



Rumo do Consumo Ferramenta de Educação Ambiental



Serviço Intermunicipalizado de Gestão de Resíduos do Grande Porto

- Brasília | 7 de abril de 2014
- Sala 5 – Consumo Responsável
- Alexandre Ventura | alexandre.ventura@lipor.pt

A Lipor



- 8 Municípios
- Área – 648 km²
- População – 985.000 habitantes
- Produção RU (2013) – 471.861,31 t
- Capitação – 1,3 kg/hab.dia

Enquadramento

- A Campanha “O Rumor do Consumo” alicerça-se numa estratégia de **envolvimento emocional e consciencialização** que pretende garantir a eficácia do processo de comunicação próprio do **Stand Móvel**.
- Todas as etapas desta campanha foram pensadas cuidadosamente de forma a maximizar as possibilidades de obter **atenção do público-alvo**, essencial na transmissão de conhecimentos, no despertar de consciências e no incentivo a **hábitos de consumo mais responsáveis**.
- No desenvolvimento desta atividade é notório o cruzamento entre as **vertentes lúdicas e pedagógica**, o que garante a **adequação da mensagem ao público-alvo** e proporciona aos utilizadores uma experiência capaz de suscitar interesse e familiarização com a temática abordada.



Objetivos / Destinatários

OBJETIVOS

- Educar de forma lúdica e interativa;
- Associar o consumo à geração de resíduos;
- Alertar para a influência do comportamento individual na promoção do consumo responsável.

DESTINATÁRIOS

- População escolar
- Comunidade em geral (famílias)

Síntese Descritiva

- O espaço Lipor TV - O Rumor do Consumo, assume-se como um Centro de Aprendizagem de Consumo, dotando o cidadão de um conjunto de conhecimentos que podem conduzir a uma **estratégia de consumo mais responsável e sustentável**;
- No interior do equipamento, é possível simular o processo de compra de produtos num estabelecimento comercial, **identificando as vantagens e benefícios de um consumo moderado e sensato**;
- Caso sejam escolhidas práticas negativas de consumo, será confrontado com uma série de conselhos e dicas que poderão levar a práticas mais sustentáveis;

Síntese Descritiva

- Exibição e dinamização de uma aplicação multimédia interativa, que funcionará com recurso a uma combinação entre **ilustração, multimédia e imagens reais**, e que representará o percurso de uma família num dia normal de ida às compras, contendo imagens do seu quotidiano;
- Os conteúdos apresentados têm por base **os 10 Mandamentos da Prevenção de Resíduos**;
- A função do agente de sensibilização é fazer uma breve introdução à temática, contextualizando o desenvolvimento da atividade;

Síntese Descritiva

- Existirão, no total, 10 cenas principais, cada uma relativa a um mandamento da prevenção da produção de resíduos, sendo que em cada uma das cenas, os participantes serão chamados a escolher entre uma “boa” ou “má” prática de consumo e posteriormente a **analisar o seu comportamento sob o ponto de vista da responsabilidade individual;**
- Por fim, em cada cena os participantes terão disponível uma dica que identifica a prática mais adequada na situação retratada.

Recursos Utilizados – Stand Móvel



Recursos Utilizados – Aplicação Multimédia

ANTES/DURANTE A ANIMAÇÃO:

A família vai às compras e segue a lista que havia preparado, começando pela compra da fruta. Aqui depara-se com um problema, como comprar a fruta? Embalada? Avulso? Qual a melhor prática ambiental?

APÓS OS PARTICIPANTES TOMAREM A DECISÃO: Comprar fruta ou legumes avulso ou a granel; evitar produtos embalados; Optar pela qualidade e a durabilidade dos produtos;



ANTES/DURANTE A ANIMAÇÃO:

A família prepara-se para comprar água e hesita entre uma embalagem de plástico e uma de vidro, qual a melhor opção? Porquê?

APÓS OS PARTICIPANTES TOMAREM A DECISÃO: O vidro é 100% reciclável; preferir embalagens de tara retornável já que podem ser reutilizadas; a produção de garrafas de plástico obriga à utilização de matérias primas como o petróleo; optar por embalagens familiares (garrafão); em ultimo caso utilize o Ecoponto.



Multimédia

- Promoção da ferramenta

- Cena da aplicação

Obrigado pela atenção!

alexandre.ventura@lipor.pt | www.lipor.pt