



Curso de
formação:



Apoio financeiro:





Curso de formação

Temática



Consumo Alimentar como Problema Complexo

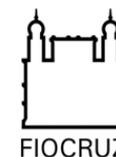
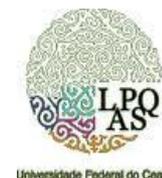
Reflexões conceituais e proposição de educação alimentar e nutricional em escolas a partir do cinema

Apoio financeiro:





Parceiros



Apoio financeiro:



Consumo Alimentar como Problema Complexo

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

Curso de formação “Cinema e Comensalidade na Escola”

Valença, 14 de outubro de 2018

Apoio financeiro:



CEFET Valença

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

CEFET Valença

Curso de formação “Cinema e Comensalidade na Escola”

Equipe de docentes e pesquisadores

Shirley Donizete Prado

Francisco Romão Ferreira

Eliane Portes Vargas

Jeimis Nogueira de Castro

Daniela Neiva Barcellos

Gustavo Bastos Monteiro

Ronaldo Gonçalves Oliveira

Sociedade da produção

Produção para subsistência

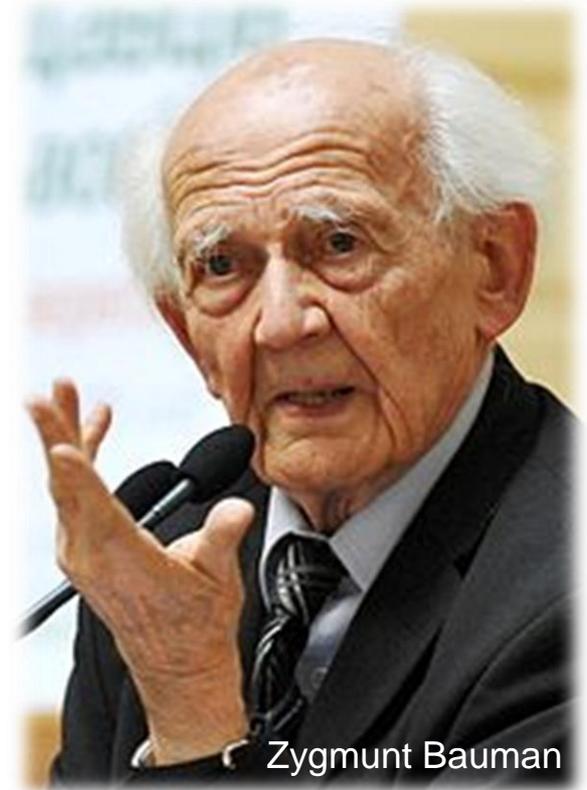


Sociedade da produção

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

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\$ 2,50

“Comprei o celular por R\$ 1 porque escreveram errado no anúncio!”

Edição 430 • 12 de fevereiro de 2015 • WWW.SOUMAISEM.COM

SOU mais EU!



“Perdi
30 kg com
a cápsula
de clorella”

Ela secou pra curtir
a Sapucaí magrinha!



GANHE
ATE
R\$ 1.000
COM A SUA HISTÓRIA

DELÍCIAS 2 EM 1
Escondidinho de hot dog,
torta bolo de rolo...

... A FORÇA DO DESTINO...
“Após viver com 6 homens errados, descobri
que meu 1º marido é o meu grande amor”



“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!”

Sociedade da consumo

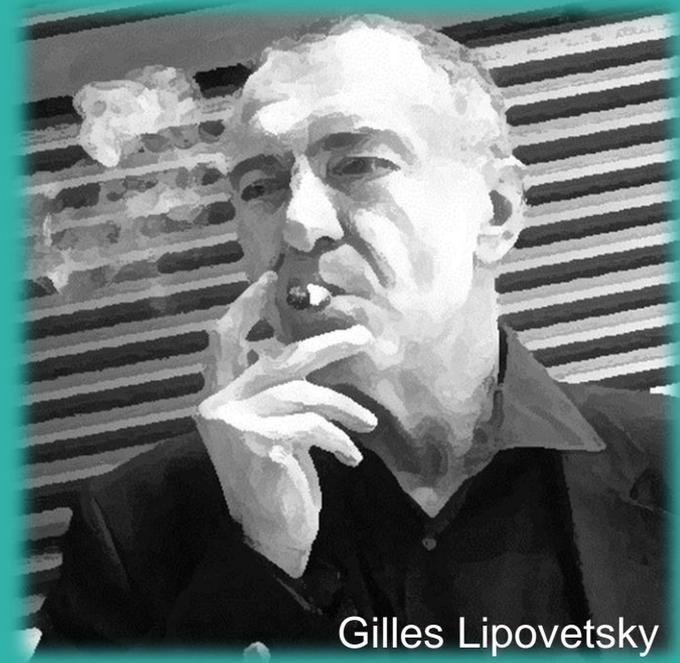
Consumo alimentar

- 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

9.80 5.15 9.80

7.50 11.00 60.00 10.00 10.00 10.00 5.35

15.00 3.00 3.00 11.65 2.95 4.00 2.95

123RF







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

ALL NATURAL



Apple Beer

*No Preservatives
Made with Pure Cane Sugar
Caffeine-Free, Alcohol-Free*

12 FL. OZ.

THE SOFT DRINK WITH A HEAD

| NUTRITIONAL FACTS | |
|-------------------------|-----|
| Per 12 fl. oz. (355 mL) | |
| Total Sugar | 28g |
| Total Fructose | 28g |
| Total Carbohydrate | 28g |
| Total Fat | 0g |
| Total Protein | 0g |
| Total Sodium | 0g |
| Total Calcium | 0g |
| Total Iron | 0g |
| Total Vitamin C | 0g |
| Total Vitamin E | 0g |
| Total Vitamin K | 0g |
| Total Vitamin B1 | 0g |
| Total Vitamin B2 | 0g |
| Total Vitamin B3 | 0g |
| Total Vitamin B6 | 0g |
| Total Vitamin B12 | 0g |
| Total Folate | 0g |
| Total Potassium | 0g |
| Total Magnesium | 0g |
| Total Phosphorus | 0g |
| Total Zinc | 0g |
| Total Selenium | 0g |
| Total Manganese | 0g |
| Total Copper | 0g |
| Total Molybdenum | 0g |
| Total Chlorine | 0g |
| Total Fluorine | 0g |
| Total Iodine | 0g |
| Total Boron | 0g |
| Total Silicon | 0g |
| Total Sulfur | 0g |
| Total Nitrogen | 0g |
| Total Oxygen | 0g |
| Total Hydrogen | 0g |

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

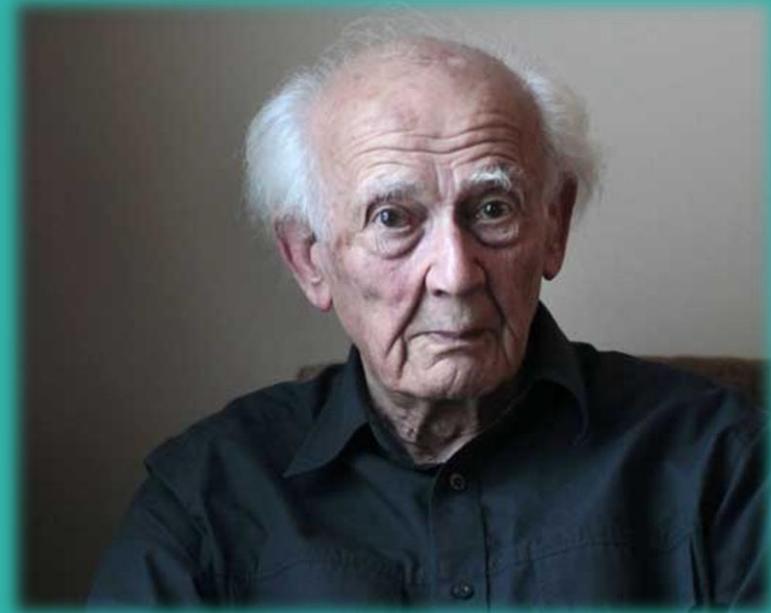


Modernidade Líquida

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.

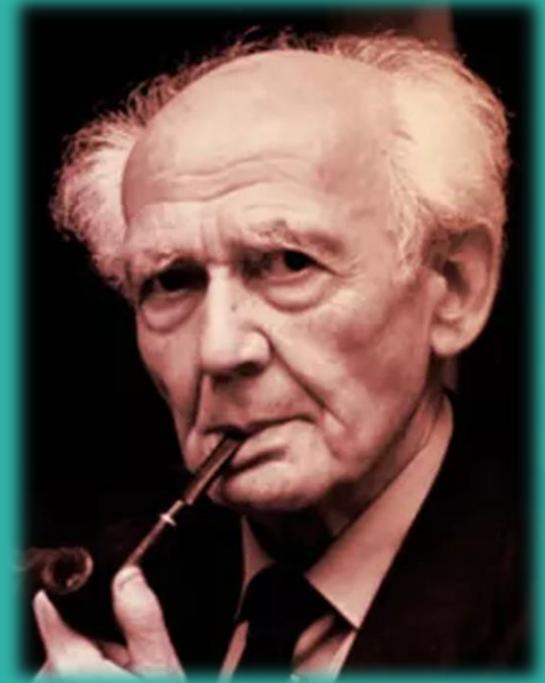


Modernidade Líquida

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

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



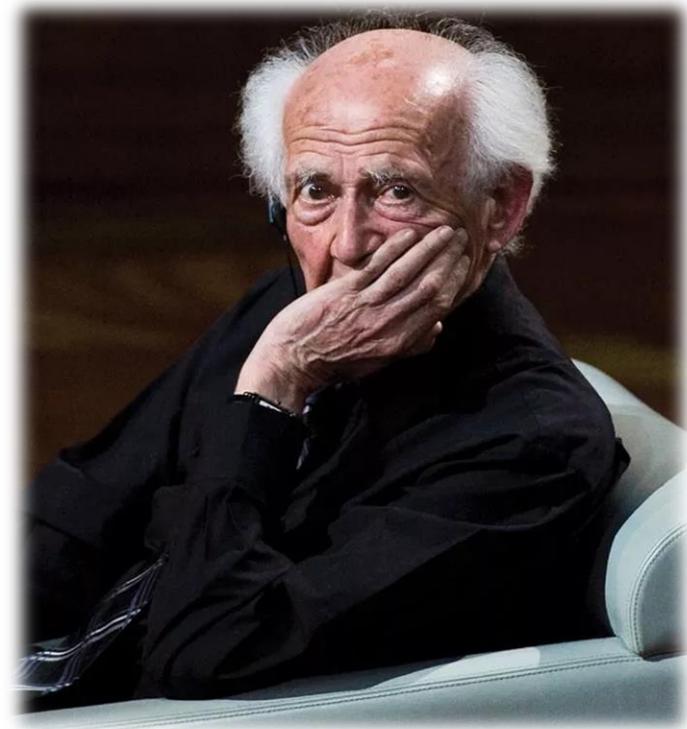
Modernidade Líquida

- 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



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - Não apresentam forma rígida ou duradoura
 - Tudo em constante transformação
 - Tudo muda rapidamente



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - **Alta velocidade das mudanças**
 - **Caráter efêmero das relações na sociedade**



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - **Identidade**
 - Indivíduo solto no mundo
 - Reconstruída a todo momento
 - Ser humano transformado em mercadoria
 - Mercado nos oferece “Kits identitários” para que possamos nos encaixar em algum lugar no mercado e na vida



Modernidade Líquida

- **Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições**
 - **Identidade**
 - Individualismo
 - Egoísmo
 - Uso e descarte do outro
 - Para os indivíduos consumidores referências e valores como cooperação, solidariedade não tem importância
 - O indivíduo que olha para si mesmo e detrimento do todo, que fica relegado



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - Nova percepção do tempo
 - Não é cíclico
 - Não é linear
 - É pontilhista (pulverizado, fragmentado, instantes sem coesão entre si, sem relação com o antes e nem com o depois)



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - Nova percepção do tempo
 - Sociedade do agora
 - Os desejos precisam ser satisfeitos na hora
 - Eternos lampejos de prazer, seguidos de novos desejos
 - As coisas perdem o seu brilho muito rapidamente



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - Nova percepção do tempo
 - O impulso de consumir está ligado ao de descartar
 - Excesso do desperdício
 - Obsolescência programada
 - Das coisas - mercadorias
 - Das pessoas - mercadorias
 - Esse modelo social vai prosperar enquanto conseguir perpetuar a não satisfação



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - **Relacionamentos *on line***
 - As operações de mercado parecem servir como modelo para relações humanas
 - Relação cliente e mercadoria orientando relações sociais – os catálogos de mercadorias e de indivíduos
 - Pessoas são descartadas e substituídas facilmente – seja um dos 500 amigos, seja o *crush*
 - É fácil fazer amigos
 - É muito mais fácil ainda desfazer as amizades



Modernidade Líquida

- Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições
 - **Relacionamentos**
 - Entre empresas, clientes e empregados
 - Estado e cidadãos

“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



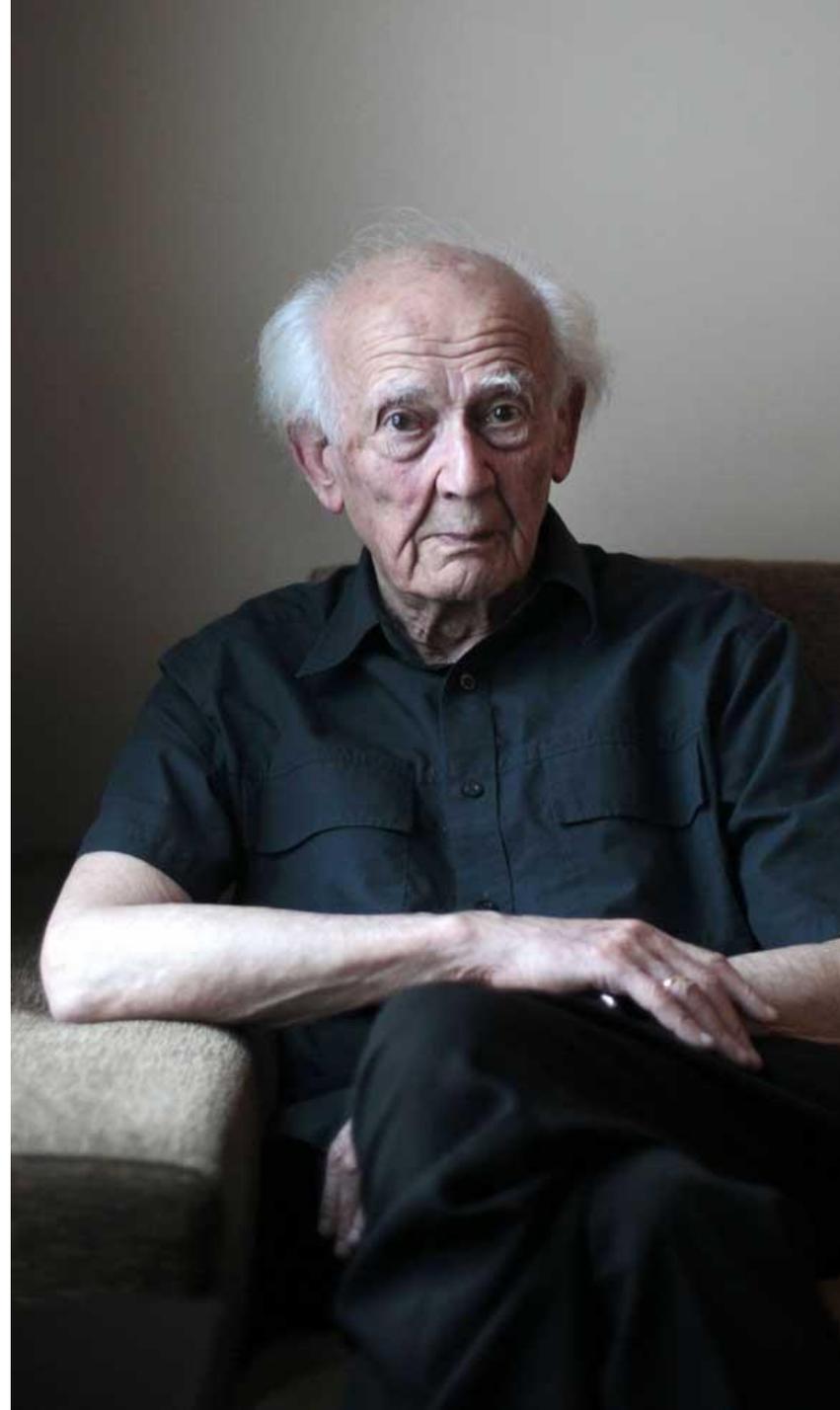
Modernidade Líquida

- **Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições**
 - 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

- **Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições**
 - 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

- **Relações sociais entre indivíduos e entre indivíduos e instituições**
 - 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.



Ser Humano “biológico e biográfico”

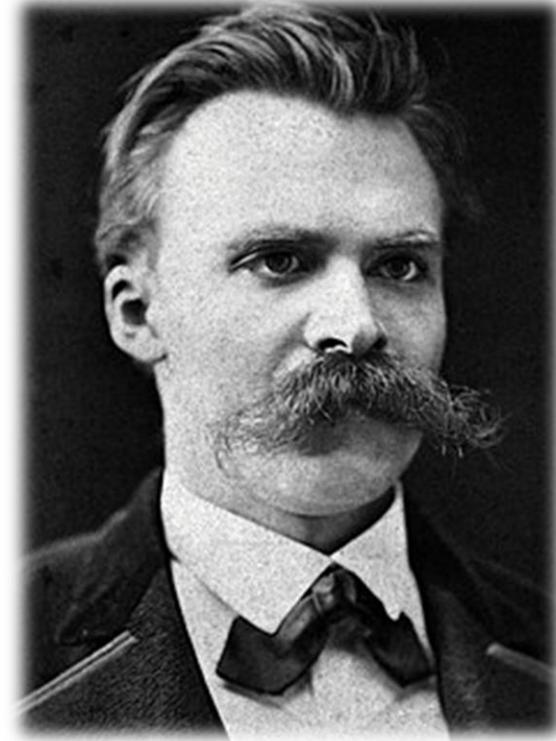
A destrutividade presente no coração dos homens.

“O deserto cresce, ai do homem, que guarda em si desertos” (Nietzsche)

Nihilismo devastador instalado no homem, que rouba as forças e as possibilidades de ser e viver como Ser Humano. Essência do nihilismo é a desolação, o deserto.

Mundo do consumo no qual homem é transformado sombra de si mesmo, vagando desolado por grande deserto.

O desolamento e a aniquilação.



Ser Humano paradoxal “biológico e biográfico” “finito e infinito”

Condição humana

- Finita – pelas limitações estruturais e contingenciais e pela singularidade de cada um
- Infinita – pelas possibilidades abertas

Angústia não é causa da desolação (essa morte em vida)

Desolação nasce da impossibilidade de transformação da angústia em fonte de criação (Heidegger)

O homem segue como sombra enquanto não se realiza como ser biográfico, enquanto não cria sua própria história



A questão técnica como aquela que vem transformando o homem em sombra

Não se trata da negação da técnica, mas de constatar que o deserto só tem crescido enquanto não se leva em conta a originalidade da vida humana.

Os campos da “Alimentação e Nutrição”, da “Educação”, das “Artes”... têm suas disputas internas e concorrências externas. Têm também em suas mãos a possibilidade da criação, do crescimento humano fortalecido ao investir também na criação inovadora da vida.



www.nectar.rio.br