

## PROJETO DE AÇÃO 01/2019

### 1 IDENTIFICAÇÃO

Nome do projeto	DIA DE PENSAR NA SOCIEDADE DE CONSUMO – 4ª Edição
Realização	Escola Estadual de Defesa do Consumidor (EEDC) / Procon-MG
Apoio	Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais (SEE/MG) Sindicato das Escolas Particulares do Estado de Minas Gerais (SINEP/MG)
Perfil do público-alvo	Estudantes do Ensino Médio (15 a 18 anos)
Atendimento	Entre 50 e 70 adolescentes
Número de edições	A definir
Locais de realização das ações educacionais em 2019	A definir
Duração de cada ação educacional	1h40 (adaptável de acordo com a escola interessada)
Horário de realização da ação educacional	Das 9h50 às 11h30 (Turno da manhã), ou das 15h50 às 17h30 (Turno da tarde). Caso a escola tenha interesse, pode ser analisada a disponibilidade da Divisão de Educação para o Consumo em executar a ação educacional em outro horário
Responsáveis	Rhilmer Reis Dias, servidor do Procon-MG, e representante(s) das escolas públicas onde as ações educacionais serão realizadas
Contato	eedc@mpmg.mp.br (31)3250-4695/(31)3250-4696
Datas	A definir

### 2 APRESENTAÇÃO

A Escola Estadual de Defesa do Consumidor (EEDC) - criada, em 2012, no âmbito do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), pela resolução conjunta da PGJ nº1, de

1º de fevereiro de 2012 - tem como uma de suas competências promover a educação e a formação de consumidores e fornecedores quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

Para tanto, a EEDC - pautada nos princípios da Política Nacional de Relações de Consumo (Lei 8078/1990, CDC, Art. 4º), na garantia de que o Estado promoverá a educação do consumidor (CF, art. 5º, XXXII) e no direito à educação e à informação (CF, arts.205, 220 e 227; CDC, arts. 6º, incisos II e III, 8º, 9º, 31, 33 e 36 do Código de Defesa do Consumidor) - diligencia-se para estender a distintos segmentos da sociedade, em todo estado de Minas Gerais, a abrangência de suas ações educacionais.

Assim, a EEDC propõe que, em 2019, o projeto **Dia de Pensar na Sociedade de Consumo** permaneça voltado para os adolescentes das escolas públicas de Belo Horizonte, possibilitando a esse público reconhecer o papel persuasivo da publicidade, ser capaz de agir – consciente e responsavelmente - ao estabelecer suas relações de consumo e, ainda, adotar atitudes significativas para promover a sustentabilidade no meio em que vive.

### 3 JUSTIFICATIVA

O cotidiano de todos nós é permeado por diversas relações de consumo. Na adolescência, essas relações, que resultam em aquisição de bens materiais/imateriais ou na contratação de serviços, recebem novo significado ao proporcionarem o ingresso a um grupo e uma identidade social.

Torna-se, portanto, premente uma abordagem de temas extraídos dessa realidade - tais como a influência da publicidade na construção de desejos e “necessidades”, as consequências de um consumismo desenfreado e os cuidados na escolha e aquisição de produtos ou contratação de serviços, para que, por meio de reflexões sobre valores, hábitos e comportamentos, os adolescentes pensem mudanças benéficas para si, para o mercado de consumo e para a sociedade.

### 4 OBJETIVOS

#### 4.1 OBJETIVO GERAL

- Despertar nos adolescentes o interesse pelos direitos e deveres dos consumidores.

#### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular a capacidade de os estudantes analisarem e compreenderem a complexidade da sociedade de consumo;
- investigar os conhecimentos prévios que os adolescentes possuem sobre as práticas de consumo;
- apresentar aspectos relacionados à publicidade e aos apelos de consumo impostos por ela;
- sensibilizar os adolescentes sobre a necessidade de se ter uma postura mais investigativa, reflexiva, crítica e atuante nas relações de consumo;
- informar os adolescentes sobre o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8078/90) e as formas de se prevenir/proteger de práticas infrativas no dia a dia deles;
- abordar aspectos da sustentabilidade nas relações de consumo.

## **5 ASSUNTOS A SEREM TRABALHADOS NA AÇÃO**

- Cenário atual da sociedade de consumo.
- O impacto da publicidade na vida das pessoas e, especialmente, na dos adolescentes.
- O Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8.078/90).
- Formas de os adolescentes se prevenirem/protegerem das práticas infrativas no mercado de consumo.
- Sustentabilidade.

## **6 ATIVIDADES**

### **6.1 ANTES DO EVENTO**

- Checar todo conteúdo didático a ser apresentado e, caso seja necessário, fazer alterações/adaptações (responsável: EEDC);
- contatar a/o responsável pela ação na escola inscrita a fim de checar a disponibilidade do local e dos equipamentos (responsável: EEDC);
- enviar ao responsável da escola inscrita as apresentações a serem exibidas durante a ação e pedir a ele que teste a exibição delas nos equipamentos da escola (responsável: EEDC);
- elaborar lista de presença dos participantes e formulário de avaliação (responsável: EEDC);

- separar material a ser entregue à direção da escola para compor acervo da biblioteca (responsável: EEDC);
- checar local e equipamentos (responsável: escola inscrita);
- responder ao *e-mail* encaminhado pela EEDC confirmando data e horário da ação (responsável: escola inscrita);
- testar exibição das apresentações com antecedência (responsável: escola inscrita);
- preparar, com antecedência, o local no qual será realizada a ação (responsável: escola inscrita).

## 6.2 DURANTE O EVENTO

- Colher assinatura em lista de presença com espaço para registro do e-mail (responsável: EEDC);
- exposição (powerpoint/prezi): O adolescente e os apelos consumistas (responsável: EEDC);
- bate-papo (powerpoint/prezi): Os direitos e os deveres do adolescente consumidor, esclarecimento de dúvidas (responsável: EEDC);
- exibição: vídeo sobre sustentabilidade (responsável: EEDC)
- distribuição do formulário de avaliação para estudantes e educadores presentes no evento (responsável: EEDC).

OBS: ao longo do projeto, podem ser acrescentados assuntos para enriquecimento da ação educacional.

## 6.3 APÓS O EVENTO

- Compilação dos dados sobre o evento e elaboração de relatório (responsável: EEDC);
- avaliação da ação, de acordo com critérios pré-estabelecidos;
- relatório sobre o transcorrer da ação;
- elaboração de *release* para divulgação dos dados do evento em mídias sociais (Jornalismo).
- agradecimento, via e-mail, ao palestrante de cada ação educacional.

## 7. CRITÉRIOS AVALIATIVOS - PROJETO

- Envolvimento e comprometimento da instituição de ensino;
- pontualidade na execução das atividades relativas ao projeto;
- adequação do local de realização e dos recursos utilizados na exposição dos temas propostos;
- pertinência das questões abordadas pelo palestrante;
- recursos utilizados na exposição dos assuntos propostos;
- receptividade do público e interesse dele pelos assuntos apresentados;

## 7 PROGRAMAÇÃO (RESPONSABILIDADE EEDC)

HORÁRIOS	ATIVIDADE
09:50 / 15:50	Saudação e apresentação
09:55 / 15:55	Sensibilização: O adolescente e os apelos consumistas
10:15 / 16:15	Bate-papo sobre o Código de Defesa do Consumidor e os direitos e os deveres do adolescente Consumidor Esclarecimento de dúvidas
11:15 / 17:15	Exibição de vídeo sobre Sustentabilidade
11:20 / 17:20	Formulário de Avaliação
11:30 / 17:30	Encerramento

Observação: Programação e metodologia serão semelhantes em todas as escolas.

## 8 RECURSOS DIDÁTICOS

- Apresentações em *powerpoint/prezi*;
- Código de Defesa do Consumidor (CDC);
- Músicas e vídeo;
- Aparelhagem de som: microfone e caixa de som;
- Multimídia: *notebook, datashow e internet*.

## 9 CRONOGRAMA DAS AÇÕES DO PROJETO

CRONOGRAMA DAS AÇÕES		
Nº	PROVIDÊNCIAS	PRAZO
1.	Encaminhamento de <i>e-mail</i> à Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais e ao Sindicato de Escolas Particulares de Minas Gerais para repasse às escolas de Belo Horizonte	-
2.	Divulgação do projeto pela SEE/MG, SINEP/MG e pelas mídias interna e externa do MPMG	-
3.	Encaminhamento de lista das escolas em Belo Horizonte interessadas em receber o projeto	-
4.	Publicação de cada ação educacional na página do Procon-MG	10 dias antes da realização de cada ação educacional, se for o caso
5.	Execução da ação educacional	A depender da demanda
6.	Avaliação do projeto	Semana seguinte à execução do projeto nas escolas

## 10 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 29 Jan. 2017.

BRASIL. Lei nº. 8.078 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 12 de outubro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 29 Jan. 2017.

PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS/ PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR (PROCON-MG). Cria, na estrutura do Procon-MG, a Escola Estadual de Defesa do Consumidor, dispõe sobre suas atribuições e dá outras providências. Resolução Conjunta

PGJ Procon Estadual Nº 1, de 1º de fevereiro de 2012. Disponível em: <  
<http://ws.mpmg.mp.br/biblio/informa/030216896.htm>>. Acesso em: 29 Jan. 2017.

Elaboração: Cláudia Patrícia S. Rodrigues Raposeiras, Rhilmer Reis e Jacqueline Rodrigues Araújo

Belo Horizonte, 28/02/2019

À DIVEC:

Aprovo o presente projeto e autorizo a adoção das medidas para sua concretização.



---

Amauri Artimos da Matta  
Promotor de Justiça  
Coordenador do Procon-MG