



Instituto de Nutrição  
UERJ



Curso de  
formação:

Cinema e  
Comensalidade  
na Escola

Apoio financeiro:





Curso de formação

Temática



# Consumo Alimentar como Problema Complexo

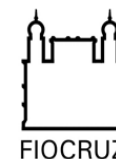
Reflexões conceituais e proposição de educação alimentar e nutricional em escolas a partir do cinema

Apoio financeiro:





## Parceiros



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



REDE NAUS

Rede Ibero Americana de Pesquisa Qualitativa em Alimentação e Sociedade

Apoio financeiro:



# Consumo Alimentar como Problema Complexo

Reflexões conceituais e proposição de educação alimentar e nutricional em escolas a partir do cinema



**Colégio Estadual  
Doutor Feliciano Sodré**

## Curso de formação “Cinema e Comensalidade na Escola”

São Pedro da Aldeia, 05 de setembro de 2018

Apoio financeiro:



# Curso de formação “Cinema e Comensalidade na Escola”

## Programa

- Abertura
- Apresentação do Projeto  
“Cinema e Comensalidade na Escola”
- O cinema
- A comensalidade
- O desperdício de comida na sociedade de consumo
- Encerramento



**Colégio Estadual  
Doutor Feliciano Sodré**

# **Curso de formação “Cinema e Comensalidade na Escola”**

## **Equipe de docentes e pesquisadores**

Shirley Donizete Prado

Francisco Romão Ferreira

Daniela Neiva Barcellos

Gustavo Bastos Monteiro

Ronaldo Gonçalves Oliveira

# Sociedade da produção

## Produção para subsistência



# Sociedade da produção

## Produção para subsistência

### Modernidade sólida

- Sociedade de produtores
- **Trabalho** e as **necessidades** como chaves do ordenamento social
- Orientação para
  - Segurança
  - Solidez
  - Plano de longo prazo
  - Futuro seguro
  - Permanência
  - Prudência
  - Estabilidade
  - Projetos de longo prazo
  - Felicidade ligada à tranquilidade, ao pacificado



Zygmunt Bauman



# Sociedade da consumo Produção para venda



# Sociedade da consumo

## Produção para venda

### Modernidade líquida

- Sociedade de consumo
- Revolução consumista
- **Desejos** e **consumo** ocupando a centralidade da vida
  - Anseios e vontades do indivíduo sempre crescentes em intensidades e quantidades
  - Não se trata de suprir os desejos e, sim, de ter mais e mais desejos
  - Insaciabilidade de desejos
  - Felicidade ligada ao momento, ao consumo fragmentado
- Consumir como o propósito da existência
- Projetos de vida de longo prazo deixam de fazer sentido
- Para os consumidores, o cenário é inóspito para planejamentos, investimentos e armazenamentos de longo prazo



Zygmunt Bauman

# Sociedade da consumo Alimentos



# Sociedade da consumo

## Consumo alimentar

Saúde

- Envelhecimento
- Doenças Crônicas Não Transmissíveis
- Obesidade
- Riscos de adoecer
- Prevenção de doenças

# BOA FORMA

DATA: edição BOA FORMA para 2012



máquinas superpoderosas para acabar com a GORDURA LOCALIZADA, FLACIDEZ E CELULITE

Emagreça comendo arroz e feijão todo dia

A aula fácil de pilates em casa para chapar a barriga

livre-se da insônia esta noite

como reprogramar o seu pensamento para perder peso

PARA UMA MEIA MARATONA EM APENAS 3 SEMANAS!

O PRAZER DE SER HOMEM

# Men's Health

3,50€ NOVEMBRO 2014

A A RIGA Z!

12 PLANOS DE TREINO GRÁTIS!

is  
GIA  
MA DIFERENÇA

UDÁ-LO!  
ÃO ENGORDE

STRESS

EXO!  
HERES E DESPORTO  
cas de sedução testadas



DESAFIO DE VERÃO

-10kg e corpo novo

ATÉ DEZEMBRO (e concorra a 4 viagens de navio!)

www.boaforma.com.br



# Sociedade da consumo

## Consumo alimentar

Cultura

- Comida
  - Alimento simbolizado
  - Mediadora de relações sociais



**ULTIMATE  
NUTRITION®**



**OPTIMUM  
NUTRITION**



**Athetica®  
NUTRITION**



**NUTRITION  
SUPPLEMENTO**







# **HULK NUTRITION**

**SUPLEMENTOS ALIMENTARES**

# ANIMAL PAK

44-PACKS



# UNIVERSAL



# Sociedade da consumo

## Consumo alimentar

Cultura

- Corpo
  - Rijo
  - Magro

APENAS **R\$ 1,99** BOLINHA DE PRAZER A  
 Abril Edição 279 • 22 de março de 2012 • WWW.SOU  
 mais eu

**CALCINHAS ANTIMICO** Seu bumbum nunca mais ficará em "V"  
 Edição 405 • 8 de janeiro de 2015 • WWW.SOU MAIS SEU.COM

escreveram errado no anúncio!"

**SOU**  
**mais eu**



**PERDI 33 kg COM A CÁPSULA QUE TIRA A FOME E A ANSIEDADE**

**É FÁCIL**  
 Carteira velha vira bolsa linda em 20 minutos

"FIZ UMA PROGRESSIVA PA



**"Perdi 30 cm de barriga com a água de limão e colágeno!"**

**DESPEDIDA EMOCIONANTE**  
 "Nossa cachorrinha velou minha mãe por 11 horas"

**CHÁ ALUCINÓGENO?**  
 "Tomo Santo Daime para clarear a minha mente"



**Lisa sem sofrer!**  
 "A nova progressiva sem cheiro, fica pronta em 30 minutos"



**FIQUEU TANQUINHO SEM FAZER LIPO!**

**O cupido tarda, mas não falha**  
 "Peguei o buquê de noiva e casei aos 71 anos"



**Sem fome na praia**  
 Pães de forno recheados e outras delícias

**GANHE até R\$ 1.000**

**Foi mais forte que a tragédia**  
 "Superei um tiro no rosto e voltei a ser modelo"



**"Faturei R\$ 2.500 com lembrancinhas de papel"**



**FOLIA SILENCIOSA**  
 "Passo o Carnaval sem falar uma palavra pra evoluir espiritualmente"

**Cortina de pompons**  
 "Com R\$ 10 você dá um tchans na casa!"



**Plástica na bochecha**  
 "Fiquei com cara de magra para sempre!"

**MEU FILHO, MEUS OLHOS**

"Sou cega, mas o Pedrinho me ajuda a enxergar o mundo!"

**CA DO DESTINO...**  
 viver com 6 homens errados, descobri que o 1º marido é o meu grande amor"



# Sociedade da consumo

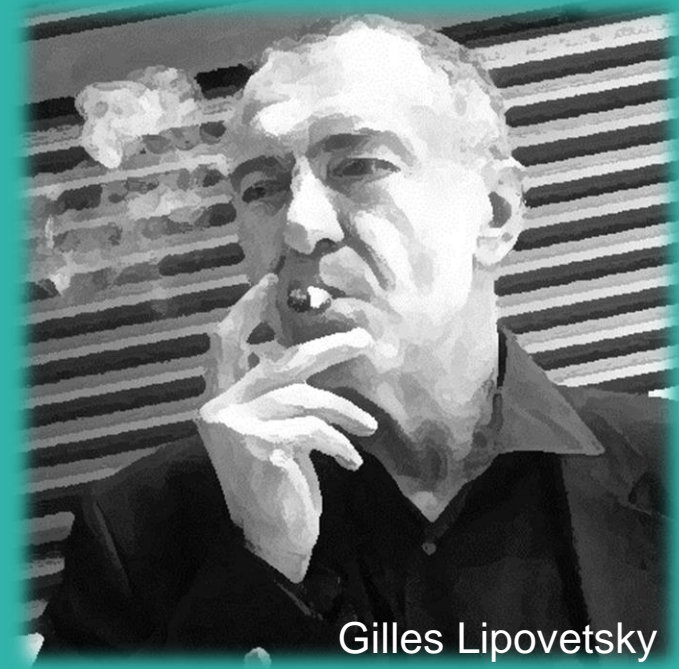
## Consumo alimentar

- Individualização
- Publicidade
- Produção de riquezas
  - Agro-indústria
  - Redes de distribuição de alimentos

# Hipermodernidade

## Produção – Publicidade – Consumo

- Globalização como cultura do excesso
- Tempo acelerado e comprimido
- Hipernarcisismo
- Hiperexposição
- Hipercontrole
- Hiperconsumo
- Hipervalorização do novo



Gilles Lipovetsky

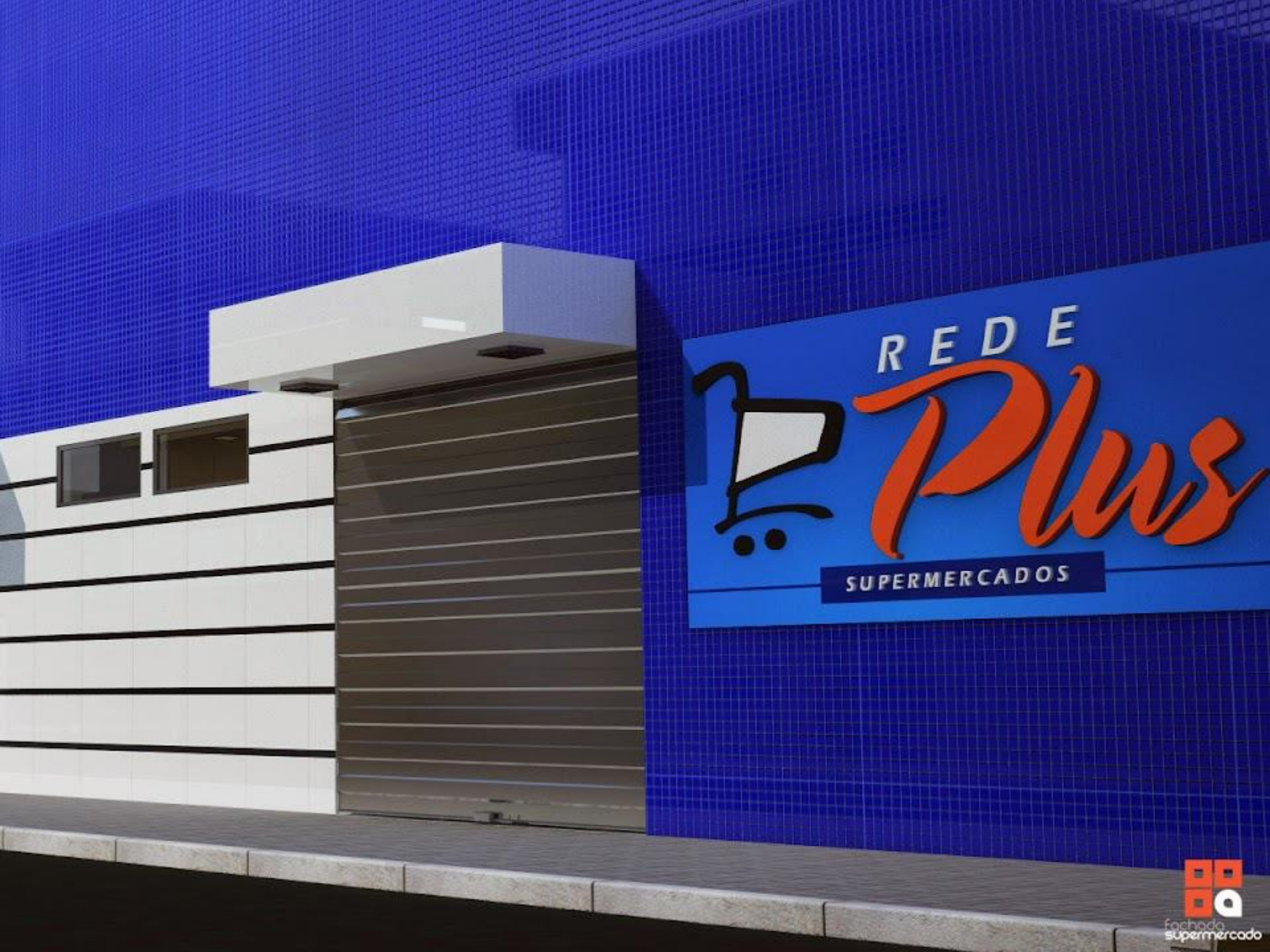


# CONTINENTE



extra





REDE  
**Plus**  
SUPERMERCADOS









Profita acum!

3.95 4.95 8.45 5.00 5.65 5.13 5.65 5.13

6.95 5.95 5.95 9.95 5.15 9.80

7.95 11.95 60.95 10.95 10.95 5.35

15.95 3.95 11.95 11.95 2.95 4.95









Hoje, compramos quase todos ou todos os alimentos em supermercados, lojas e restaurantes.

Somos o que Claude Fischler denomina *consumidores puros*, sem qualquer contato com as origens daquilo que comemos; não sabemos como foram produzidos os alimentos; não sabemos de onde vem o que comemos, se de alguma cidade próxima ou do outro lado do mundo; não sabemos como foi transportada; não sabemos quais processos de industrialização foram realizados para que o produto fosse disponibilizado para comercialização.

Apenas compramos. Não temos vínculos com a produção da nossa comida. Apenas consumimos e não sabemos o que comemos.



www.applebeer.com

FACTS

Total Fat	0g
Sodium	0mg
Total Sugar	12g
Total Protein	0g
Total Caffeine	0mg
Total Alcohol	0g
Total Preservatives	0g
Total Cane Sugar	12g
Total Apples	12g



THE SOFT DRINK WITH A HEAD

ALL NATURAL.



HAPPY BIRTHDAY, PLAYBOY.













# Modernidade Líquida

“A modernidade líquida é uma civilização do excesso, da superfluidade, do refugo e da sua remoção”.

Manter-se atualizado, não ser redundante, é o único modo de se manter afastado do caminho para o lixo



# Modernidade Líquida

Não há dois lixos iguais. Cada lixo é produzido de forma diferente: não é refugio da vida, refugio do consumo, é produção.

Lixo é o excesso do objeto de desejo, é quando o desejo não precisa mais daquilo que sobra.

O lixo é aquilo que ficou obsoleto, que foi ultrapassado, que se tornou inútil, feio e enjoativo.



# Modernidade Líquida

A sociedade de consumo tem em seu bojo uma cultura do lixo, cultura essa que não atinge somente os objetos consumidos, mas também o processo de produção, cada vez mais ligado com a descartabilidade e com a novidade.

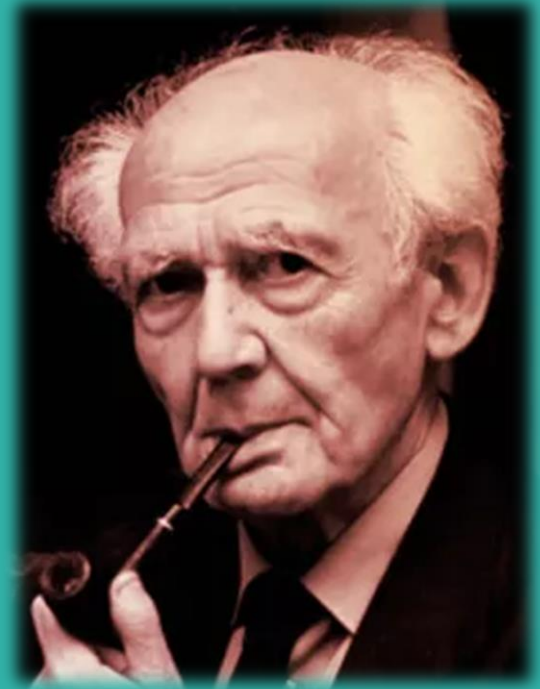


# Modernidade Líquida

Além dos objetos de consumo como alimentos ou tecnologia, os humanos também se tornaram lixo.

Por um lado, porque são mercadoria e, sendo assim, passíveis de serem consumidos: o músico, o amante, são todos prestadores de serviço que podem ser “demitidos” a qualquer momento.

Por outro lado, há o lixo humano, o refugo, as sobras da globalização, os marginais do processo de construção da ordem e os excedentes populacionais não-empregáveis.





O desperdício de comida e a sociedade do consumo



Instituto de Nutrição  
UERJ



Curso de  
formação:

