção de lixo. Como são tratados os resíduos (o lixo eletrônico) junto ao meio ambiente.
- Após o **debate**, oriente os alunos a fazerem uma síntese das ideias centrais do documentário. Para a elaboração da **síntese**, eles podem ler as orientações disponíveis no link: <http://www.vestibular1.com.br/revisao/r296.htm>

Atividade 3

Leitura, interpretação e debate de textos

Texto 1 - Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo



Valquíria Padilha e Renata Cristina A. Bonifácio

Planejar quando um produto vai falhar ou se tornar velho, programando seu fim antes mesmo da ação da natureza e do tempo de uso é a *obsolescência planejada*. Trata-se da estratégia de estabelecer uma data de morte de um produto, seja por meio de mau funcionamento ou envelhecimento perante as tecnologias mais recentes. Essa estratégia foi discutida como solução para a crise de 1929. O conceito teve início por volta de 1920, quando fabricantes começaram a reduzir de propósito a vida de seus

produtos para aumentar venda e lucro. A primeira vítima foi a lâmpada elétrica, com a criação do primeiro cartel mundial (Phoebus) para controlar a produção. Seus membros perceberam que lâmpadas que duravam muito não eram vantajosas.

O texto completo está disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>
Acesso em 20/11/2014

Texto 2 - Obsolescência programada



Juliana Higa Bellini

O nome indica que um produto se torna obsoleto em determinado tempo, não por estar gasto de tanto usar ou por algum acidente, mas porque as empresas produtoras assim o querem, afinal, saberão quando e em que quantidade terão de produzir mais e, sobretudo, lucrarão mais. Este tempo de retorno do produto é então reduzido para que nós, consumidores tenhamos que comprá-lo novamente e em breve.

Um produto também se torna obsoleto quando passa a ser ultrapassado, desatualizado, antiquado, etc. e isso a ciência da publicidade e do marketing fazem com talento, tamanha angústia que sentimos quando temos um produto que não atende mais aos critérios estéticos ou de software daquele momento.

O texto completo está disponível em: <http://na-beirada.blogspot.com.br/2012/04/obsolescencia-programada.html>
Acesso em 20/11/2014

Texto 3 - Consumo e Sustentabilidade



Leonardo Marques de Mesentier

(...) **Obsolescência planejada** é a prática, desenvolvida por empresas, de tornar um produto ou serviço obsoleto, por meio do lançamento de um produto tecnologicamente mais avançado; mas é possível também tornar um produto obsoleto: 1) recorrendo ao fornecimento de peças de reposição dispendiosas, tornando mais interessante a compra de um produto novo; 2) baixando a qualidade dos materiais para encurtar o tempo de vida dos produtos; 3) tornando indisponíveis partes essenciais para inviabilizar a fabricação de um item e/ou o conserto de um produto.

(...) **Obsolescência perceptiva**, que é a forma de reduzir a vida útil dos produtos, que ainda são perfeitamente funcionais e úteis, lançando produtos com aparência inovadora e mais agradável, dando aos produtos antigos aspecto de ultrapassados e dessa forma, induzem o consumidor à troca.

O texto completo está disponível em: http://leonardomesentier.blogspot.com/2010_09_01_archive.html
Acesso em 20/11/2014

Orientações para a atividade com os textos:

- Divida os alunos da turma em três grupos. Após a leitura do texto, cada grupo deve fazer um **esquema** das ideias centrais do mesmo. Para a elaboração do esquema, os alunos podem conferir as orientações contidas na aula publicada no link: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=48914>. (Acesso em: 20/11/2014)
- Após a leitura e elaboração do esquema dos textos, peça aos alunos que expliquem, por escrito, o que entenderam sobre os conceitos de **obsolescência planejada/programada** e **obsolescência perceptiva**, suas principais características e diferenças.
- Oriente os grupos a observarem atentamente as imagens associadas aos textos e a responderem, por escrito: qual a relação da imagem com o título e ideia central do texto? No texto 1, a charge representa a obsolescência programada, ou seja, o objeto apresenta defeito e não tem como ser reparado ou não compensa o conserto (ver nos textos as razões para isto). No texto 2, a charge relaciona-se à obsolescência perceptiva, ou seja, um novo celular, mais bonito e atual, faz com que o consumidor abandone o antigo, mesmo que ainda funcionando. No texto 3, o destaque é dado ao lixo produzido pelos produtos descartados.
- Oriente os alunos a conversarem com os familiares a respeito dos conceitos trabalhados e a trazerem, por escrito, exemplos dos dois tipos de obsolescência (programada e perceptiva), extraídos de experiências cotidianas, vivenciadas por eles ou por conhecidos, para o debate em sala de aula.
- Promova a socialização das experiências dos alunos acerca dos dois tipos de obsolescência utilizados como estratégia empresarial e incentivo ao consumismo.

Atividade 4

O que os seus hábitos de consumo revelam sobre você?

- Para concluir a aula, sugira aos alunos que respondam as seguintes questões:

1. A partir das fontes trabalhadas nas atividades da aula, você saberia definir o que é ser consumista?

2. Você se julga uma pessoa consumista?
3. Quais são os principais produtos que você consome (fora a alimentação básica) e com qual periodicidade você troca esses produtos? (Listar)
4. Dos produtos/serviços que fazem parte do seu dia a dia, quais o que você avalia que seria possível deixar de consumir ou consumir com menos frequência?
5. Existe alguma relação entre consumismo e campanhas publicitárias/propaganda realizadas nos meios de comunicação? Explique.
6. Você acredita que os meios de comunicação têm alguma influência sobre aquilo que você deseja e/ou compra ou não? Explique.
7. Você já foi vítima (ou conhece alguém que foi) da obsolescência programada, ou seja, do "envelhecimento precoce" de algum produto/bem adquirido?
8. E sobre a obsolescência perceptiva, você acha que é ou já foi vítima dela? Explique.

b. Estas e outras questões que os alunos julgarem pertinentes devem ser respondidas por todos eles, por escrito. Aqueles que preferirem poderão gravá-las e apresentá-las em sala de aula. Nas questões que for possível, o professor poderá ler e tabular os dados obtidos, para que possa traçar um perfil da turma no tocante às mesmas. Para tanto, poderá contar com a colaboração do professor de Matemática da escola.

Recursos Educacionais

NOME TIPO

Meow Animação/simulação

Recursos Complementares

Para alunos e professores:

Dossiê Consumo - Revista Com Ciência No. 99 - 10/06/2008. Disponível em: <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&tipo=dossie>

Entenda o que é obsolescência programada. <http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsoloscencia-programada>

A publicidade, o desejo e o consumo. Isabel C. S. Vargas. <http://meuartigo.brasilecola.com/atualidades/publicidade-desejo-consumo%20.htm>

Vídeo: A História das Coisas. <http://www.youtube.com/watch?v=7qFIGMSnNjw>

Links acessados em 20/11/2014

Avaliação

O professor deve observar se os objetivos propostos na aula foram efetivamente alcançados pelos alunos, tendo em vista as estratégias desenvolvidas e os recursos utilizados. Assim, poderá avaliar os alunos nas atividades trabalhadas em cada módulo, como: leitura e interpretação de fontes escritas, leitura e interpretação de charge e tirinha; interpretação de letras de músicas; reprodução e análise de vídeos; elaboração de esquema e síntese de textos; debate.

