



### **III EREPEG**

## **Retrospectivas e Perspectivas Curriculares para o Ensino de Geografia**

**FEIRA DO TROCA NA ESCOLA: Uma experiência sobre a troca de produtos e o consumo no ambiente escolar.**

**Autor - Darciley Gomes de Oliveira**

*Universidade Federal de Campina Grande - UFCG/CG  
darciley\_gomes@hotmail.com*

**Co-autor (1) - Poliana Maria da Silva Valdevino Esteves**

*Universidade Federal de Campina Grande - UFCG/CG  
poliana.ufcg@gmail.com*

**Co-autor (2) – Maria do Socorro Ramalho**

*Professora Supervisora do PIBID – Raúl Córdula  
socorro.ramalho@yahoo.com.br*

## **Resumo**

Provocar uma reflexão sobre o consumismo exacerbado e suas consequências no meio ambiente, visando principalmente o lucro, é uma questão importante e uma discussão necessária no ambiente escolar. Trata-se de uma maneira prática: Entender a retirada ecológica que cada indivíduo faz ao se apossar dos recursos naturais do planeta visando seus respectivos produtos necessários ou não para a sua sobrevivência, refletir e debater o assunto com questionamentos e criticidade, eis uma tarefa urgente a ser inserida nas práticas pedagógicas.

A Feira do Troca como uma atividade lúdica, divertida, lucrativa, pois não se usa a moeda como pagamento do produto, mas a troca de produtos, traz não apenas aos alunos uma reflexão e mudanças de atitudes, mas também a toda a comunidade escolar, posto que, seria o caso em que o aluno pode aprender a economizar, aproveitar o produto enquanto estiver utilizável, evitar produção do lixo em demasia, e aprender , ensinando, inclusive no seio da família.

**Palavras-chave: Resíduos. Natureza. Sustentabilidade. Reutilização. Economia.**

## ***1.0 – INTRODUÇÃO***

Este trabalho se refere a uma experiência vivenciada na Escola estadual Prof. Raul Córdula, localizada em Campina Grande, Paraíba, no primeiro semestre do ano letivo 2016. Trata-se da Feira do Troca, uma atividade desenvolvida pelos alunos do terceiro ano do ensino médio. Discute a problemática que abrange o espaço urbano através da geração de resíduos sólidos. Uma abordagem de como o consumo exagerado e de forma inconsciente afeta o meio ambiente e reflete diretamente no uso dos recursos naturais.

Para uma melhor compreensão por parte dos estudantes, foi utilizada a exposição teórica dos conceitos que envolvem os patamares da preservação ambiental, sendo no nosso entendimento o primeiro passo a ser dado em uma situação de ensino aprendizagem. Além disso, consideramos a atividade prática importante para que o conhecimento seja visto como realidade e que pode se estender além da sala de aula.

Nesse sentido, trabalhamos a propaganda, paga pelos que produzem os itens de consumo, e que desperta a impressão de que todos necessitam de tais itens e que só seremos felizes se os possuímos, gerando confusão entre necessidade e desejo. Para continuar lucrando com a produção, novos itens são criados e idealizados para serem consumidos, por quem pode e por quem não pode adquiri-los, o que tem por consequência esbanjamento, e desperdício de quem compra e muitas vezes, sofrimento e dívida para quem não pode.

Uma forma de contribuir com a mudança dessa situação é proporcionarmos a nós, à nossa família e aos estudantes, momentos de reflexão sobre nossos hábitos e valores e promover situações de convivência, de interação e de trocas afetivas, sem a presença do consumo. Nesse contexto, ser é mais importante que ter, o tempo é mais importante que o dinheiro e a troca podem ser mais prazerosos que a compra.

## **2.0 – OBJETIVOS**

O presente artigo objetiva a compreensão dos problemas ambientais urbanos causados pelo consumismo e geração de resíduos sólidos, e através disso estimular o consumo consciente para que não haja um esgotamento dos recursos minerais do planeta. Assim como também desenvolver no aluno uma consciência de sustentabilidade, compreender os problemas ambientais urbanos, o consumismo e permitir aos estudantes, a participação como protagonista e principalmente, o exercício de um ser pensante, capaz de tomar decisões em prol do coletivo, ou seja, o bem para todos.

## **3.0 – O COMÉRCIO E SUA EVOLUÇÃO HISTÓRICA**

As atividades relacionadas à economia e ao comércio sempre tiveram papel de ênfase durante a história das cidades e em sua evolução. O próprio comércio tem a sua vertente histórica ligada intrinsecamente à história da humanidade e pode ser identificado como uma forma de interação social e urbana em que as mercadorias são trocadas.

O escambo foi a forma de comércio mais primitiva que foi se desenvolvendo com o tempo que logo após, por intermédio do período colonial, se desenvolveu fazendo com que surgissem as relações comerciais posteriormente intensificando o uso do dinheiro. O comércio surgiu e se desenvolveu no momento em que um excedente da produção começou a surgir. Esse excedente, de forma natural, acabou por desenvolver um posterior sistema de trocas. Desta forma, foi quase inevitável surgir e aperfeiçoar os modos de produção que foram gerados pelas novas técnicas, fazendo com que existisse um significativo aumento de produção e uma atividade comercial aprimorada.

Dentre muitos produtos ofertados podiam ser encontrados de forma mais extensiva os itens alimentícios não perecíveis, indumentárias, ferramentas entre outros, e tais itens encomendados e colocados para serem vendidos de acordo com a necessidade dos clientes.

Tais comércios se encontravam em locais onde havia um maior fluxo de pessoas em circulação e não havia devolução dos artigos vendidos por parte dos clientes.

No início do desenvolvimento do comércio moderno, os produtos eram intercambiados diretamente nos postos de troca, sendo que na época as moedas não tinham a credibilidade financeira para serem universalmente aceitas. Era a fase do escambo. (NOVAES: 2007, p. 1).

Desde então, o comércio se tornou uma forma de aproximar culturas, pessoas, países e povos, fazendo com que hoje existam comércios e empresas de vários setores e tipos. Tais comércios aperfeiçoam-se em satisfazer as vontades dessas culturas e pessoas se organizando por meios de mecanismos e criatividades que interagem entre si de forma mais abrangente possível.

As organizações dessas entidades comerciais são adequadas e aperfeiçoadas cada dia de forma mais intensa. Isso porque o aumento do poder aquisitivo dos consumidores exige cada vez mais qualidade, diversidade, rápida entrega atendimento individualizado e pessoal entre outros.

Todas as inibições, todas as barreiras 'arcaicas' foram eliminadas; nada resta para além da legitimidade consumista, das incitações aos prazeres imediatos, dos hinos à felicidade e à conservação do próprio indivíduo. Conclui-se o primeiro grande ciclo da racionalização e de modernização do consumo: nada resta a abolir, o público está já formado, educado, adaptado ao consumo ilimitado. A era do hiperconsumo começa quando as antigas resistências culturais caem, quando as culturas locais deixam de constituir limites ao gosto pela novidade. (LIPOVETSKY, 2007, p. 111)

As tecnologias que dominam esse mercado fazem com que o futuro do comércio seja cada vez mais promissor e estejam sempre buscando inovações para agradar um público cada vez mais seletivo e exigente. De forma geral, o comércio, assim como o vimos na atualidade, tende a se manter como um elo que entrelaça vários seguimentos até chegar ao consumidor final. Esses seguimentos seriam fidelidade do consumidor, criatividade, diversidade, inovação e qualidade.

#### **4.0 - O CONSUMISMO**

“O consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo nosso sistema cultural.” Baudrillard. Apud. ANDRADE, Priscila da Silva Marx, 2008. O consumo, de certa forma, é a atividade social que está presente em todas as classes. Com o advento da Revolução Industrial, e com a produção em série que geram um aumento da produção onde se passa a existir uma diversidade exagerada de produtos para que o sistema capitalista possa se manter e dar continuidade ao que se chama de desenvolvimento.

Para existir uma grande variedade de produtos é necessário que a retirada ecológica seja compatível à intensidade da quantidade de produtos fabricados para posterior consumo. “As intensas mudanças estruturais de produção, localização, distribuição e consumo ocorridas no capitalismo nas últimas décadas, se confrontam com os modelos rígidos de produção fordista, mas, por sua vez, reproduz a mesma lógica sócio espacial excludente, marca histórica do capitalismo”. Harvey, apud, DINIZ, Lincoln da Silva 2010.

Mas não são todas as camadas da sociedade que acompanham esse ritmo de consumismo, nem os próprios recursos naturais se renovam com a mesma velocidade as quais são retirados. Por isso, é urgente uma reflexão sobre a “pegada ecológica”, tanto individualmente quanto por parte das empresas.

O avanço do capitalismo nos impõe um consumo desenfreado utilizando-se do marketing para alienação da população, por intermédio da mídia apelativa, para manter o sistema capitalista e o domínio global. “Enquanto a sociedade dos nossos antecessores era uma sociedade de produtores, a nossa sociedade é uma sociedade de consumo”. Bauman, apud, ANDRADE, Priscila da Silva Marx, 2008. Para ocorrer uma modificação dessa realidade faz-se necessário que haja a educação do consumo para que se possa respeitar o ciclo natural dos recursos do planeta terra. Uma vez que as renovações desses recursos ocorrem em escala geológica milenar. Pois se faz necessário que outras gerações se utilizem dos mesmos recursos e com a retirada desordenada não se torna possível que outras gerações futuras os utilizem. Sendo assim, é interessante que a sociedade seja mais produtora do que consumidora.

Através do desenvolvimento capitalista que nos impõe um consumo desenfreado utilizando-se do marketing para alienação da população, por intermédio da mídia apelativa, para manter o sistema capitalista e o domínio global. “Enquanto a sociedade dos nossos antecessores era uma sociedade de produtores, a nossa sociedade é uma sociedade de consumo”. Bauman, apud, ANDRADE, Priscila da Silva Marx, 2008. Para ocorrer uma modificação dessa realidade faz-se necessário que haja a educação do consumo para que se possa respeitar o ciclo natural dos recursos do planeta terra. Uma vez que as renovações desses recursos ocorrem em escala geológica milenar. Pois se faz necessário que outras gerações se utilizem dos mesmos recursos e com a retirada desordenada não se torna possível que outras gerações futuras os utilizem. Sendo assim, é interessante que a sociedade seja mais produtora do que consumidora.

### ***5.0 - A FEIRA COMO INSTRUMENTO ATIVO NA SOCIEDADE***

A feira é um elemento que está presente na sociedade desde a antiguidade, nasceu da necessidade de trocar o excedente por outros produtos para atender as necessidades de outras mercadorias. “Nas primeiras experiências as feiras centravam as trocas no escambo, ou seja, trocava-se um produto por outro produto, sem a mediação de nenhuma moeda”. ORTIGOZA, 2013. As feiras começam com esse objetivo e mais tarde se torna um dos principais comércios se adaptando ao capitalismo.

Se a feira parte do princípio da solidariedade, uma vez que trocar produtos para o próprio benefício e também a benefícios de outros, as atuais feiras solidárias que chegam agora com uma roupagem de inovação, é apenas um resgate da ideia principal da feira para tornar efetiva a inserção da solidariedade na sociedade, uma luta que deve levar um bom tempo para engrenar em um contexto capitalista e consumista no qual se insere a sociedade.

“A Feira, ao sedimentar profundas experiências nas relações de troca, pode ser compreendida como uma referência no processo de aprendizagem para novas modalidades comerciais que vão surgindo no tempo e no espaço”. ORTIGOZA, 2013. Diante do problema

de geração dos resíduos sólidos e da utilização exagerada dos recursos naturais, é urgente que se pense em uma forma de consumir de forma mais consciente para que não haja o esgotamento total dos recursos do planeta Terra. O consumismo de forma exagerada gera um desequilíbrio gigantesco no ecossistema, pois para consumir em grande quantidade é necessário que se produza muito que pode causar o esgotamento dos recursos naturais e minerais.

Para isso a feira como instrumento pedagógico, traz à escola uma reflexão e uma prática para o aluno e também para todo o corpo da escola e até mesmo a família dos estudantes, pois a educação sendo um conjunto da escola e da família engloba toda a sociedade. “Se as feiras são estratégias que possibilitam o trabalho, a criatividade e a aprendizagem, elas não poderiam a representar um caminho de transformações nas trocas?” ORTIGOZA, 2013. Para a autora a feira é um ambiente pedagógico. “Isso ocorre porque a feira sempre apresenta aos seus visitantes e consumidores um aspecto do inesperado, do espontâneo, do criativo, do incomum.” ORTIGOZA, 2013. Por isso a feira é pedagógica e é através dessa abordagem pedagógica que ela entra na escola com a finalidade de ser uma atividade de ensino aprendizagem. Para um melhor resultado no processo educacional, a experiência prática é a melhor forma de efetivamente amarrar conceitos trabalhados na sala de aula, pois os conceitos que antes vem para abrir uma reflexão sobre um assunto devem imediatamente se juntar a uma prática a fim de que o aluno possa compreender e modificar sua realidade.

## ***6.0 – CONSIDERAÇÕES FINAIS - A EXPERIÊNCIA DE TROCAS NAS ESCOLAS***

Para um melhor resultado no processo educacional, a experiência prática é a melhor forma de efetivamente amarrar conceitos trabalhados na sala de aula, pois os conceitos que antes vem para abrir uma reflexão sobre um assunto devem imediatamente se juntar a uma prática a fim de que o aluno possa compreender e modificar sua realidade.

Como resultado desse trabalho sobre os problemas ambientais urbanos que foi desenvolvido em sala de aula dos terceiros anos diurnos da escola Raul Córdula em Campina Grande - PB, foi realizada uma “Feira do Troca” na mostra pedagógica. A feira teve como objetivo mostrar aos demais estudantes e aos visitantes que existem possibilidades de consumir de forma mais consciente para diminuir a “pegada ecológica” individual que cada sujeito tem de apossar-se para suprir sua necessidade. Trata de maneira objetiva de absorver o conhecimento de que o consumismo desencadeia um desequilíbrio em todo o Geossistema.

Para a realização da Feira do Troca, logo após trabalhados os conceitos foi feito o planejamento para realização da feira, decisão do que poderia ser trocado, as pessoas que se envolveriam e divulgação em torno de todo o corpo da escola: discente, docente, funcionários e pais.

“Ora, se é possível estabelecer e criar relações amplamente capitalistas, também é possível criar mecanismos para despertar novos rituais e nova moral que tenham como conteúdo relações solidárias. Esse conjunto de novas possibilidades se apresenta nas brechas residuais deixadas pelo próprio capitalismo. Um grande esforço é transformar essas virtualidades em novas práticas sociais.” ORTIGOZA, 2013.

A Feira do Troca é amplamente solidária com a natureza e com a sociedade, ambas se beneficiam com tal atividade e nesse sentido é preciso alternativas práticas no ambiente escolar para respaldar a teoria. Na experiência que foi executada na escola Raul Córdula em Campina Grande - PB, foi visivelmente percebida a reflexão que o assunto trouxe a toda a comunidade participante, foi notório também a falta de informação que a população em geral tem sobre os malefícios do consumo exagerado.

## 7.0 – ANEXO



**Figura 1.** Panfletos de divulgação.

**Fonte:** ESTEVES, Poliana



**Figura 2.** Divulgação na Escola

**Fonte:** OLIVEIRA, Darciley



**Figura 3.** Cenário da Feira do Troca.

**Fonte:** RAMALHO, Socorro



**Figura 4.** Culminância da Feira do Troca

**Fonte:** RAMALHO, Socorro

## **8.0 – REFERÊNCIAS**

ANDRADE, Priscila da Silva Marx. **A veloz obsolescência dos aparelhos celulares:** o que pensam e sentem jovens usuários desta tecnologia. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. 2008.

DINIZ, Lincoln da Silva. **Espaços e Formas comerciais Modernas em Periferias Urbanas:** uma análise a partir das ações de empresas multinacionais em Campina Grande/PB. 2010

ORTIGOZA, Aparecida Guarniere. **Desfazendo os Nós do Capital:** ação social e economia solidária. Bauru, São Paulo, Canal 6, 2013. pag. 31-64

BRYTO, Klênir Klenir Costa; SOUZA, Andressa Silva; PAIVA, Débora Maciel; GOMES, Fabrício Noura; MORAIS, Judith Monteiro; SILVA, Nalrilene Texeira. **Evolução histórica do comércio: passado, presente e futuro do diversificado comércio.** Amazônia em Foco, Castanhal, v. 1., n.1, p. 80-98, jul./dez., 2012

SANTOS, Denis Cordeiro; SILVA, Jamile Miranda; SANTOS, Aline Reis. **Logística reversa na perspectiva do comércio eletrônico: necessidades e demandas dos consumidores do Estado da Bahia.**

CASTRO, David Jean Braga. **O consumidor da nova era.** ETIC. Encontro de iniciação científica, 2014. ISSN 2-76-8498.