

## **XI SEUR – V Colóquio Internacional sobre Comércio e Consumo Urbano**

### **O CONSUMO NA CIDADE: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS APLICADAS NA ESCOLA MUNICIPAL DE E.F EUCLIDES DA CUNHA, SANTA MARIA, RS**

Sandra Ana Bolfe, UFSM, sabolfe@hotmail.com  
Cibele Steffanno Saldanha, UFSM, cyka\_stefanno@hotmail.com

#### **RESUMO**

A geografia aborda questões do consumo em diferentes aspectos do espaço Geográfico frente o mundo globalizado. Assim no que tange a vida cotidiana do cidadão que vive nas cidades requerem-se programas, ações e formas de apropriação dos bens de consumo na vida dos cidadãos. A temática que aborda o consumo na cidade faz parte de um tema importante no ensino escolar orientado pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1998a). A problemática que envolve o consumo da cidade faz parte de um tema transversal no ensino escolar. O objetivo do trabalho é a aplicação de diversas atividades pedagógicas que favoreçam a construção de educandos críticos e conscientes sobre as formas de consumo no cotidiano de nossa sociedade nesse sentido, serão utilizados recursos didático-pedagógicos e práticas-educativas sobre o estudo do consumo abrangendo as escalas do local-global. O público-alvo da pesquisa são os alunos da Escola Municipal de Ensino Fundamental Euclides da Cunha, situada no bairro Carolina, cidade de Santa Maria, RS. O resultado avaliativo será obtido pelas práticas e ações dos educandos frente aos debates e elaboração de uma cartilha sobre consumo consciente para a cidade sustentável. Portanto, o processo de ensino-aprendizagem dos educandos e dos educadores no fazer pedagógico foi elaborado assiduamente permitindo a reflexão e a formação de cidadãos que vivem e constroem o cotidiano do seu lugar e de sua cidade. As temáticas propostas nesse projeto referentes à cidade, cidadania, consumo sustentável que estão sendo articuladas ao estudo do lugar/bairro e aos métodos que fundamentam as práticas adequadas à aprendizagens, atitudes e comportamentos educacionais em avaliação dos alunos e professores.

**Palavras-chave:** Cidadão. Consumo. Ensino da Geografia

#### **ABSTRACT**

The issue that involves the consumption of the city is part of a cross-cutting theme in school education. Geography addresses consumer issues in different aspects of space Geographic facing the globalized world. So when it comes to everyday life of citizens living in cities require up programs, actions and forms of appropriation of consumer goods in the lives of citizens. The theme that addresses the consumption in the city is part of an important theme in school education guided by the National Curriculum Parameters (BRAZIL, 1998a). The objective is the application of various educational activities that promote the construction of critical and aware students about ways to use the daily life of our society in that sense, will be used didactic-pedagogic and education practices resources on the study of consumption covering the local-global scales. The target audience of the research are students of the School of Education Elementary Euclides da Cunha, located in the Carolina neighborhood, city of Santa Maria, RS. The evaluation result will be obtained by the practices and actions of the students forward to the discussions and drafting of a primer on conscious consumption. Therefore, the teaching-learning process of students and educators in pedagogical practice was prepared assiduously allowing reflection and formation of citizens who live and build everyday your place and your city. The themes proposed in this project regarding the city, citizenship, consumer and environment will be articulated to the study of place-quarter and methods underlying. All buildings should be recorded by students.

**Keywords:** Cidadão. Consumo. Ensino de Geography.

## 1 INTRODUÇÃO

A temática desta pesquisa sobre o consumo na cidade envolve os alunos do 8º ano e professores da Escola Municipal de Ensino Fundamental Euclides da Cunha em Santa Maria/RS, na construção de conceitos e atitudes relevantes a formação da cidadania contextualizada na história do lugar, do bairro e da cidade, bem como na relação local-global-local. Trata-se de um projeto que considera as teorias e práticas pedagógicas para o ensino de Geografia no que se refere as temáticas da cidade, da cidadania, e do meio ambiente, especialmente no que tange ao consumo enquanto atitude e hábitos na/da vida cotidiana.

Assim, o desenvolvimento teórico-prático tem no estudo do consumo e de lugar na cidade, a valorização dos espaços vividos e as experiências dos professores e alunos com atenção as relações sócio espaciais e culturais. Utiliza-se esta metodologia pela categoria de análise do lugar, ou seja, do local que é de fundamental importância para a compreensão do global.

O consumo é um tema transversal relevante a todas as disciplinas escolares e deve ser desenvolvido no sentido de abranger toda a totalidade de vida cotidiano dos educandos. Para isso, trata-se de relacionar aos conteúdos e a realidade nas atividades e discursos que envolvam a sociedade e a natureza; o local e o global. (CALLAI, 2000; CASTRIGIOVANNI, 2000).

O ato de consumir, além de suscitar sentimentos de bem-estar, também pode suscitar o vazio existencial e sensações de incapacidade de controle emocional. O consumo em excesso ou o materialismo exacerbado, além de trazer problemas para o indivíduo, pode gerar impactos sociais e ambientais negativos. Neste sentido, o consumo consciente está relacionado a um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental, que considera os impactos que um produto pode exercer sobre o meio ambiente, onde o foco está em preservar e manter um meio social com maior qualidade de vida.

Nos moldes que a coletividade vive e quem dita às regras para a sociedade é o modelo capitalista de vida, as crianças e jovens já nascem inseridas neste ambiente de consumo tanto de bens de primeira necessidade como de bens que não são tão necessários. A mídia principalmente induz às pessoas a participarem deste modo de vivência, onde o consumo é dado em massa e as pessoas são atraídas por produtos motivadas pela publicidade.

Segundo Santos (1987 *apud* CAVALCANTI, 2008, p.98):

É nesse contexto, particularmente na cidade, que o conceito de cidadão e de cidadania é muitas vezes entendido como equivalente ao de ser consumidor: ser cidadão, nesse caso, é ser consumidor; só é cidadão quem é consumidor; quem não consome não pode ser cidadão, não pode reclamar seus direitos, não tem de pagar impostos, não tem deveres, nem com o Estado nem com os outros habitantes da cidade.

A temática do consumo é relevante ao ensino da geografia em vários conteúdos da ciência e ligado a um dos temas transversais, o Trabalho e o Consumo, os Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1998b) tem os seguintes objetivos para o ensino fundamental.

Ao lado do conhecimento de fatos e situações marcantes da realidade brasileira, de informações e práticas que lhe possibilitem participar ativa e construtivamente dessa sociedade, os objetivos do ensino fundamental apontam a necessidade de que os alunos se tornem capazes de eleger critérios de ação pautados na justiça, detectando e rejeitando a injustiça quando ela se fizer presente, assim como criar formas não violentas de atuação nas diferentes situações da vida.

Todos os temas são inerentes a educação básica e devem cumprir com os objetivos e metas educando os alunos numa fase intelectual e de comportamento social muito importante a produção de valores e culturas. A inclusão dos Temas Transversais exige, portanto, uma tomada de posição diante de problemas fundamentais e urgentes da vida social, o que requer uma reflexão sobre o ensino e a aprendizagem de seus conteúdos: valores, procedimentos e concepções a eles relacionados.

O Tema Trabalho e Consumo dos PCNs (BRASIL, 1998a) trazem uma proposta de discussão que envolve o comportamento da sociedade no mundo do consumo. O tema transversal Trabalho e Consumo deve-se ser adequado à formação de crianças e jovens para a sua inclusão no mundo do trabalho e do consumo de forma consciente na relação com os direitos e sua cidadania.

O momento da problematização/textualização é muito rico, pois estabelece claramente a relação entre o cotidiano (prático) e o teórico (acadêmico). As problematizações, textualizações são formadas por questionamentos que devem encaminhar o aluno à reflexão, análise espacial e a representação do espaço construído por ele próprio (CASTROGIOVANNI, 2000, p.76).

A análise espacial é compreendida pela prática cotidiana da observação e percepção do espaço vivido dos educandos. Nesse sentido, também serão estudados como recursos didático-pedagógicos para trabalhar as relações topológicas com os aspectos de localização, lateralidade/referências e orientação espacial, o trabalho de campo e os mapas. Estes recursos permitem trabalhar com noções cartográficas e geográficas.

O projeto contribui no processo de construção de conceitos e da compreensão do verdadeiro significado de cidade e de cidadania, pois a “educação na cidade” (FREIRE, 1991) é um fato que possui relevância e se constitui como caminho para a formação dos cidadãos.

Além de permitir a compreensão do espaço vivido, os estudantes e a própria comunidade irão sentir-se participantes do processo de construção do lugar onde é importante manter o equilíbrio socioambiental. Essa construção terá prosseguimento pelas práticas educativas para a formação da cidadania, valorizando o lugar e a cultura como modo de vida integrado a comunidade do bairro e da cidade como um todo.

A função insubstituível da educação é de ordem política, como condição à participação, como incubadora da cidadania, como processo formativo. E para um devido projeto de cidadania os seus

componentes devem apresentar noções de formação; noções de participação, de autopromoção e de auto definição; noção desde sujeito social a noção de direitos e deveres; a noção de democracia; a noção de liberdade, igualdade e comunidade; a noção de acesso à informação e ao saber e a noção de acesso a habilidades.

## **2 OBJETIVOS**

- Construir conceitos e ações aos educandos pela execução de diversas atividades didático-pedagógicas que favoreçam saberes críticos e conscientes sobre as formas de consumo no cotidiano de nossa sociedade.
- Auxiliar na formação dos educandos e na formação continuada de professores no campo teórico-metodológico e na construção dos conceitos geográficos.
- Realizar diversas atividades didático-pedagógicas sobre o tema consumo da/na cidade como painéis, trabalho de campo, cartilha ao consumidor consciente, e
- Elaborar com os educando programas e ações que visem a conscientização de formas racionais de consumo.

## **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Devido ao papel dominante da urbanização no estágio atual do capitalismo, a análise da questão ambiental às vezes se mistura com a reflexão sobre problemas ambientais nas cidades. O apoio teórico sobre a relação sociedade-natureza em sua forma natural ainda está por se consolidar e o assunto toma-se ainda mais rarefeito quando trata da combinação cidade-ambiente.

As atividades e ações planejadas deste projeto visam à construção teórico-metodológica no processo de ensino-aprendizagem sobre o tema transversal do consumo no ensino básico. Tratam-se de práticas educativas pensadas no sentido de concretizar e transformar atitudes e comportamentos, bem como formas de consumo dos/nos lugares da cidade. Dessa forma apresentam-se diversos recursos didático-pedagógicos no que tange a problemática do consumo e do consumismo para obterem-se ações práticas que oportunizem transformações no mundo da educação para o cotidiano da vida da sociedade.

Compreender o espaço real através das ações no ensino significa considerar essencial a leitura e o entendimento das representações do espaço geográfico. A observação, a percepção, a análise conceitual e a síntese formam a gama de representações que cada indivíduo constrói através da realidade onde vive e do elo cultural de seu entorno.

Os educandos de todos os níveis de ensino constroem continuamente conhecimentos sobre essa linguagem. Portanto, precisam também aprender a representar e (de)codificar as informações expressas por ela. O conhecimento dos lugares dá-se mediante o entendimento de suas representações

e do significado nelas contido. Ou seja, as representações originam-se a partir da necessidade de orientação, de localização, da comunicação e do interesse do homem.

Alguns estudos buscam compreender o espaço urbano relacionados a modos de vida, pois ele é produzido pelos seus habitantes diferentes grupos, diferentes culturas, diferentes condições sociais possam praticar a vida em comum ,compartilhando nesses arranjos, desejos necessidades, problemas cotidianos. É importante conhecer diferentes usos das cidades, os territórios apropriados e os grupos que deles se apropriam e conhecer os cidadãos e sua relação com a cidade.

A cidade, como conteúdo escolar, não é concebida apenas como forma física, mas como materialização de modos de vida, como um espaço simbólico seu estudo implica desenvolver no aluno a compreensão do modo de vida da sociedade global contemporânea e de seu cotidiano particular, além de contribuir para o desenvolvimento e habilidades necessárias para os deslocamentos dos alunos, seja nos espaços mais imediatos de seu cotidiano, seja em espaços mais complexos, que podem envolver uma rede de cidades.

A geografia é uma ciência que estuda o espaço na sua manifestação global e nas suas manifestações singulares. Sendo assim, os conteúdos geográficos precisam ser “apresentados” para serem trabalhados nesta dupla interseção: a global e a local.

Para Slater (2002), todo o consumo é cultural, o que envolve significados partilhados por uma sociedade, e o que se consome possui significado cultural específico, por meio do qual é reproduzido o sistema de relações sociais. Em decorrência disso, os produtos utilizados pelo consumidor ajudam a desenvolver sua identidade. Nós consideramos nossos pertences como partes de nós. Nós somos o que temos e possuímos. O ato de consumir é um processo individual e coletivo. É um ato simbólico carregado de significado influenciado pelos valores culturais e individuais que norteiam a ação de cada um.

Por outro lado, a compulsão pelo consumo desenfreado tem acarretado consequências muito negativas para o meio ambiente. O consumo em excesso tem levado a um descontrole dos recursos naturais, comprometendo a harmonia ambiental. O ato de consumir, além disso, pode gerar alguma preocupação para o sujeito (LEITE, 2009). Esta preocupação com as consequências do seu consumo também pode ser chamada de consumo consciente. O consumo consciente é um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental como forma de preservar e manter um meio social com maior qualidade de vida.

Inclusive, algumas pesquisas apontam para mudanças nos hábitos de compra e de consumo e indicam um crescimento do “*marketing verde*”, com a difusão da consciência ecológica. Há uma mudança no hábito de compra e de consumo com o propósito de proteger o ambiente, e que repercute na participação em programas de reciclagem ou de reutilização de materiais, destacando se o desejo do consumidor em pagar mais por produtos ecologicamente corretos ou os chamados produtos verdes.

Neste horizonte, “[...] ser um consumidor consciente significa fazer de seu ato de compra [e de consumo] um ato de cidadania, isto é, ser capaz de escolher produtos, serviços e empresas fornecedoras que contribuam para uma condição de vida ambientalmente sustentável e socialmente justa” (AKATU, 2002, p. 9).

O indivíduo, enquanto consumidor, trabalhador e cidadão, toma para si o poder de transformar o mundo, pois se torna consciente e responsável no exercício de cada um de seus papéis na sociedade.

Quanto maior o nível da consciência dos consumidores quanto aos riscos existentes em decorrência da ausência de cuidados ambientais na prática das empresas, mais forte será sua disposição em tolerar os custos necessários para que essa justiça seja implementada e para que haja uma redução dos impactos previstos anteriormente. Com isso, identifica-se que o nível de consciência sobre o consumo implica em atitudes mais ou menos favoráveis em relação às intenções de comportamento socialmente responsáveis.

Nessa mesma perspectiva, foi dada a compreensão da organização espacial urbana pelos espaços ou lugares do consumo na/da cidade através de diferentes recursos didáticos e pelo trabalho de campo para identificação e percepção do espaço vivido pelo consumo com levantamento e registro de dados e informações significativas à aprendizagem.

Com os recursos didático-pedagógicos o projeto irá contribuir no processo de construção de conceitos e da compreensão do verdadeiro significado de cidade e de cidadania, pois a “educação na cidade” (FREIRE, 1991) é um fato que possui relevância e se constitui no caminho para a formação dos cidadãos.

As atividades didático-pedagógicas previstas para este projeto foram organizadas em oficinas pedagógicas:

### **3.1. Oficina Pedagógica I– Imagem do Consumo**

Material: Utilização de folhetos de propaganda de diversos tipos de produtos de consumo distribuídos pelo comércio da cidade de Santa Maria, RS sobre imóveis, supermercados, farmácias, confecções, etc.

Prática Pedagógica: De posse do material, individualmente os alunos irão selecionar figuras nos encartes de propaganda, as mercadorias desejadas para o seu consumo. Selecionar figuras nos encartes de propaganda as mercadorias que você deseja para o seu consumo.

Elaboração de painéis pelos alunos:

Painel 1: Estruturar em folhas A4 quais os principais produtos de consumo desejados pelos alunos e classificar por tipos e faixa etária.

Painel 2: Estruturar num painel, juntos com os alunos, a colagem de figuras que compõem a cesta básica, somando cada produto para ver o valor em reais.

### **3.2. Oficina Pedagógica II – Problemática do projeto na escola**

Introdução da temática sobre cidadão e o consumo na cidade, será realizada pelas intervenções de palestras, vídeos, imagens e textos orientando noções de geografia na relação com o consumo da/na cidade, em escalas adequadas à representação dos objetos de consumo percebidos pelos sujeitos da pesquisa com outros locais. Desse modo observar-se-á as relações de trabalho, de produção, de distribuição e do consumo da/na cidade de Santa Maria na relação local-global.

A problematização e motivação da prática pedagógica pela apresentação dos vídeos: Criança, a Alma do Negócio (<https://www.youtube.com/watch?v=KQQRHH4RrNc>) e História das Coisas (<https://www.youtube.com/watch?v=7qFiGMSnNjw>) seguida de debate e discussão em horários adequados.

Posteriormente aos vídeos assistidos e debatidos a pesquisa segue visando observar a percepção da aprendizagem pelos alunos pela seguinte atividade:

Painel 3: Estruturar num painel, juntos com os alunos, a colagem de imagens e figuras que seriam objetos materiais desnecessários ao dia-a-dia, com apresentação do painel na escola.

### **3.3. Oficina Pedagógica III – o consumo na/da cidade**

Nessa oficina pedagógica será da realização de trabalho de campo pela cidade de Santa Maria para observar, perceber e registrar imagens, dados e informações dos lugares de consumo, com visita especial ao um *shopping center*.

Avaliação da atividade de trabalho de campo será feita pela percepções dos alunos sobre os lugares de consumo da cidade através de relatos, mostra de fotografias e de suas anotações.

### **3.4. Oficina Pedagógica IV – criação e elaboração de cartilha**

Instigar os educandos a criação de uma “Cartilha do consumidor consciente” seguindo as seguintes atividades: planejamento do esboço da cartilha, criação e organização de imagens e textos adequados à informar o consumidor sobre ações e atitudes conscientes ao ato de consumir, elaborar estratégias de distribuição e divulgação em veículos de informação como: jornais, internet, rádio, TV, folders impressos, etc.

### **3.5. Oficina Pedagógica V – avaliação e reflexões acerca das ações desenvolvidas no projeto**

O resultado avaliativo será feito de forma qualitativa diante das práticas e das ações dos educandos frente aos debates, elaboração das atividades pedagógicas e elaboração de uma cartilha sobre consumo consciente a ser apresentada e distribuída na escola e na comunidade. A avaliação e validação das atividades e práticas educativas do projeto serão feitas por todos os grupos de participantes: universidade, escola e comunidade.

#### 4 RESULTADOS PARCIAIS

A primeira etapa prática do trabalho de pesquisa foi com a turma 81, de alunos do 8º ano da Escola Municipal de Ensino Fundamental Euclides da Cunha, situada no bairro Carolina na cidade de Santa Maria, RS. A referida escola localiza-se ao norte da Sede (Figura 1) distante do centro a cerca de 6 quilômetros. O atual bairro Carolina surgiu com a divisão do bairro Salgado Filho, em 2006, e o nome do bairro se refere à Vila Carolina, situada nas extensões do próprio bairro. O bairro Carolina possui uma área de 0,4821km<sup>2</sup> que equivale a 0,40% do distrito da Sede que é de 121,84km<sup>2</sup> e 0,0269% do município de Santa Maria que é de 1.791,65km<sup>2</sup>. Este bairro é periférico ao Centro da cidade, é o 7º mais povoado com 3.356 habitantes. Em termos de equipamentos urbanos tem-se somente a escola, local desta pesquisa, quatro mercados pequenos.

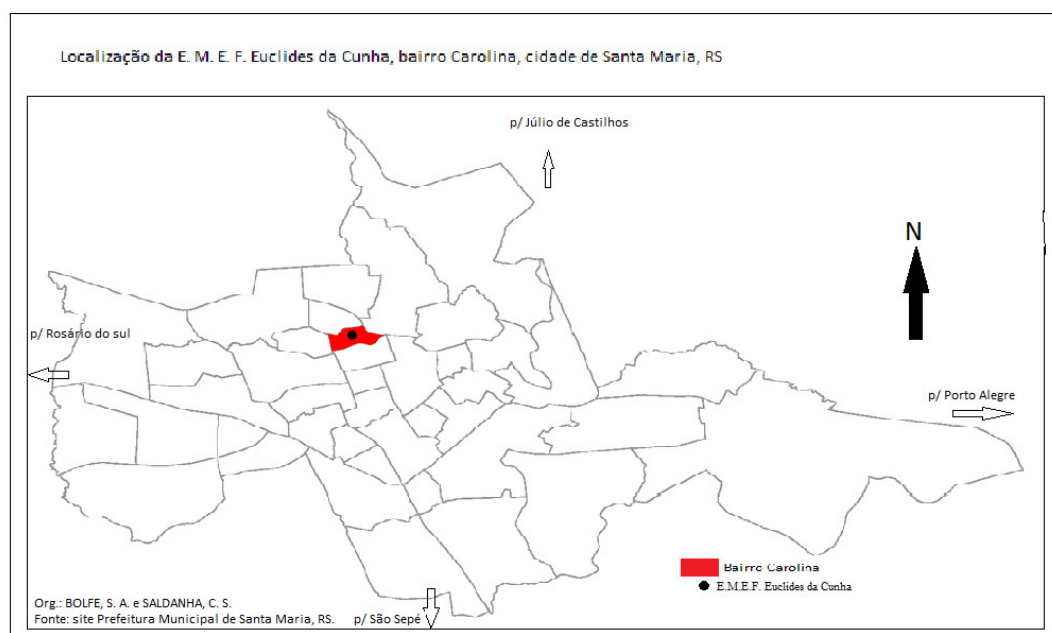


FIGURA 1- Localização da E. M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS

A escola atende alunos distribuídos entre o 1º ao 9º ano. Há cerca de 300 alunos matriculados na escola, 150 no turno da manhã e 150 no turno da tarde. A Escola conta com uma Associação de Professores, Pais, Funcionários e Alunos (APPFA) ativa que tem participação efetiva junto à comunidade, essa associação é composta por presidente, vice-presidente, tesoureiro, secretário, suplente e conselho fiscal, composto por professores e pais.

A Escola também possui conselho escolar, composto por professores, pais, funcionários e alunos. A Escola possui atualmente na área construída nove salas de aulas, uma sala de professores e vídeo, uma cozinha, uma sala de coordenação, uma sala de direção, uma sala de informática, secretaria, dois banheiros para alunos (masculino e feminino), um banheiro (professores e funcionários) uma sala de leitura. Na área livre há uma quadra de esporte e uma pequena área coberta.



Seu corpo docente é formado por: Diretora, Vice-Diretora e Coordenação Pedagógica para os anos iniciais e anos finais, nove professores os anos iniciais e onze professores para os anos finais, uma funcionária concursada e duas de firma terceirizada.

Antecedida a concessão da direção escolar para execução do projeto do curso de Geografia Licenciatura da Universidade Federal de Santa Maria o início das atividades ocorreu com breve conversa sobre a apresentação do projeto aos alunos, sujeitos da pesquisa.

Os alunos participantes da primeira atividade totalizaram 14, sendo 06 do sexo feminino e 08 do sexo masculino, jovens entre 13 e 15 anos de idade, sendo a média de idades entre eles é de 13,5 anos de idade dos alunos e de 13,8 anos de idade das alunas, sendo elas ligeiramente em maior idade.

Neste artigo tratam-se de resultados parciais, pois o projeto está em desenvolvimento. O projeto iniciou com a apresentação da temática, dos objetivos, prosseguindo com a atividade da primeira oficina pedagógica. Em seguida distribuiu-se para cada aluno uma pasta contendo folhas A4 em branco, que foi identificada pelos alunos com nome, ano e idade. A preparação da atividade foi pela disposição, em mesas da sala de aula, de folhetos de propaganda sobre diversos tipos de produtos de consumo distribuídos pelo comércio da cidade de Santa Maria, RS, como: imóveis, supermercados, farmácias, confecções, lojas de departamentos, entre outras. A atividade se desenvolveu dizendo-se aos alunos que individualmente, procurassem nos folhetos de propaganda, as mercadorias que eles comprariam para o seu consumo. Após a escolha fazer o recorte das imagens escolhidas e colar nas folhas em branco que estavam dentro das pastas. A Figura 2 mostra os alunos da escola realizando essa fase da atividade.



FIGURA 2-Alunos realizando a primeira oficina pedagógica. E. M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS.  
Fonte- Saldanha,C. S.

A atividade concluída, a exemplo da figura 3, foi realizada por um aluno do sexo masculino que possui 14 anos, verificando-se sua preferência pelos produtos eletrônicos e de informática, característica comum dos jovens nessa faixa etária.

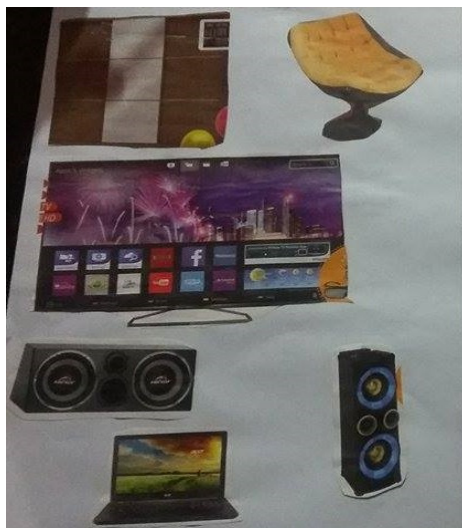


FIGURA 3- Colagem dos produtos preferidos, aluno F4. E.M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS.  
Fonte- SALDANHA,C. S.

A diversidade de escolhas pelas mercadorias também sugere que os alunos compreendem o ato de consumir como necessidade do seu cotidiano e de sua família. A exemplo da aluna identificada como F6 de 13 anos, a qual diversifica suas compras em produtos alimentícios, confecções, brinquedos como a bicicleta infantil, a qual supõe-se ser para uma criança e uma bola como artigo esportivo. Para esta aluna a percepção sobre consumo conspícuo, aqui entendido como, consumismo exagerado, não parece ser uma prática individualista.



FIGURA 4- Colagem dos produtos preferidos pela aluna F6. E.M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS.  
Fonte- SALDANHA,C. S.

Segue a análise das tabelas sistematizadas por tipos de produtos de consumo apresentando dados sobre a preferência dos alunos dos sexos feminino e masculino em suas escolhas diante de diversas mercadorias divulgadas em folhetos de propaganda levados à sala de aula.

Ao analisar a atividade cujo objetivo é investigar alunos do 8º ano do ensino fundamental sobre os produtos de consumo que lhes são preferidos, sugere perceber quais são os principais gêneros desejados nessa faixa etária para explicar a relação no que tange ao consumismo motivado pela mídia em nossa sociedade. A tabulação dos dados foi organizada nos seguintes tipos de produtos de consumo: brinquedos, eletrônicos, alimentos salgados e doces, bebidas, cosméticos, móveis, vestuário, produtos farmacêuticos e outros. Primeiramente as pastas foram separadas em gêneros e idade. A tabela da figura 5, mostra os principais produtos que as alunas almejam consumir que foram os eletrônicos, os doces e peças de vestuário.

SEXO FEMININO	IDADE	PRODUTOS DE CONSUMO									
		BRINQUEDO	ELETRÔNICOS	ALIMENTO SALGADO	DOCE	BEBIDAS	COSMÉTICOS	MÓVEIS	VESTUÁRIO	PRODUTOS FARMACEUTICOS	OUTROS
F1	15	-	8	3	1	1	-	-	1	-	-
F2	14	-	2	1	-	1	-	3	-	-	-
F3	14	-	-	2	10	1	1	-	2	1	1
F4	14	-	4	1	1	-	2	-	1	1	-
F5	13	2	5	5	5	2	2	1	3	-	-
F6	13	-	5	-	1	-	-	1	2	1	-

FIGURA 5-Tabela dos Produtos de consumo preferidos pelos alunos do sexo feminino do 8º ano do ensino fundamental.  
E.M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS.  
Fonte- SALDANHA,C. S.

Legenda:

F1= Sexo Feminino e identificação do aluno

Os produtos eletrônicos aparecem predominando nas escolhas de consumo feminino entre eles os produtos que se destacaram foram os *smatphone e notebook*, contudo, não são expressivos quando se trata da preferência masculina dessa faixa etária. Na segunda ordem de preferência, os doces são os que mais aparecem, e por último, são peças de vestuário. Pode-se perceber o nítido estímulo da mídia entorno da moda em que os sujeitos do sexo feminino mostraram maior interesse por artigos de vestuário somando 16 alunas, ao contrário dos 05 alunos do sexo masculino. Os brinquedos e os produtos farmacêuticos destacaram-se pela pequena frequência de escolhas para o consumo feminino. Os brinquedos foram os produtos menos desejados à esta faixa etária das jovens alunas sugerindo não ser parte de objetos de sua utilidade.

SEXO MASCULINO	IDADE	PRODUTOS DE CONSUMO									
		BRINQUEDO	ELETRÔNICOS	ALIMENTO SALGADO	DOCE	BEBIDAS	COSMÉTICOS	MÓVEIS	VESTUÁRIO	PRODUTOS FARMACEUTICO	OUTROS
M1	14	1	5	-	-	-	-	4	-	-	2
M2	13	1	10	11	2	6	-	1	-	-	1
M3	14	-	12	-	-	-	-	-	-	-	2
M4	13	-	6	1	5	-	-	3	-	-	-
M5	13	-	4	-	-	-	-	1	-	-	-
M6	14	-	2	-	-	1	-	2	-	-	-
M7	14	-	5	3	2	2	-	2	4	-	1
M8	13	-	4	2	2	4	-	-	1	1	2

FIGURA 6-Tabela dos Produtos de consumo preferidos pelos alunos do sexo masculino do ensino fundamental. E.M.E.F. Euclides da Cunha, Santa Maria, RS.

Fonte- SALDANHA,C.S

Legenda:

M1= Sexo Masculino e identificação do aluno

Ao analisar os resultados que sistematizam todos os sujeitos da pesquisa, foram somados 209 produtos de consumo (figura 7). Deste total verificou-se que entre os produtos desejados em ambos os sexos, os eletrônicos perfizeram 37%, em seguida com 29%, foram somados os doces e salgados e, em terceiro lugar os produtos mais desejados pelos sujeitos foram em 10% para peças de vestuário. Também vale ressaltar o desejo de consumo pelas bebidas em 8,6%.

Assim os sujeitos da pesquisa sobre consumo, têm a maior preferência pelos aparelhos celulares, que nesse estudo de caso recai sobre os sujeitos do sexo masculino. Observou-se com detalhes que a segunda preferência em consumir alimentos, entre os doces e salgados, se destacaram o consumo pelas carnes. Em terceiro lugar as bebidas, entre elas os energéticos, os refrigerantes, as cervejas, a vodka e o whisky. Estas como bebidas alcoólicas, apareceram com frequência maior para o sexo masculino. E, por último os doces que se destacaram no consumo das alunas. Já os cosméticos e produtos farmacêuticos não foram alvos de “desejo” para os jovens. Os móveis também apareceram na preferência dos jovens em 9% deles.

TOTAL DE PRODUTOS POR GÊNERO	MÉDIA DE IDADE	PRODUTOS DE CONSUMO									
		BRINQUEDO	ELETRÔNICOS	ALIMENTO SALGADO	DOCE	BEBIDAS	COSMÉTICOS	MÓVEIS	VESTUÁRIO	PRODUTOS FARMACEUTICO	OUTROS
F	13,8	2	24	12	18	5	5	5	16	2	1
M	13,5	2	53	17	14	13	-	14	5	1	8
TOTAL		4	77	29	32	18	5	19	21	4	9

FIGURA 7. Tabela do total de produtos de consumo por gênero e média por idade

Fonte- SALDANHA,C. S.

De modo geral os produtos que tiveram menores escolhas em ambos os sexos foram de 04 unidades para os farmacêuticos e também de 04 unidades para os brinquedos. No caso dos brinquedos infere-se que não são objetos de desejo da faixa etária dos jovens, pois percebe-se que no processo de produção dos objetos/mercadorias, existe uma relação direta com o seu público consumidor, ao que se chamaria de "consumidor mais-que-perfeito", segundo Santos (1987). Este termo, entendido àqueles

que adquirem sem necessidade, mas geralmente por hábito ou prazer, pois não indica que a mercadoria comprada será utilizada por necessidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos dados obtidos nessa primeira etapa, não afere-se considerações finais como conclusivas, pois se trata de um momento investigativo, o qual fornece dados e informações para diagnosticar e seguir na pesquisa teórico-metodológica para explicar hábitos e desejos de consumo de nossa sociedade, em especial de uma turma de jovens educandos.

A expectativa do projeto prevê ações e práticas pedagógicas aos professores e aos educandos afirmando o compromisso da escola com a construção e apropriação do conhecimento científico com reflexo na sociedade como um todo. O projeto teve como objetivo a conscientização e sensibilizar os alunos e professores de consumir consciente. Trabalhar com os educandos formação da cidadania para a vida urbana foram alguns dos eixos de preocupação condutor das reflexões apresentado neste trabalho.

Para avaliar o processo de ensino-aprendizagem, bem como, de mudanças de hábitos e atitudes em relação ao consumo, requer ainda executar práticas educativas à construção dos conceitos referente à organização dos lugares de consumo na cidade inseridos no processo da globalização. Portanto, as atividades que se seguirão envolvem as práticas que possibilitem ações protagonistas dos alunos em relação ao lugar em que vivem. Este projeto tem como categoria de análise geográfica o estudo do lugar na cidade de Santa Maria, especificamente ao tema "cidadão e o consumo na/da cidade", instigando a refletir e agir na construção de cidades sustentáveis. Por fim, tem-se como meta aproximar a "Universidade e a Escola" no processo de ensino-aprendizagem de alunos e professores com respeito a essa problemática que envolve toda a sociedade e nos faz pensar do local ao global, do global ao local.

## 6 REFERÊNCIAS

AKATU. **Consumidor, o poder da consciência**. São Paulo: Instituto Akatu, 2002.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais**: terceiro e quarto ciclos, apresentação dos temas transversais. Brasília : MEC/SEF, 1998a.

BRASIL, Secretaria de Educação e Ensino Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Geografia**. Brasília: MEC/SEF, 1998b.

CALLAI, H. C. Estudar o lugar para compreender o mundo. In: CASTROGIOVANI, A. C. (Org.) **Ensino de Geografia: Práticas e textualizações no cotidiano**. Porto Alegre: Ed. Mediação, 2000.

CASTROGIOVANI, A. C. **Ensino de Geografia: Práticas e textualizações no cotidiano**. Porto Alegre: Ed. Mediação, 2000.

CAVALCANTI, L. S. **A geografia escolar e a cidade:** ensaios sobre o ensino de geografia para a vida urbana cotidiana. Campinas: Papirus, 2008.

FREIRE, P. **A educação na cidade.** São Paulo: Cortez Editora, 1991.

LEITE, P. R. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade.** 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

**Santos. M. O Espaço do Cidadão.** São Paulo: Nobel, 1987,

SLATER, D. **Cultura, consumo e modernidade.** São Paulo: Nobel, 2002.

**Vídeos:**

Criança, a Alma do Negócio ( <https://www.youtube.com/watch?v=KQQRHH4RrNc>)

História das Coisas (<https://www.youtube.com/watch?v=7qFiGMSnNjw>)