ÁREA TEMÁTICA: EDUCAÇÃO

PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO NO PROJETO "EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO RESPONSÁVEL"

Abdala Mohamed Saleh[1]
Pascoalina Bailon de Oliveira Saleh[2]

RESUMO - Este trabalho insere-se no projeto de extensão, homônimo ao título, em desenvolvimento desde 2008 na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Inicialmente situa-se a proposta em relação a outras anteriormente executadas, formula-se uma definição básica da Educação para o Consumo Responsável (ECR) e esclarece-se de que forma ocorre, no contexto desse projeto, a integração entre os três pilares da Universidade: ensino, pesquisa e extensão. Na seqüência, apresenta-se a metodologia do trabalho de extensão, enfatizando o trabalho de pesquisa por ela requerida bem como resultados desse trabalho, quais sejam, um modelo gráfico e sua aplicação, de forma a favorecer a compreensão da relação entre os diversos vértices considerados na ECR: Meio Ambiente, Publicidade, Saúde e Segurança, e Direito e Ética. A referida aplicação tem como exemplo a Ambev, considerada a maior indústria cervejeira da América Latina e "Referência mundial na gestão da água". O modelo referido foi elaborado a partir da coleção lançada conjuntamente pelo IDEC (Instituto de defesa do consumidor) e Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial). Conclui-se reafirmando a posição de que, embora o ensino, a pesquisa e a extensão devam estar intrinsecamente interligados na formação universitária, cabe à pesquisa nortear as atividades universitárias; o ensino e a extensão devem dela ser derivadas.

PALAVRAS CHAVE - Ensino, Pesquisa, Extensão

Introdução

Este trabalho é fruto das reflexões realizadas no projeto de extensão intitulado "Educação para o Consumo Responsável", que vem sendo desenvolvido desde o final de 2008, através da parceria entre a Usina do Conhecimento[i] e a Universidade Estadual de Ponta Grossa (PR), tendo como público alvo professores do ensino básico.

Nesse contexto, entendemos a Educação para o Consumo Responsável (ECR) como *o exercício e o aperfeiçoamento na utilização de bens e serviços de empresas ou indivíduos, respeitando-se princípios que objetivem a manutenção ou restauração do bem estar coletivo e individual.*

A referida proposta é o amadurecimento do projeto de "Economia Familiar" iniciado em 2003, no ensino médio, na escola Estadual Julio Teodorico, em Ponta Grossa, o qual trabalhava questões que procuravam possibilitar o estabelecimento de metas, organização e controle de cunho financeiro pelas famílias. (cf. SALEH et al., 2005). Esse projeto inicial evoluiu para um outro com o mesmo título, realizado a partir de 2004, em parceria com a PRORH, tendo como público alvo servidores da UEPG. Nos dois casos houve envolvimento de alunos de diversos cursos.

Nesta oportunidade procuraremos situar, no âmbito dessa atividade formalmente definida como extensionista, a relação entre as três instâncias constitucionalmente reconhecidas como pilares da Universidade, ou seja, a extensão, a pesquisa e o ensino.

É difícil definirmos precisamente qual foi, ao longo do tempo, a prevalência dessas três instâncias em nosso trabalho. O foco extensionista do projeto é óbvio, não só por ele se autodefinir como tal, mas porque sempre buscou responder a uma pergunta resultante de um espaço concreto (real), que inicialmente dizia respeito à Economia Familiar. De fato, desde as suas versões iniciais

[1]Professor Doutor do Departamento de Matemática e Estatística - Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR) - abdala.saleh@gmail.com

[2]Professora Doutora do Departamento de Letras Vernáculas- Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR) - pbosaleh@gmail.com

não foram mobilizados apenas conhecimentos previamente disponíveis, mas também foram produzidos novos conhecimentos no seu próprio âmbito, especialmente de cunho metodológico, visando à adequação do tratamento do tema ao público alvo.

Por outro lado, o envolvimento de alunos da graduação propiciou a eles não só o contato com uma problemática social – que dizia respeito à má gestão financeira e conseqüente endividamento das famílias - mas também com uma metodologia para sua abordagem (SALEH et al., 2005). Devemos ressaltar que a metodologia desenvolvida naquele momento pode ser facilmente adaptada para uma abordagem escolar da matemática que envolva um dos temas transversais, Trabalho e Consumo. (BRASIL, 1998).

Na execução da atual versão do projeto, a pesquisa ganhou mais fôlego, na medida em que a abrangência do tema se alargou, envolvendo, como dito acima, múltiplos aspectos que se influenciam mutuamente. O fato da execução prever a colaboração de especialistas de diversas áreas poderia levar a supor que a tarefa da equipe de coordenação seria meramente administrativa. No entanto, a necessidade de dar conta de apresentar satisfatoriamente um tema tão complexo possibilitou que este se revelasse um campo fértil para estudo de forma dirigida e sistematizada.

Objetivos

Neste trabalho objetiva-se situar a relação entre a extensão, o ensino e a pesquisa no âmbito do projeto Educação para o Consumo Responsável, salientando a importância da pesquisa como condição para uma intervenção extensionista que não seja mera aplicação de conhecimento e, consequentemente, que contribua de forma mais eficaz para um ensino que vise a formação de profissionais autônomos. Diante disso, visamos também apresentar resultados do trabalho de pesquisa realizado no âmbito do projeto, de forma a divulgar um modelo gráfico (e sua aplicação) que dê conta da interrelação entre os diversos aspectos envolvidos na Educação para o Consumo Responsável.

Metodologia

A metodologia do projeto baseia-se em seminários realizados na Usina do Conhecimento, contando com a participação de especialistas de diversas áreas convidados a abordar algum aspecto dentro do tema. Essa metodologia, porém, pode favorecer a fragmentação. Diante disso, cabe ao coordenador do projeto a apresentação de um seminário introdutório no qual são discutidos os diversos vértices que compõem o tema. Para tanto, lançou-se mão da coleção publicada conjuntamente pelo IDEC (Instituto de defesa do consumidor) e Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) na qual a elaboração do projeto se inspirou (INMETRO; IDEC, 2002a), (INMETRO; IDEC, 2002b), (INMETRO; IDEC, 2002c), (INMETRO; IDEC, 2002d). A organização da coleção se dá em torno de títulos que nomeiam os componentes por ela considerados fundamentais da ECR: Meio Ambiente e Consumo, Saúde e Segurança no Consumo, Publicidade e Consumo e Direito e Ética no Consumo.

Embora a coleção discuta esses temas de forma bastante adequada ao que se propõe, ou seja, situar, de forma introdutória, cada um desses subtemas no bojo de uma educação para o consumo responsável, seu estudo logo indicou-nos que para encaminhar os trabalhos de extensão não seria possível restringir as discussões ao que os seus títulos apresentam. Assim, temos tomado os quatro volumes como uma referência para maiores aprofundamentos e temos nos dedicado à pesquisa para melhor compreender a ECR e desenvolver estratégias que favoreçam a sua abordagem em termos da nossa atividade extensionista.

Nesse contexto, uma das questões que primeiro se evidenciou para uma melhor compreensão dos diversos vértices da ECR foi a necessidade de uma sistematização clara e detalhada num modelo que os integrasse. Tal sistematização foi recentemente concebida na forma de uma representação (fluxograma) gráfica (SALEH; SALEH, 2010), elaborada a partir da referida coleção.

Dessa forma, desenvolvemos o nosso modelo, apresentado na Figura 1 (Resultados) visando contribuir para o desenvolvimento de uma visão crítica, dos profissionais de educação e demais interessados, sobre a noção de consumo responsável. Acreditamos que ele favoreça a compreensão quanto aos papéis desempenhados pelas empresas, produtos e serviços, permitindo distingui-los e/ou escolhê-los, levando-se em conta os princípios referidos na definição de ECR, bem como nas suas componentes fundamentais. Como desdobramento desse trabalho, procedemos à análise do

caso da empresa Ambev (Companhia de Bebidas das Américas), ainda que sem detalhá-la nesta oportunidade.

Resultados

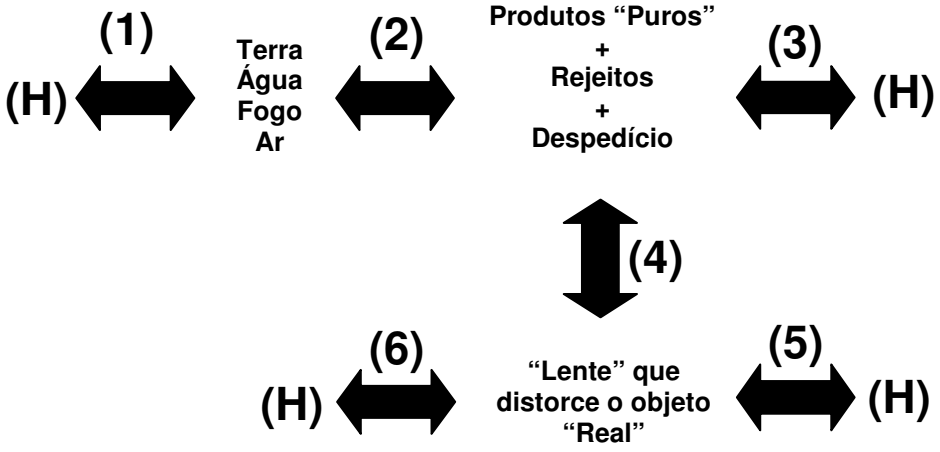


Figura 1 - Fluxograma (ou modelo) que descreve a Educação para o Consumo Responsável.

Os itens do fluxograma acima mencionados consistem no que segue:

(1): O Homem interage com o sistema natural Terra, Fogo (Energia), Água e Ar**.** O sistema bidirecional indica que a ação do homem traz alterações ao sistema natural e gera, no próprio homem, novas sensações, atitudes, pensamentos etc.

(2): Na ação do homem sobre o sistema natural, por meio da tecnologia e conhecimento científico, são gerados Produtos "Puros" (estado ideal em que o que é produzido é totalmente livre de perdas de matéria ou energia)**,** Rejeitos e Desperdício. Esses três elementos não perdem a interação com o sistema natural.

Nos itens **(1)** e **(2)** o aspecto **MEIO AMBIENTE** é considerado.

(3): O homem necessita interagir com esses Produtos "Puros", Rejeitos e Desperdício, entrando em cena o aspecto de sua **SAÚDE E SEGURANÇA**. Por outro lado, o consumidor pode comprar produtos que impliquem risco à sua saúde, como por exemplo, um alimento ou um medicamento. Assim, é fundamental tratar, novamente, dos aspectos relacionados à **SAÚDE E SEGURANÇA** do consumidor, em outras palavras, trata-se do **item (6)** do fluxograma, a que nos referiremos novamente abaixo.

(4): O homem necessita apresentar seus produtos gerados ao consumidor. Para isso, porém, é necessário que haja uma apresentação que seja vendável, por vezes até pouco esclarecedora, do que venha a ser exatamente o produto a ser consumido. Aqui, se apresenta a vertente **PUBLICIDADE**.

(5): O homem produtor e receptor da **PUBLICIDADE** também interage com sua própria criação publicitária e a de outros, inclusive tornando-se o próprio consumidor dela.

(6): O homem representa um consumidor final (em termos didáticos). Há no homem aspectos de natureza ética (suas noções do que é bom e mau) e formulações de leis que regulam a sociedade humana na direção do que é justo. As visões de bem e mal aqui são simplistas, mas fornecem uma noção do necessário neste artigo. Passamos assim a tratar neste caso sobre o tema **DIREITO E ÉTICA**. Além disso, cada passo, de **(1)** a **(6)**, é permeado pelo **DIREITO E PELA ÉTICA** como elementos de análise.

Valendo-nos dos itens acima, analisaremos a situação da Ambev do ponto de vista do "consumo responsável". Para isso tomaremos como parâmetro as características da empresa tal como descrita por Almeida (2007), no caso exemplo **"Ambev – Referência mundial na gestão da água".**

Ações da empresa que valorizam princípios de um consumo responsável

- Estratifica o consumo por área;

- Há padronização corporativa para os itens reaproveitamento e projetos e os funcionários são treinados a fim de seguirem os "Mandamentos da água Ambev" que oferecem diretrizes sobre o uso racional da água;
- A companhia superou performances mundiais no uso da água para cada litro de cerveja e refrigerante;
- A empresa trabalha com dois tipos de água de:
    - processo (preparo das cervejas, refrigerantes, etc);
    - serviços (lavagem de tanques): água de reaproveitamento;
- Economia de água em um ano representou o consumo de um mês de uma população de 250.000 habitantes.

O **item (1)**, que diz respeito à ação do homem sobre o sistema natural, em especial, ÁGUA, está bem representado ao se tomar os elementos supracitados relacionados ao uso racional da água. Podemos inferir (sem comprovação e não avançaremos nesta busca) que melhores práticas em processos e serviços relacionados à água, com uso apropriado de tecnologia, estejam fortemente ligadas a um maior cuidado com a saúde do homem. Desse ponto de vista, os **itens (2) e (3)** também estão bem considerados no que tange a um consumo responsável e, até aqui, é possível emitirmos um parecer positivo à empresa Ambev.

Com respeito a campanhas publicitárias temos o que segue: os anúncios em revista estão de acordo com o Anexo P (vinhos e cervejas) do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária[ii] de 2008 e também com o Código de Defesa do Consumidor (IDEC, 1997); por outro lado, o filme veiculado em televisão para a cerveja Skol, ambientado numa praia, tem entre os figurantes um adolescente, o que é proibido pelo CONAR.

É preciso considerar também que o público jovem é geralmente atraído aos grandes shows patrocinados por várias empresas, entre elas as indústrias que produzem bebidas alcoólicas (INMETRO; IDEC, 2002c). Existe também a situação em que grandes estrelas do esporte são escolhidas como garotos propaganda de marca de cerveja (INMETRO; IDEC, 2002c). Do ponto de vista social e cultural, é no mínimo questionável considerar apropriada esta associação entre esporte e álcool explorada pela publicidade, uma vez que na nossa sociedade o esporte vincula-se a vigor físico e, portanto, à saúde, enquanto o álcool, por mais que esteja vinculado à idéia de prazer, está também indelevelmente associado a danos à saúde, como veremos abaixo.

Para o contexto deste trabalho, nos limitamos a esses aspectos gerais dos anúncios de cerveja em questão, mas a discussão acima, relativa aos **itens (4) e (5)** do fluxograma, permite-nos observar que se não levarmos esses aspectos em conta quando avaliarmos a situação da Ambev não estaremos exercendo a nossa condição de consumidor responsável.

Para finalizar nossas considerações sobre esse caso, devemos tratar da SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR, relativo ao **item (6)**, que avalia as conseqüências de um produto ou serviço, no caso a cerveja, para o bem estar individual e coletivo da sociedade. Podemos avaliar, de maneira geral, que os efeitos nocivos do álcool à saúde da sociedade comprometem quaisquer de seus eventuais efeitos positivos. Deste modo, a tensão entre o fator cultural, de prazer, associado ao consumo do álcool, versus malefícios individuais e coletivos vem se intensificando, sem uma solução final.

Nos dias de hoje o álcool, ao lado do cigarro (ISSA, 2009), tem seus usos e efeitos bastante discutidos pela sociedade. Aos poucos notamos uma maior pressão social para aumentar o controle sobre o consumo de álcool e, ao mesmo tempo, a nossa sociedade convive com um dilema que envolve grandes ganhos econômico-financeiros da indústria de bebidas alcoólicas, especialmente das empresas de cerveja, e grandes prejuízos financeiros ao Estado e, portanto, a todos nós cidadãos pagadores de impostos, no tratamento das conseqüências negativas relacionadas à ingestão abusiva do álcool. Diante disso, vamos destacar aqui alguns aspectos que se referem ao uso dessa substância pela população. Segundo Beatriz Cotrim, pesquisadora do Centro Brasileiro de Informações sobre drogas psicotrópicas, "a cerveja é a bebida que inicia o jovem no alcoolismo". (INMETRO; IDEC, 2002b, p.34).

Há estudos sugerindo que o uso moderado de álcool pode reduzir a incidência de doenças coronarianas, em especial enfartes do miocárdio. Esta redução esta inserida num contexto mais geral de melhorias ou não de indicadores de saúde do organismo do homem, associada ao número de doses diárias: cinco ou mais doses de álcool pode-se verificar o comprometimento do ventrículo esquerdo do coração, o que pode levar à cardiomiopatia dilatada[iii]. Assim, mesmo considerando que o álcool possa trazer alguns benefícios físicos, é muito difícil haver um controle de dosagem de álcool por parte do usuário. Tal dosagem deveria ser realizada com prescrição médica.

Ainda no que se refere ao aspecto **SAÚDE E SEGURANÇA**, podemos avaliar, de maneira geral, que os efeitos nocivos do álcool à saúde da sociedade comprometem quaisquer de seus

eventuais efeitos positivos. Deste modo, a tensão entre o fator cultural, de prazer, associado ao consumo do álcool, versus malefícios individuais e coletivos vem se intensificando, sem uma solução final.

Sobre o modelo apresentado, reconhecemos que estritamente falando, é pouco provável que cheguemos à satisfação plena do conceito de consumo responsável tomando como parâmetro esse modelo. Isto demandaria excluir em definitivo as formas que potencializam um consumo mais descontrolado, comumente aceito e até incentivado pela cultura capitalista em que vivemos. Então, esse modelo perde sua utilidade, já que estaremos sempre diante de uma situação de um consumo responsável improvável (ou impossível)?

Entendemos que uma das contribuições dos resultados aqui apresentados está em abordar a questão do Consumo Responsável dentro de uma escala de medida que permita a coexistência da impossibilidade de um consumo responsável pleno e a possibilidade de algum tipo de consumo responsável. O caso da Ambev se situa neste ponto da escala. No contexto de uma educação que vise um consumo responsável, é enriquecedor localizar o modelo que apresentamos como aquele que permite situar o consumo entre (e não nos) os dois extremos (totalmente responsável ou totalmente não responsável). O veredicto sim ou não perde significado e ganha-se na valorização da riqueza de análises possíveis, tal qual foi nossa condução neste artigo, observando-se os itens **(1)** a **(6)**. Esta é uma condução desejável quando estamos nos referindo à Educação, na qual o fluxo captar→ analisar → interferir →captar etc deve ser contínuo com respeito às informações que se apresentam de forma bastante complexa no mundo ao nosso redor.

Este fluxo representa também a dinâmica desejável no encaminhamento das atividades extensionistas, o que possibilita uma constante ressignificação dos problemas e das estratégias mobilizadas nas intervenções dessa natureza.

Conclusões

Neste artigo discutimos alguns aspectos vinculados ao projeto **Educação para o Consumo Responsável**. Nesse sentido situamos a referida proposta na sequência de projetos extensionistas em que atuamos visando a dois objetivos principais.

O primeiro foi tematizar, a partir da nossa experiência no projeto, a relação entre extensão, ensino e pesquisa, enfatizando a importância de uma extensão e de um ensino permeados pela pesquisa. Dessa forma, consideramos que a extensão apresenta demandas à pesquisa, mas a ação daquela deve ser é norteada pelos achados desta, enquanto o ensino deve se beneficiar desse permanente diálogo (SEVERINO, 2004).

O segundo, derivado do primeiro, foi apresentar resultados do trabalho de pesquisa realizado no seu âmbito, de forma a divulgar um modelo gráfico (e sua aplicação) que dê conta da interrelação entre os diversos aspectos envolvidos na Educação para o Consumo Responsável: meio ambiente, publicidade, saúde e segurança e direito e ética. Com isso visamos contribuir para a abordagem do tema tanto nos espaços formais de educação como nos não formais, ou seja tanto em intervenções de natureza extensionista como de ensino.

O nosso trabalho vai ao encontro do que afirma Severino (2004), para quem, embora o ensino, a pesquisa e a extensão devam estar intrinsecamente interligados na formação universitária, cabe à pesquisa nortear as atividades universitárias; o ensino e a extensão devem dela ser derivadas. Assim, em relação ao ensino, enfatizamos que o projeto em tela permite não só o contato sistemático dos nossos alunos da graduação com a realidade social, mas também o desenvolvimento do espírito de pesquisa visando interferir positivamente nessa realidade, o que certamente contribui significativamente para uma formação muito mais dinâmica e satisfatória em nível de graduação. Toda essa dinâmica aproxima Universidade e comunidade e fornece elementos para formulação de problemas que dizem respeito à futura atuação profissional do acadêmico, o que alarga o universo de temas a serem investigados nos trabalhos universitários e favorece a inter-relação dos três pilares de sustentação da Universidade, conforme defende o autor acima citado.

Referências

BRASIL. S.E.F. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais. Brasília, DF, 1998.

INMETRO; IDEC. **Meio Ambiente e Consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São

Paulo: Idec, 2002a**.**

_____. **Saúde e Segurança do Consumidor**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: Idec, 2002b**.**

_____. **Publicidade e Consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: Idec, 2002c**.**

_____. **Direitos do Consumidor e Ética no consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: Idec, 2002d**.**

SALEH, A. M.; SALEH, P. B. O. **Consumo Responsável**: um além do aspecto ambiental. Aceito para publicação em Educar em Revista.

SALEH, A. M. et al. Descrição de uma experiência em economia familiar. **Revista Conexão UEPG**, Ponta Grossa, PR, v. 1, n. 1, p. 25-29, 2005.

SEVERINO, Antonio Joaquim. A produção do conhecimento na universidade: ensino, pesquisa e extensão. **Educação & Linguagem**, ano 7, n.º 10, p. 9-14, jul./dez. 2004.

ALMEIDA F. **Os desafios da sustentabilidade:** uma ruptura urgente. 3ª ed. São Paulo: Campus, 2007.

IDEC. **Código de Defesa do Consumidor ao seu alcance**. São Paulo: Idec, 1997

ISSA, J. S. Reajuste do preço do cigarro é uma das medidas mais efetivas no combate ao tabagismo. **Radio CBN**, São Paulo, 09 abr. 2009. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-total/2009/03/26/REAJUSTE-DO-PRECO-DO-CIGARRO-E-UMA-DAS-MEDIDAS-MAIS-EFETIVAS-NO-COMBATE-AO-TABAGISMO.htm>. Acesso em: 18 out. 2009.

---

[i] Agradecemos a participação da Profa. Msc. Andresa Liriane Jacobs , da Usina do Conhecimento, neste projeto.

[ii] Veja a Resolução Nº02./08 REF. ANEXO "P" Complementa o Anexo "P" - Cervejas e Vinhos, Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, Conar, 2008. Disponível em: <http://www.conar.org.br/html/codigos/codigos%20e%20anexos_novo_anexoP.htm>.

[iii] De forma mais ampla, pode-se consultar sobre a relação álcool e sistema cardiovascular acessando a página do Centro de Informações sobre Saúde e Álcool. Disponível em: <http://www.cisa.org.br/categoria.html?FhIdCategoria=2d9d8eb9929a6cff3c02572f9b71a240>.