

Versão *On-line* ISBN 978-85-8015-076-6  
Cadernos PDE

VOLUME I

OS DESAFIOS DA ESCOLA PÚBLICA PARANAENSE  
NA PERSPECTIVA DO PROFESSOR PDE  
Artigos

2013



**PARANÁ**  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria da Educação

# O MUNDO DO CONSUMO: do consumismo para um consumo consciente

HINZ, Gislaine<sup>1</sup>

AOKI, Yolanda Shizue<sup>2</sup>

## Resumo

Este artigo aborda um dos temas fundamentais do ensino de Geografia de acordo com as Diretrizes Curriculares da Educação Básica de Geografia, com estudos e reflexões sobre a construção do espaço geográfico inter-relacionando o passado e o presente da sociedade consumidora. O comportamento humano está atrelado ao capital globalizado direcionado a uma lógica do convencimento da aquisição de produtos a fim de saciar, de satisfazer seu ego interior ou simplesmente de pertencer a um determinado grupo, influenciados pelo meio, a mídia em si. É preciso repensar em atitudes mais conscientes sobre nossos hábitos e valores do próprio ser humano. Objetivando o desenvolvimento significativo na apropriação do conhecimento formal e científico através das diversas atividades como o poema, música, pesquisa de campo, questões reflexivas, análises de imagens, vídeos e a confecção do sabão. Oportunizou-se discussões e trocas de experiências sobre esses recursos didáticos e o quanto são importantes para a aprendizagem do aluno, também foram propostos materiais como: o vídeo “História das Coisas” e “Ilha das Flores”, com metodologias teórico e prática possibilitando ao educando o acesso ao conhecimento do lugar onde vive. Estruturada com base em conceitos da ciência geográfica a fim de dotar o aluno de instrumentos para compreender o conteúdo e socializar com os colegas de turma, auxiliá-lo na construção de sua identidade através de conteúdos atuais. Decodificar a complexa realidade globalizante, proporcionar ações, atitudes, na sua formação como cidadão e, a autonomia intelectual e no futuro profissional no mercado do trabalho na superação de suas necessidades e expectativas.

**Palavras-chave:** Consumo. Capitalismo. Avanço Tecnológico. Inovações. Mídia.

## I- INTRODUÇÃO

O presente trabalho é o resultado do trabalho desenvolvido junto ao Programa de Desenvolvimento Educacional do Paraná-PDE, desenvolvido pela Secretaria Estadual da Educação do Estado do Paraná- SEED. O Programa que estabelece o diálogo entre os professores do ensino superior e os da educação básica, e possibilita o retorno às atividades acadêmicas de sua área

---

<sup>1</sup> Professora atuante no Colégio Estadual Vera Cruz, Mandaguari, Paraná.

<sup>2</sup> Professora da Universidade Estadual de Maringá.

de formação inicial; condições de atualização e de aprofundamento de seus conhecimentos teórico-práticos, permitindo reflexões sobre a sua prática pedagógica e possibilitando mudanças significativas nas mesmas.

Este artigo procura refletir sobre o trabalho realizado junto aos alunos do ensino e que aborda um dos temas fundamentais do ensino de geografia: o entendimento da complexidade das relações que se estabelecem entre as pessoas e o ambiente que o cerca.

O processo de mundialização e de globalização constituem aspectos importantes do atual estágio da sociedade capitalista. As transformações sócioespaciais, econômicas e culturais, que vem proporcionando a aproximação cada vez maior dos diversos lugares do mundo merecem atenção especial no ensino de Geografia. E, essas transformações ocorridas na sociedade, provocaram mudanças nos padrões de produção e de consumo. O trabalho realizado, com a aplicação de diversas atividades de aprendizagem de forma adequada às possibilidades reais de compreensão e construção do conhecimento na ampliação de conceitos na apropriação do conhecimento formal e científico. Diversas atividades como: leitura de textos, utilização de vídeos, interpretação de poema, músicas, etc. foram utilizadas de forma a desenvolver no aluno as habilidades de observação, de comparação e de julgamento, indispensáveis na construção do conhecimento.

Neste sentido, a prática possibilitou ao educando acesso aos conhecimentos, de forma mais abrangente para o entendimento dos acontecimentos do lugar onde vive e de forma estruturada com base em conceitos da ciência geográfica. Com o objetivo de dotar o aluno de instrumentos para possa compreender o mundo atual, por meio de conteúdos que decodificam a complexa realidade globalizante e muitas vezes polêmico. Visando auxiliá-lo em suas ações e atitudes, na construção de sua identidade e na sua formação como cidadão dotado de autonomia intelectual e moral. E, como futuro profissional no mercado do trabalho, na superação de suas necessidades e expectativas.

Além disso, a proposta de reflexões e discussões mais abrangentes sobre a visão de mundo e a postura de cada um relação ao consumo de bens e mercadorias tanto materiais e como imateriais.

Os participantes do GTR sugeriram que este trabalho poderia ser utilizado em outras séries como 8º e 9º anos do ensino fundamental, pois o tema globalização e suas interferências ambientais, econômicas e sociais, envolvendo a questão do consumismo são tratados nesses anos. E, todos concordaram com a necessidade de um trabalho com a temática: compreender as consequências do consumismo desenfreado e a necessidade de mudanças no comportamento das pessoas no que se refere à aquisição de produtos expostos no mercado.

“Somos consumidores conscientes ou vítimas da mídia que nos induz ao consumismo?” A reflexão dos alunos sobre questões relacionadas ao consumo e consumismo, sua inserção no mundo globalizado do consumo residindo numa cidade de pequeno porte. Cabe a nós educadores, o trabalho de alertar os educando para a valorização do ser e não do ter.

## **II- A SOCIEDADE DO CONSUMO**

O consumo é um assunto fascinante, pois está no nosso dia-a-dia, e é algo que conhecemos bem de perto. A mídia na sociedade capitalista nos transmite a ideia de democratização do consumo, pois somos todos consumidores seja qual for a idade ou a classe social. O consumo em si, consiste na aquisição de bens e serviços, produzidos por indivíduos ou por empresas, a fim de satisfazer as necessidades de cada um. As mercadorias passam por etapas de fabricação, distribuição e comercialização do produto.

Pensar em consumismo é pensar na atividade industrial, na reprodução do capital, na disseminação de novas tecnologias, na circulação de informações, no comércio, nas operações financeiras, nos transportes, nos serviços, no crescimento das cidades. Enfim, no avanço de uma sociedade que vem provocando uma aproximação maior entre os lugares do mundo todo, a globalização.

“A globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista. [...]” afirma Santos (2001, p.12). Esse processo que se desenvolveu durante a Revolução Industrial, na Inglaterra, nos

meados do século XVIII, foi um marco na história, o mundo nunca foi mais o mesmo. A consolidação do espaço mundial economicamente globalizado e todo esse avanço científico e tecnológico se concretizaram durante a Terceira Revolução Industrial, também conhecido pelo nome Revolução Técnico Científico Informacional, por volta de 1950, com a integração da ciência, tecnologia na produção.

Para Palmiere (2012), o capitalismo necessita que os indivíduos sejam trabalhadores, poupadores e consumidores, mas na sociedade do consumo a importância de que os cidadãos se transformem em consumidores é crescentemente maior, uma vez que a valorização do capital depende cada vez mais dessa esfera, principalmente após 1950.

Conforme destacam Prado e Salvi (2010), a potencialização da globalização devido ao fim da Guerra Fria, em meados dos anos de 1980, à ascensão da economia neoliberal, conjuntamente com o advento da Terceira Revolução Industrial, provocaram mudanças de caráter técnico-científico acelerado pela ordem econômica determinada pelas empresas mundiais e pelas transnacionais. A acumulação flexível do capital, da produção, do trabalho e do mercado capitalista são aspectos desse processo.

A produção, antes artesanal, passou a utilizar de máquinas aumentando a produtividade com um percurso de tempo bem menor e a padronização de um produto com mais qualidade. E esse avanço industrial foi fundamental no mundo todo para uma constituir, hoje, uma sociedade capitalista cada vez mais moderna movida pela oferta de novos bens de consumo produzidos com alta tecnologia, atendendo a demanda consumidora dos diversos países do mundo. A cada ano que passa, diminui a distância entre os países produtores de alta tecnologia, assim como sua aplicação nos setores da cadeia produtiva, nos diversos países independente de serem produtores ou consumidores.

Libâneo, Oliveira e Toschi (2003) afirmam que a atual fase de regulação da economia se caracteriza pela flexibilização dos processos de trabalho e do mercado e de produtos de consumo, inaugurando esse novo modo de acumulação as corporações procuram no mundo (dispersão geográfica). As condições para investimentos na produção e na comercialização de mercadorias em busca de novos mercados devido ao

aumento da competitividade e ao estreitamento da margem de lucro, mudando as regiões e os espaços geográficos, dando a eles novas configurações.

Com o aumento das transações comerciais entre os diversos países do mundo bem como as importações e exportações de bens e serviços houve a expansão das transnacionais pelo mundo com intenso fluxo comercial através dos produtos enviados para os diversos mercados consumidores sendo relativamente atraídos pela propaganda comercial desses mesmos.

Esse mercado aberto a tantas possibilidades, antes de tudo vale lembrar que para muitos é uma espécie de armadilha que ganha corpo e induz a se gastar mais do que realmente é necessário. A prática de um discurso consumista vem ganhando campo cada vez maior.

Para Sung (2010) nas sociedades antigas, [...] ser honrado era um valor importante para ser reconhecido como uma pessoa boa. Na sociedade da cultura do consumo de hoje, você é reconhecido pelo seu padrão de consumo. É preciso comprar as coisas, necessárias ou não para a sobrevivência imediata, mas fundamentais para ser reconhecido: tênis, celulares, carros sofisticados e tudo mais que as pessoas possam desejar. O capitalismo fomenta esse desejo de consumir, reforçando as ideias de classificação de pessoas por padrão de consumo. Os pobres, além de não terem acesso a uma vida boa [...] são frustrados no desejo de reconhecimento.

Conforme as reflexões de Frei Betto (2008) ao encontrar Carlinhos Brown numa obra social em Salvador ele falou de sua infância:

(...) antes as pessoas viviam na pobreza e não passavam fome tinham pouco alimento, mas ninguém passava por dificuldades. A modernidade, a fabricação dos eletrodomésticos entre tantas outras matérias primas ocasionou a integração de simbologias e a necessidade de supérfluos, cultuando esses objetos (carros, joias, roupas e tantos outros bens e mercadorias), nos fazendo acreditar em si mesmo pelo o poder de consumir e que somos eleitos, inclusos e invejados.

Vale a pena destacar que, antes o modo de vida era voltado à satisfação das necessidades básicas e hoje, a sociedade capitalista está exercendo influência nos indivíduos para novas condutas e novos hábitos de consumo. A prática de consumir num mercado competitivo que articula mil atrativos sedutores, manipulado através de propagandas, de anúncios no dia-a-dia, conduzindo o consumidor/consumista à alienação.

A esse respeito Carlos (1996) destaca que o consumo de mercadorias se faz pela imagem e pelo uso que o capitalismo impõe. E, que isso é alienante.

Mas também duas vezes alienantes: a primeira, na imagem da mercadoria que cria a ilusão de que ao apropriar-se desta mercadoria o indivíduo se realiza, quando, na verdade, apenas se despersonaliza; a segunda vez, quando adquire um objeto - mercadoria que apenas o deixa insatisfeito, pois quer ser diferente, não é gozar com o uso dos objetos, mas, apropriar-se constantemente das imagens-objetos-mercadorias com a qualidade ilusória de objetos diferentes. Nesse sentido “o reino absoluto da mercadoria é também o da alienação e da servidão”. (CARLOS, 1996, p.137).

Enfim, com prática do consumo exagerado, incorpora-se a dominação. A constante troca de mercadorias como celulares e todo tipo de eletroeletrônicos, pois a cada dia aparecem novos lançamentos com tecnologia diferenciada com vários aplicativos tornando o anterior menos atrativo ou obsoleto para muitos consumidores.

A esse propósito, a lógica do capital é lançar novos produtos da moda como sapatos com novos modelos e cores pra combinar com novas roupas de marcas ou de símbolos. Somos atraídos pela beleza das vitrines das lojas, pelos celulares smartphones, pelas lojas que anunciam promoções para o consumidor ou até mesmo fazer compras pela internet sem sair de casa, uma verdadeira tentação, sem falar nas facilidades de pagamentos tornando acessível pra diversas classes sociais.

Prado e Salvi (2010, p. 104) afirmam que:

A máxima expansão do capitalismo mundial promove a busca por um modelo de vida mais atrativo, que consiga dar cabo a todos os anseios e possibilidades criadas pelo sistema baseado no consumismo.

Guareschi (2012) elenca o que diferencia entre propagandas e publicidade. As propagandas divulgam ideias, valores, princípios, como propaganda religiosa ou política e a publicidade é quando se quer anunciar e vender produtos, mercadorias. Elas podem ser arte ou transformar-se em artimanhas.

O homem tem a arte de inventar, criar, fazer algo novo, divino, belo, o estético, o prazeroso para enganar, seduzir, esconder, dominar, encantar. A propaganda está ligada ao belo, estético, de tomar conta dos nossos sentidos

podendo facilmente conduzir a situações que prejudicam a nós mesmos e a outros.

A influência da mídia é certa nos manipulando através dos encantos de suas propagandas e se torna tão difícil escapar delas.

Como Milton Santos escreveu sobre o tema do consumo e afirmava:

[...] O consumidor não é cidadão. Nem o consumidor de bens materiais, ilusões tornadas realidades como símbolos: a casa própria, o automóvel, os objetos, as coisas que dão status. Nem o consumidor de bens imateriais ou culturais, regalias de um consumo elitizado como o turismo e as viagens, os clubes e as diversões pagas; ou de bens conquistados para participar ainda mais do consumo, como a educação profissional, pseudo-educação que não conduz ao entendimento do mundo. (SANTOS, 1999, p.39)

A propaganda se transforma em artimanha, segundo Guareschi (2012), quando procura negar ou diminuir a consciência, induzindo a imitação, levando as pessoas a agir, a comprar algo para se parecer com um ator ou uma estrela, não as deixando refletir suas ações de forma hipnótica e assim por diante. Dessa forma, essa atitude sem reflexão, o torna escravo do consumismo, pois sua liberdade só começa quando para e pensa diante de cada ação.

As estratégias de marketing são bastante criativas, muitas delas marcaram ou marcam determinadas épocas e, mesmo com o passar do tempo a gente nunca esquece.

Santos (2001, p.25) crítica a atitude da sociedade brasileira e as diferenças entre as posturas da classe média e dos pobres na condição de consumidor e de cidadão.

O consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, a redução da personalidade e da visão do mundo, convidando também, a esquecer da oposição fundamental entre a figura do consumidor e a figura do cidadão. É certo que no Brasil tal oposição é menos sentida, porque em nosso país jamais houve a figura do cidadão. As classes chamadas superiores, incluindo as classes médias, jamais quiseram ser cidadãos; os pobres jamais puderam ser cidadãos. As classes médias foram condicionadas a apenas querer privilégios e não direitos. (SANTOS, 2001, p. 25)

Mais adiante, o autor acima referido destaca ainda o papel das instituições políticas, dos intelectuais e da classe média brasileira na modernização da economia e da inserção no mundo capitalista.

E isso é um dado essencial do entendimento do Brasil: de como os partidos se organizam e funcionam; de como a política se dá, de como a sociedade se move. E aí também as camadas intelectuais têm responsabilidade, porque trasladaram, sem maior imaginação e originalidade, à condição da classe média europeia, lutando pela ampliação dos direitos políticos, econômicos e sociais, para o caso brasileiro e atribuindo, assim, por equívoco, à classe média brasileira um papel de modernização e de progresso que, pela sua própria constituição, ela não poderia ter. (SANTOS, 2001, p. 25).

Inadequado seria esquecer que o mercado do consumo no sistema capitalista nos presenteia também a exclusão social, o desemprego, a fome, a apologia ao corpo, à moda, ao consumismo viciante, a degradação ambiental entre outros nos fragilizando emocionalmente a saúde mental e a autoafirmação do ser totalmente ilusório.

Conforme destaca Santos (2001, p.174),

Agora que estamos descobrindo o sentido de nossa presença no planeta, pode-se dizer que uma história universal verdadeiramente humana está finalmente começando. A mesma materialidade, atualmente utilizada para construir um mundo confuso e perverso, pode vir a ser uma condição da construção de um mundo mais humano.

Convém, então, ressaltar o quanto é importante o processo de construção da história, de como se procedeu nos vários períodos do crescimento e desenvolvimento do capitalismo e da globalização.

Deve-se mudar para uma nova postura mais consciente em relação ao ato de consumir, não deixar ser levado pelas vitrines chamativas abarrotadas de novidades e propagandas. Refletir se realmente o produto exposto é de extrema necessidade, consumir sim, mas o que é necessário, não deixar se enganar. Não se tornar um anúncio ofegante, anunciante e inconsequente e ambulante pelas ruas e avenidas. Estar sempre atento para não ser enganado pela mídia anunciante e deixar de ser escravo da posse de bens materiais.

### **III- METODOLOGIA/ IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO**

O desenvolvimento da proposta de intervenção se deu por meio de atividades com objetivo de propiciar formação educacional de qualidade aos alunos do 3º ano do ensino médio do Colégio Estadual Vera Cruz, do Município de Mandaguari-PR, bem como oportunizando, aos professores incluídos no PDE, estudos da formação continuada.

O desenvolvimento desta proposta se através de atividades para a produção deste artigo.

Na primeira fase organizou-se o projeto de intervenção pedagógica juntamente com leituras, estudos, pesquisas e reflexões sobre o mundo do consumo.

A segunda fase teve como encaminhamento a organização de uma Produção Didática “Unidade Didática” que foi utilizada como material de apoio com os alunos do 3º ano do ensino médio do período matutino do Colégio “Vera Cruz” e ficou disponível na Internet para professores que participaram do GTR (Grupo de Estudo em Rede), contribuindo com discussões sobre o assunto em questão.

Na terceira fase ocorreu a Implementação do projeto por meio de diversas atividades relacionadas ao tema central, com leituras e interpretações de textos informativos, levantamento de dados de hábitos de consumo, mapeamento das marcas mais utilizadas, reportagens de revistas, poemas, músicas, charges, imagens, vídeos e propagandas promovendo discussões na formação do ensino-aprendizagem nas trocas de ideias experiências entre aluno e professor garantindo a reflexão do mundo capitalista e suas artimanhas para conquistar o consumidor na prática cotidiana.

A estratégia metodológica para a implementação das ações no decorrer do processo, estão descrita a seguir:

O roteiro de trabalho foi, inicialmente, a apresentação do texto base e posteriormente foi solicitado que se fizesse pesquisa sobre as bibliografias relevantes para serem discutidas. Após, essa etapa foram selecionados textos que os alunos acharam interessantes para refletirem sobre a diferença entre o consumo e o consumismo, assim como o que é necessidade e o que é satisfação na aquisição de bens e produtos. Promoveu-se conversas e discussões entre os alunos sobre o assunto abordado.

Em seguida foi realizada uma pesquisa para comparar hábitos de consumo entre pessoas de diferentes idades por meio de entrevistas, que permitiram a reflexão tanto do entrevistador como do entrevistado sobre o "ser consumidor". Das informações coletadas e respeitando as respostas das pessoas entrevistadas, os dados foram analisados pelos alunos e foram apresentados aos demais alunos.

Pelas respostas obtidas, os alunos puderam perceber que existe uma diferença entre os hábitos de consumo entre os mais jovens e os mais idosos, bem como entre os homens e as mulheres. E, que hábitos de consumo nos anos oitenta do século passado é muito diferente dos dias atuais. A influência das propagandas é muito maior, atualmente, e que existem muito mais formas de aquisição dos produtos, como em lojas de diferentes formas e tamanho numa cidade relativamente pequena se comparada com Maringá ou Londrina.

A atividade comercial concentrada no centro da cidade de Mandaguari, possui lojas de grandes redes comerciais tanto nacionais como regionais, muitos no sistema de franquias. No entanto, a maioria dos entrevistados afirmou que faz compras em Maringá, Londrina ou Apucarana, pois são cidades maiores e oferecem mais opções de compras bem como de diversão e de entretenimento. Outro fator destacado pelos entrevistados, é a existência de shopping centers nessas cidades, que permitem o acesso à grandes redes de lojas com grifes famosas, e uma variedade maior de produtos, como de aparelhos eletroeletrônicos de última geração, que são o objeto de desejo dos consumidores. A grande maioria destacou que a cidade de Mandaguari não oferece atrativos para os que desejam consumir produtos mais modernos.

Outra questão bastante destacada é o acesso às lojas virtuais por meio da internet, que literalmente abre um mundo de ofertas para os consumidores de plantão, com é o caso da "Black Friday", um dia de ofertas com descontos de 70 a 90% nos produtos, e das "compras coletivas" que virou moda entre os mais jovens.

Diante dessas constatações, fez uma análise dos padrões de consumo na sociedade globalizada bem como das ações das grandes corporações para a venda de produtos, suas estratégias de marketing para incentivar cada vez mais o consumo de produtos e inclui um número cada vez maior de pessoas e de locais inseridos no mundo globalizado do consumo. A apresentação vídeos,

músicas, propagandas, reportagens, outdoor permitiram uma reflexão sobre as ações das empresas utilizando a mídia para incentivar o consumo.

Nestas atividades, os vídeos: “A história das Coisas” e “Ilha das Flores”, foram sugeridos pelos cursistas do GTR. Os dois relatam e nos fazem refletir sobre como as "coisas" são produzidas, suas consequências ambientais, sociais e econômicas e a influência que as propagandas exercem ao consumidor. É possível discutir o papel do capitalismo, as relações de trabalho, a extração de recursos, produção de lixo, e mostram especialmente, o “Ilha das Flores”, a relação entre o consumo das classes mais favorecidas e os que estão à margem, vivendo com as sobras do lixo.

O colégio Vera Cruz se localiza na área central de Mandaguari e recebe alunos de todos os bairros e de diferentes segmentos sociais, contudo a maioria vive em bairros extremamente pobres. Os alunos da turma, em questão, refletem essa situação toda a escola. Ao realizarem as atividades propostas, percebeu-se que eles fazem uso constante das novas tecnologias colocadas a nossa disposição e que, muitas vezes, os pais se sacrificam para dar aos filhos celulares e outros equipamentos desnecessários no dia-a-dia. Há a super valorização do “ter” em detrimento do “ser”. E, que cabe a ele e a toda sociedade consumir de forma consciente.

O poema e a música são importantes instrumentos de ensino-aprendizagem no ensino de Geografia, pois muitos poetas e músicos em suas obras contemplam reflexões e críticas enfatizando a realidade que vivemos. Tanto a música quanto o poema são ótimos recursos de comunicação existente na sociedade, pois por meio deles é possível transmitir não só palavras, mas sentimentos, ideias que podem ganhar grandes proporções didáticas na transmissão de conteúdos e estudo do meio quando bem direcionados.

A poesia tem grande importância no âmbito escolar, pois ela pode apresentar experiências humanas que podem ser consideradas no que se refere ao conhecimento. Sendo a escola o local que tem o papel de formar o homem integral, composto de razão e emoção, ela também é lugar de poesia. Nesse sentido, os alunos analisaram o poema “o poema do consumismo” de Mayara Cabral, e verificaram que a autora conseguiu sintetizar no poema todos os aspectos importantes do processo de produção e consumo,

destacando a velocidade dos lançamentos e da obsolescência dos produtos. Trata das formas e estratégias de marketing e de como somos atraídos para o consumo destes produtos. Os alunos, enfim, conseguiram relacionar o poema com o texto sobre as artimanhas e as armadilhas do consumo, tratado anteriormente.

Para Barduco (2012) a música é a linguagem da alma e como tal ela poderá nos ajudar a resgatar os verdadeiros valores tão ausentes no mundo de hoje, carente dos reais valores humanos. Humanizar a educação é o maior desafio que encontramos hoje nas escolas e nas famílias. Humanizar a educação é fazer valer estas três grandes virtudes: a bondade, a beleza e a justiça.

Para o desenvolvimento da proposta foi trabalhado com os alunos, a música “Terceira letra do Plural” composta por Humberto Gessinger (2004), do grupo Engenheiros do Hawwaii. A música trata do tema da publicidade, como forma de criar necessidades e do processo de alienação e como nos deixamos levar pelas propagandas sem pensar. Faz uma reflexão sobre a sociedade do consumo no atual estágio do capitalismo que cria novos produtos que se tornam obsoletos em uma velocidade muito rápida. Trata da velocidade, como diria Milton Santos “ tempos rápidos em detrimento dos tempos lentos”.

Nas discussões que se seguiram à análise da música, os alunos debateram sobre as influências dos programas de televisão e das propagandas elaborada por faixa etária e que desde pequenos estão sendo estimulados a consumir as ideias e produtos veiculados, criando uma nova geração de consumistas.

A fabricação do sabão foi mais uma atividade para complementar os estudo sobre o tema em questão, a importância de reutilizarmos os materiais que ao invés de serem descartados de forma inadequada. Estes podem ser utilizados para outros fins minimizando os impactos ambientais e evitando gastos na fabricação de um produto de qualidade. Tal ideia hoje vem sendo desenvolvida no Colégio Vera Cruz, na produção do sabão com o óleo da merenda escolar que ia parar no lixo, se transforma em um material de limpeza.

Por fim, as atividades aqui desenvolvidas propuseram análise e reflexões sobre a importância de viver na sociedade como um cidadão consciente e ativo. Consciente de que o consumidor deve buscar o equilíbrio entre a satisfação pessoal e o equilíbrio ambiental. Ativo para fazer da reciclagem, alternativa eficiente e sustentável, para se evitar a poluição e para criar, se necessário, uma fonte de renda. A proposta visava desenvolver a reflexão e o senso crítico em cada um, proporcionando assim aos alunos a tornarem-se produtores do ensino-aprendizagem por meio de atividades com base na vivência e do seu cotidiano.

#### **IV- CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o decorrer da Implementação, os estudos, as pesquisas, as análises permitiram reflexões por parte dos alunos do Colégio Vera Cruz de Mandaguari-PR, sobre a manipulação que sofrem pela sociedade do consumo e da globalização. Muitos desses alunos são influenciados pela moda, pelas marcas e pelas simbologias, sem se dar conta do quanto são manipulados por esse fenômeno tão comum e tão atual que é a propaganda e publicidade.

Mesmo numa cidade como Mandaguari, cidade com aproximadamente 32 mil habitantes, situada no Noroeste do Paraná, está inserida no global. E, é, cada vez que mais comum entrar na escola e deparar com alunos que desfilam nos corredores e na sala para mostrar sua nova aquisição, como símbolo de status para serem socialmente aceitos pelos outros. Comprovando sua alienação e dependência do sistema capitalista globalizado no qual está inserido.

E, ainda este trabalho fez com que os alunos e os participantes do GTR fizessem uma reflexão sobre a realidade da atual sociedade capitalista, em que você vale mais pelo o que possui do que pela pessoa que é, reforçando a cultura do ter. E, o quanto são condicionados a consumir cada dia mais pela influência da mídia que os manipula através dos encantos de suas propagandas, sem se dar conta disso. Percebeu-se que ao assumir a conduta do consumo exagerado está sendo incorporado pela lógica do mercado.

Assim, esquecendo-se de quem realmente somos e o quanto estamos prejudicando o meio ambiente, pois, quanto mais compramos mais as empresas produzem, utilizando mais os recursos naturais levando ao esgotamento dos mesmos. Aumentando cada vez mais, o acúmulo de bens e capitais das empresas.

O GTR viabilizou a participação e a contribuição dos professores participantes com o tema abordado no projeto, sua importância de se trabalhar o assunto na escola pública, complementando com mais referências, permitindo a construção coletiva do conhecimento.

Fica com este trabalho a sugestão que outras escolas promovam trabalhos que oportunizem reflexão sobre o consumo, pois este tem sido um desafio. As propagandas são realmente sedutoras, principalmente entre crianças e jovens.

Também, percebeu-se que muitas vezes os pais, de origem humilde, trabalham muito para que seus filhos adquiram roupas de marcas, eletrônicos, etc. O que está na moda hoje é o "funk ostentação" e até "roubo ostentação". Tudo fruto de uma sociedade consumista, onde o que importa é TER e não SER.

Deve-se levar para sala de aula este debate e trabalhar com os educando, a necessidade de uma consciência ecológica. Hoje tudo é descartável, o novo fica velho com uma rapidez que assusta. Cabe aos educadores alertar o educando para uma mudança nos hábitos consumistas. O consumo é adquirir o que é necessário para uma vida digna, já o consumismo é a escravidão do trabalhador que vive para comprar, comprar e comprar.

Por fim, deve-se analisar o processo de desenvolvimento da sociedade de consumo na atual fase do capitalismo e da globalização para entender os padrões de vida e para que o aluno possa refletir sobre os problemas do consumo de forma compulsiva, mudando urgentemente a postura para um consumo consciente e sustentável. Pensar como mudar os hábitos para um consumo sustentável e propor ações para os familiares, amigos e toda comunidade.

## V- REFERÊNCIAS

BARDUCO, Maria de Lourdes. **A importância da música na educação das crianças**. 14 de dezembro 2012. Disponível em: <<http://vidamaterna.com/a-importancia-da-musica-na-educacao-das-criancas/>>. Acesso em: 12/11/2013.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei 8.078/90 de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10603148/artigo-37-da-lei-n-8078-de-11-de-setembro-de-1990>>. Acesso em: 14/11/2013.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Lugar no/do Mundo**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

COLÉGIO VERA CRUZ. **Projeto Político Pedagógico do Colégio Vera Cruz Consumidor, consumo e consumismo**. Disponível em: <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=7332>>. Acesso em: 14/11/2013.

COSTA, Lúcio Augusto Villeta; IGNÁCIO, Rosane Pereira. **Relações de Consumo X Meio Ambiente: Em Busca do Desenvolvimento Sustentável**. Artigo. Rio Grande 18 de novembro de 2013. Disponível em: <[http://ambito-juridico.com.br/site/?artigo\\_id=10794&n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura](http://ambito-juridico.com.br/site/?artigo_id=10794&n_link=revista_artigos_leitura)>. Acesso em: 14/11/2013.

FERRARI, Juliana Spinelli. **Consumismo**. Disponível em: <<http://www.brasile scola.com/psicologia/consumismo.htm>>. Acesso em: 15/11/2013.

FREI BETTO. **Consumo, Logo Existo**. Artigo publicado em 01 de junho de 2008. Disponível em: <[www.mundoconsumista.glospot.com/2008/.../consumo-logo-existo-artigo.html](http://www.mundoconsumista.glospot.com/2008/.../consumo-logo-existo-artigo.html)>. Acesso em: 04/05/2013.

FREIRE, Paulo. **Conscientização: teoria e prática da libertação. Uma introdução ao pensamento de Paulo Freire**. São Paulo, SP: Cortez e Moraes, 1979.

GESSINGER, Humberto Terceira Letra do Plural. **Álbum Surfando Karmas e DNA**. São Paulo: Gravadora UNIVERSAL, 2004.

GUARESCHI, Pedrinho. A. **Propaganda: Arte ou Artemanhas?** Revista mundojovem um jornal de idéias. junho/2012 –p.19. Porto Alegre –RS. <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=30503> acesso 11/09/13.

LIBÂNIO, José Carlos; OLIVEIRA, João Ferreira de; TOSCHI, Mirza Seabra. **Educação Escolar: políticas, estruturas e organização**. São Paulo: Cortez, 2003, p.7

MUNDOJOVEM. **Propaganda: Arte ou Artimanhas?** Revista Mundo Jovem um jornal de ideias. ano50, nº427, junho/ 2012-Porto Alegre.

PALMIERI, Júnior Walter. **Capitalismo e Sociedade de Consumo da visão de Jean Baudrillard.** Dissertação de Mestrado p. 1 e 2. Disponível em: <[www.plenitude21.com.br/p21/Palmieri.pdf](http://www.plenitude21.com.br/p21/Palmieri.pdf)>. Acesso em: 04/06/2013.

PARANÁ. Diretrizes Curriculares da Educação. Geografia. Curitiba: Secretaria de Estado do Paraná, 2008.

PRADO. Gustavo, SALVI. Rosana Figueredo. Globalização e Ensino: Um Estudo sobre o Sistema Educacional na Fase Atual do Capitalismo. In: TORRES. Eloíza Cristina. et al (org.). Múltiplas Geografias – ensino-pesquisa-reflexão. Londrina: Midiograf, 2010, p.99 a 118.

RINALDI, Juliana. **A importância da poesia na formação da personalidade do homem.** artigo Universidade do Planalto Catarinense – UNIPLAC. Disponível em: <[http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes\\_anteriores/anais15/alfabetica/RinaldiJuliana.htm](http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais15/alfabetica/RinaldiJuliana.htm)>. Acesso em: 04/06/2013.

SANTOS , Milton. **Por uma Outra Globalização do pensamento único a consciência universal.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SANTOS, M. A. Natureza do espaço: técnica e tempo/ razão e emoção: 3ª Ed. São Paulo: Hucitec,1999.

SUNG, Jung Mo. **Consumo e novas Tecnologias. Para quem?** Revista mundo jovem um jornal de idéias. Março/2010 – 15.

#### **Sites:**

<http://www.mdgveracruz.seed.pr.gov.br/redeescola/escolas/19/1430/10/arquivos/File/ppp.pdf>. Acesso em: 16/11/13.

<http://www.mdgveracruz.seed.pr.gov.br/redeescola/escolas/19/1430/10/arquivos/File/ppp.pdf>. Acesso em: 16/11/13.

<http://www.vagalume.com.br/engenheiros-do-hawaii/biografia/> Acesso em: 10/09/13.

<http://www.youtube.com/watch?v=741IjTeLJz0> / Acesso em 15/05/14.  
<http://www.youtube.com/watch?v=ZgyNw5pIXE8/> Acesso em 15/05/14.

<http://www.youtube.com/watch?v=e7sD6mdXUyg/> Acesso em 16/05/14.