

Versão Online ISBN 978-85-8015-080-3
Cadernos PDE

VOLUME I

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

2014

CONSUMO RESPONSÁVEL NO ENSINO MÉDIO: UMA DISCUSSÃO SOBRE POSSIBILIDADES DE COMPRAS SUSTENTÁVEIS

Fabíola Tyszka Martinez¹

Carlos Eduardo Pilleggi de Souza²

Resumo

A investigação aborda o consumo responsável e possibilidades de compras sustentáveis, norteadas pelos eixos temáticos da Educação Ambiental e Educação Fiscal. A implementação do projeto ocorreu no Colégio Estadual Pilar Maturana, situado no Município de Curitiba – PR, com 75 estudantes do 3º Ano do Ensino Médio, no ano letivo de 2015. Tratou-se de uma investigação de natureza quali-quantitativa e com metodologia de aporte na pesquisa-ação. Tomou-se como base, para a intervenção na escola, a produção didático-pedagógica intitulada “*Consumo responsável e compras sustentáveis – uma proposta de educação para o ensino médio*”, construída no ano anterior (2014). A intenção principal foi debater sobre o consumo diário de produtos manufaturados pela atividade humana e os impactos ambientais decorrentes da exploração dos recursos naturais. Diante dos padrões insustentáveis de produção e consumo de bens e serviços da sociedade contemporânea, procurou valorizar propostas e ações empresariais e governamentais, ambientalmente menos danosas, com o intuito de despertar o senso crítico do educando nas suas decisões de consumo individual. Apontou alguns possíveis caminhos, desconhecido pela maioria dos estudantes: a rotulagem ambiental com identificação e compreensão dos selos verdes; o reconhecimento crítico ao *marketing* verde apelativo (*greenwashing*); a obsolescência programada; o repensar pré-consumo e ainda, com certo conhecimento por parte dos educandos, os 3R’s (reduzir, reutilizar, reciclar). Analisaram-se as atividades desenvolvidas pelos educandos bem como os resultados do questionário semiestruturado aplicado antes e após a intervenção pedagógica.

Palavras-chave: Consumo responsável. Educação Fiscal. Agenda 21. Sustentabilidade ambiental. Ensino de biologia.

1. INTRODUÇÃO

A (in)sustentabilidade ambiental do nosso planeta ganha cada vez mais espaço nos debates acadêmicos, políticos e nos meios de comunicação de massa. As sociedades contemporâneas, pós-industriais, atingiram um grande desenvolvimento tecnológico e científico, um elevado grau de produção e consumo de bens e serviços. Por outro lado, se apresentaram com um alto poder destrutivo, especialmente no que se refere à exploração demasiada dos recursos e estragos irreversíveis ao patrimônio natural.

Assim, os educadores e educandos, no papel de consumidores, podem vir a perceber o significado de suas próprias ações em relação aos seus efeitos no

¹Professora de Biologia, participante do Programa de Desenvolvimento Educacional (2014-2015) da Secretaria de Estado da Educação do Paraná. e-mail: tyszka@seed.pr.gov.br

²Professor orientador, doutor docente da Universidade Federal do Paraná. Departamento de Teoria e Prática de Ensino. Setor de Educação. Área de Ciências da Natureza. e-mail: cepsouza2004@yahoo.com.br

ambiente. Para que tal feito efetivamente aconteça, é preciso provocar, junto à comunidade escolar, debates que levem à prática de opções de compras ambientalmente menos danosas. O acesso às informações que possibilitem a identificação dos produtos que estão disponíveis no mercado, como formas alternativas mais sustentáveis nas decisões de consumo individuais, são metas a serem perseguidas pelos educadores comprometidos com um ensino problematizador, quando do trato de temas ambientais.

Esta pesquisa faz parte do Programa de Desenvolvimento Educacional (PDE) da Secretaria de Estado da Educação do Paraná (SEED-PR), em parceria com instituições do Ensino Superior. No programa, um grupo de professores pesquisadores, durante dois anos de formação continuada, que ocorreu de fevereiro de 2014 a dezembro de 2015, busca o desenvolvimento de ações educacionais sistematizadas, que resultem num redirecionamento da prática pedagógica na sua realidade escolar, propagando os resultados a outros educadores.

A investigação engloba os eixos temáticos da Educação Ambiental e Educação Fiscal, que são referidos em legislações federais e estaduais e que também estão inseridos nos desafios educacionais contemporâneos da SEED-PR, tornando-se assim, necessário a sua inserção urgente nos projetos políticos-pedagógicos das escolas.

As atividades foram produzidas com o objetivo de proporcionar situações de ensino-aprendizagem junto aos estudantes do ensino médio, para que conheçam propostas e ações dos órgãos públicos e privados, que viabilizam e aprofundam a prática do consumo responsável (consciente, ético, sustentável).

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. A AUSÊNCIA DOS LIMITES DE PADRÕES DE PRODUÇÃO E CONSUMO

O impacto destrutivo das tecnologias sobre o meio ambiente, nas décadas de 60 e 70, foi incluso nas atenções dos estudiosos e movimentos ambientalistas, ocorrendo, de acordo com Portilho (2005), um deslocamento dos discursos que responsabilizavam o aumento populacional, para os que denunciavam os padrões de produção e ainda, o consumismo das sociedades modernas, como uma das causas da degradação ambiental.

O relatório intitulado *Os limites do crescimento*, publicado em 1972, denunciava segundo Dias (2004), a busca do desenvolvimento da sociedade a

qualquer custo. O crescimento incessante de consumo poderia ocasionar a escassez dos recursos naturais do planeta num período máximo de cem anos. No entanto, o mecanismo para restringir a extração de recursos naturais disponível, de acordo com Portilho (2005), seria o aumento dos preços manifestados a partir da escassez, apresentando uma leitura reducionista ao discorrer sobre o consumo.

Com a mudança de perspectiva em relação à crise ambiental, iniciam-se medidas mais concretas para os processos produtivos e tecnológicos dos países desenvolvidos, conciliando desenvolvimento econômico e proteção ambiental. Surgem “novas formas de legislação, agências e instituições ambientais, grandes investimentos e políticas voltadas para novas tecnologias e técnicas de produção limpa, ecoeficiência e produtos verdes”, sendo tais práticas rotuladas de “eco-capitalismo” e compreendidas como uma nova oportunidade de negócios PORTILHO (2005, p.48).

Em 1987 foi divulgado o relatório da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento ou *Comissão Brundtland*, denominado *Nosso Futuro Comum*. Considerado um dos mais importantes, até hoje, para quem lida com as questões ambientais, por tratar-se, para as futuras gerações, da busca do desenvolvimento sustentável, sem comprometer os recursos ambientais (DIAS, 2004).

Portilho (2005) ressalta que, apesar do relatório abordar a distinção entre desejos e necessidades nos estilos de vida, a partir das possibilidades do planeta, o documento não propõe às nações mais ricas, uma redução do consumo material. Na contramão, apoia o desenvolvimento tecnológico e o crescimento econômico, sendo que os padrões de consumo, se modificados, poderiam prejudicar o progresso.

A predominância deste discurso, de acordo com Dias (2004), começou a ser instigada durante as preparações diplomáticas da *Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento* (CNUMAD), no Rio de Janeiro, em 1992. Conhecida como *Rio 92* ou *Cúpula da Terra*.

2.2. CONSUMO SUSTENTÁVEL – LIMITES E POSSIBILIDADES

No decorrer da conferência *Rio 92*, analisam e ampliam o conceito de desenvolvimento sustentável, segundo Kohler e Philippi Jr. (2005), na busca de conciliar justiça social, eficiência econômica e equilíbrio ambiental, indicando ferramentas de gerenciamento de ordem prática, nas áreas onde a atividade humana incida de forma prejudicial ao meio ambiente. Momento onde começa um novo

deslocamento do discurso mundial (PORTILHO, 2005), ao defrontar os limites da expansão dos estilos de vida e consumo das nações ricas.

Destacam-se a seguir, alguns dos apontamentos abordados nos documentos da *Conferência Rio 92* para obtenção de um equilíbrio sustentável entre consumo, população e capacidade de suporte do planeta:

- ✓ Na Carta do Rio sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente, destacamos o Princípio 3:

“O direito ao desenvolvimento deve ser alcançado de forma a garantir as necessidades das gerações presentes e futuras.” (DIAS, 2004, p. 375).

E, ainda, o Princípio 8 que conta:

“Os Estados devem reduzir e eliminar mecanismos de produção e consumo insustentáveis e promover políticas demográficas adequadas, a fim de alcançar o desenvolvimento sustentável e a melhoria da qualidade de vida das populações.” (DIAS, 2004, p. 375).

- ✓ No evento paralelo, o Fórum Internacional de Organizações Não Governamentais (ONGs) e Movimentos Sociais, nomeado *Fórum Global*, produziram o *Tratado das ONGs*, destacando:

Os mais sérios problemas globais de desenvolvimento e meio ambiente que o mundo enfrenta decorrem de uma ordem econômica mundial **caracterizada pela produção e consumo sempre crescentes, o que esgota e contamina nossos recursos naturais**, além de criar e perpetuar desigualdades gritantes entre as nações, bem como dentro delas. Não mais podemos tolerar tal situação, que nos levou **além dos limites da capacidade de sustento da terra**, e na qual vinte por cento das pessoas consomem oitenta por cento dos recursos mundiais. (FÓRUM GLOBAL, 1992, p. 40, grifo nosso).

- ✓ Na Agenda 21 Global, principal instrumento construído, norteado para a ação, está dividido em quatro seções contendo quarenta capítulos. Dias (2004), ressalta que a educação ambiental está presente em quase todos os capítulos do documento.

O capítulo 4 da *Agenda 21* aborda as *Mudanças dos padrões de consumo*. Estão elencados abaixo, itens relevantes que inspiraram a concepção desta pesquisa:

(c) *Auxílio a indivíduos e famílias na tomada de decisões ambientalmente saudáveis de compra*

4.20. O recente surgimento, em muitos países, de um **público consumidor mais consciente do ponto de vista ecológico**, associado a um maior interesse, por parte de algumas indústrias, em fornecer bens de consumo mais saudáveis ambientalmente, constitui acontecimento significativo que deve ser estimulado. Os Governos e as organizações internacionais, juntamente com o setor privado, devem **desenvolver critérios e metodologias de avaliação dos impactos sobre o meio ambiente** e das exigências de recursos durante a totalidade dos processos e ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos. **Os resultados de tal avaliação devem**

ser transformados em indicadores claros para informação dos consumidores e das pessoas em posição de tomar decisões.

4.22. Além disso, os Governos também devem estimular o surgimento de um público consumidor informado e auxiliar indivíduos e famílias a fazer opções ambientalmente informadas das seguintes maneiras:

(a) Com a **oferta de informações** sobre as consequências das opções e comportamentos de consumo, **de modo a estimular a demanda e o uso de produtos ambientalmente saudáveis**;

(b) Com a **conscientização dos consumidores acerca do impacto dos produtos** sobre a saúde e o meio ambiente por meio de uma legislação que proteja o consumidor e de uma **rotulagem com indicações ecológicas**;

(c) Com o estímulo a determinados programas expressamente voltados para os interesses do consumidor, como a **reciclagem e sistemas de depósito/restituição**.

(f) Reforço dos valores que apoiem o consumo sustentável

4.26. Os Governos e as organizações do setor privado devem promover a adoção de atitudes mais positivas em relação ao **consumo sustentável por meio da educação, de programas de esclarecimento do público** e outros meios, como **publicidade positiva** de produtos e serviços que utilizem tecnologias ambientalmente saudáveis ou estímulo a padrões sustentáveis de produção e consumo. (CNUMAD, Agenda 21 Global, grifo nosso).

Em 2012, ocorre outro evento no Brasil, a *Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável* ou, como é mais conhecida, a *Rio+20*. Resultou num guia que a ser utilizado pelos países, apontando para uma “economia verde” que detalha como as políticas econômicas podem auxiliar no desenvolvimento sustentável para tornar seus padrões de produção e consumo mais sustentáveis (ONU, 2012).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A implementação da presente investigação foi realizada no Colégio Estadual Pilar Maturana, situado no Município de Curitiba – PR, na Rua Guaporé, nº 1689, Bairro Alto, escola sede do professor PDE. O colégio, com 6.915 metros quadrados de área construída, abriga cerca de 1.100 alunos. Os participantes da investigação foram 75 estudantes do 3º Ano do Ensino Médio, duas turmas do período matutino e uma turma do período noturno, durante o período de abril a novembro de 2015.

Trata-se de uma investigação de natureza quali-quantitativa e com metodologia de aporte na “pesquisa-ação”. Foi conduzida junto à comunidade escolar e está fundamentada em uma autorreflexão empreendida entre educadores e educandos, onde se procurou com esta interação, de maneira colaborativa, um maior entendimento e aprimoramento das práticas sociais e pedagógicas. A intenção principal foi debater sobre consumo diário de produtos manufaturados pela atividade humana e os impactos ambientais decorrentes do seu consumo.

Educadores e educandos desempenharam um papel ativo junto à realidade dos fatos observados, com encaminhamento de ações cotidianas concretas e espontâneas, contribuindo na solução dos problemas investigados e, por conseguinte, possibilitando condições favoráveis para se verificar e perceber a construção da aprendizagem, almejando-se a “sonhada sustentabilidade do consumo responsável”.

Para execução e desenvolvimento desta proposta pedagógica, tomou-se como base, para a implementação na escola sede do professor PDE, a produção didático-pedagógica (Quadro 1) no formato de Unidade Didática intitulada “*Consumo responsável e compras sustentáveis – uma proposta de educação para o ensino médio*”, construída no ano anterior (2014).

UNIDADE DIÁTICA CONSUMO RESPONSÁVEL E COMPRAS SUSTENTÁVEIS
➤ Módulo 1 – CONSUMO versus RECURSOS NATURAIS
Atividade 1 –Trabalhando com imagens. Atividade 2 – Trabalhando com vídeos - <i>Mar</i> ; A História das Coisas. Atividade 3 –Trabalhando com textos. Consumindo a vida. Prática do consumo sustentável.
➤ Módulo 2 – EMBALAGENS: RESPONSABILIDADE PRÉ-CONSUMO
Atividade 4 –Trabalhando com textos. Repensando o consumo – a escolha é sua! Atividade 5 –Trabalhando com vídeos. Dr. Sigmundo (Campanha da Prefeitura Municipal de Curitiba) Atividade 6 –Trabalhando em campo. Consumo de produtos ou embalagens? Atividade 7 –Trabalhando com reportagem, propaganda e artigo.
➤ Módulo 3 – ROTULAGEM AMBIENTAL – SELOS VERDES
Atividade 8 –Trabalhando com imagens dos selos. Atividade 9 – Trabalhando com pesquisa – significado dos selos. Atividade 10 – Trabalhando com mais selos – confecção de cartazes. Atividade 11 – Trabalhando em campo. Produtos com rotulagem ambiental.
➤ Módulo 4 – GREENWASHING – NEM TUDO É O QUE PARECE
Atividade 12 – Trabalhando com propaganda – Pesquisa. Comprando gato por lebre! Atividade 13 – Trabalhando em campo. Profissão: detetive ambiental. Atividade 14 – Trabalhando com propagandas publicitárias – Vídeos. Não se deixe enganar!
➤ Módulo 5 – COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO SETOR PÚBLICO
Atividade 15 –Trabalhando com pesquisa. Com dinheiro público não se brinca! Atividade 16 – Trabalhando com cidadania. Compras públicas sustentáveis no seu município.

Quadro 1 – Organização da unidade didática

A produção didático-pedagógica é composta por textos para embasamento do estudante e do professor, atividades, roteiros para pesquisa de campo e ainda sugere encaminhamentos metodológicos que orientam o educador. Não sendo possível neste trabalho, expor por completo, optamos por uma sucinta descrição de alguns procedimentos e/ou instrumentos utilizados (Quadro 2).

ALGUNS INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS EMPREGADOS

➤ **Módulo 1 – CONSUMO versus RECURSOS NATURAIS**

Problemática sobre o tema - Desenvolvimento industrial capitalista e produção e consumo de bens e serviços. Consumo exacerbado e suas consequências para o meio ambiente. Poder da mídia. Conceitos de obsolescência programada, ciclo de vida do produto, matéria-prima, consumismo, desenvolvimento sustentável.

❖ **ATIVIDADE 2**

• **Vídeo: *Man*** – Steve Cutts, 2012. Duração: 3min.36seg.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WfGMYdalCIU>

A animação (sem narrativa) é uma contundente crítica sobre a relação que o ser humano estabeleceu com o planeta ao longo de sua história. De forma lúdica, apresenta a “chegada do homem” ao planeta Terra há 500 mil anos e sua interferência desrespeitosa no meio ambiente para satisfazer seus desejos de consumo cada vez mais crescentes.

• **Vídeo: *A História das Coisas*** – Título original: *Story of Stuff*. Roteiro: Annie Leonard. Direção: Louis Fox. Produção: Free Range Studios. EUA, 2005. Duração 21min.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q3YqeDSfdk>

Documentário que trata da extração, produção, venda, consumo e descarte “das coisas”. Denuncia a lógica capitalista apoiada na produção e consumo exacerbado e suas consequências para o meio ambiente.

• **Texto: *Agentes da obsolescência programada e o descarte precoce***. Fabián Echegaray. 11/11/2014.

Disponível em: <http://www.institutofilantropia.org.br/component/k2/item/7084-agentes-daobsolesc%C3%A2ncia-programada-e-o-descarte-precoce>

Questões propostas: - O que é obsolescência programada? - Por que ocorre o descarte precoce dos produtos? - Existem formas de conter o descarte com o intuito de reduzir o volume do consumo?

❖ **ATIVIDADE 3**

• **Texto: *Consumindo a Vida***. André Trigueiros. 16/10/2006. Discute sobre os padrões de produção e consumo, e as suas inter-relações com o consumismo e a redução dos recursos naturais.

Disponível em: <http://www.mundosustentavel.com.br/2006/12/consumindo-a-vida/>

• **Texto: *Consumo sustentável: o que fazer por nós e pelo planeta?*** IDEC. Folheto. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/folheto-consumo-sustentavel.pdf>

Introduz os conceitos de desenvolvimento sustentável e práticas de consumo sustentável. Aponta três caminhos para a “revolução na produção e no consumo”.

• **Vídeo: *Fiscais da Natureza***, 26/09/2009. Entrevista com André Trigueiros.

Duração: 5min.18seg. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WIQLRjMvKIY>

➤ **Módulo 2 – EMBALAGENS: RESPONSABILIDADE PRÉ-CONSUMO**

Explora a quantidade e variedade de embalagens que acompanham os produtos, bem como a quantidade de recursos naturais utilizados na sua produção. Opções de matérias-primas. Além do enfoque nos 3R's – reduzir, reutilizar, reciclar (pós-consumo), reflexões sobre as escolhas dos consumidores por produtos com critérios ambientais favoráveis - o repensar (pré-consumo).

❖ **ATIVIDADE 5**

• **Vídeos: *Doutor Sigmundo – soluções para o problema do lixo***. Prefeitura Municipal de Curitiba. 07/04/2014.

Consulta de hoje: (vagem; vidro; pão). Duração: 30 seg. cada. Disponível em: <http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2965.mp4>
<http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2964.mp4> <http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2963.mp4>

Campanha publicitária para incentivar a redução da quantidade de lixo produzida pela população de Curitiba.

Algumas das questões propostas: - O que você acredita ser necessário para que estas “consultas” sugeridas realmente ocorram na prática diária da sua casa? E na casa de outras famílias? - Na sua casa há embalagens que são reutilizadas? Para que fins? - Que outras consultas você pode sugerir ao Dr. Sigmundo?

❖ **ATIVIDADE 7**

• **Reportagem: *Falta combinar com o consumidor***. Revista Época. Aline Ribeiro. 11/04/2010.

Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI132663-15259-2,00-FALTA+COMBINAR+COM+O+CONSUMIDOR.html>

O texto discute porque determinados produtos, apesar de apresentarem características mais sustentáveis, minimizando o uso de recursos naturais, não encontram a aceitação junto aos consumidores.

Questões propostas a partir de trechos retirados da reportagem:

a) “As empresas estão fazendo produtos que agridem menos o meio ambiente, sem aumentar o preço. Parece ótimo. Então por que tão pouca gente compra?”

Com base na leitura, apresente argumentos que respondam a esta pergunta (baseado na reportagem):

b) “Várias empresas e uma rede de supermercados apostaram na grande procura dos consumidores por

produtos que agridam menos o meio ambiente. Isto não aconteceu da forma esperada.” Elenque algumas ações que poderiam ter contribuído para o sucesso desta iniciativa (a partir das suas concepções):

- **Vídeo: Ana Maria Braga apresenta – amaciante Comfort Concentrado.** Propaganda publicitária. Unilever. 2008. Duração: 30seg. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=O1PAApog7rg>
- c) Algumas questões propostas: O anúncio é atraente para o consumidor? As informações sobre o produto são esclarecedoras? As informações adicionais sobre a redução de matéria-prima na confecção da embalagem são esclarecedoras? Após assistir ao anúncio, você compraria este produto? Por quê?
- **Artigo: Consumo consciente: o caso Unilever.** Aerton Paiva. Gestão Origami. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/view/12559169/consumo-consciente-o-caso-unilever>
- d) Considerações e análises do autor, concebidas a partir da reportagem e do comercial:

➤ **Módulo 3 – ROTULAGEM AMBIENTAL – SELOS VERDES**

Embasamento teórico: histórico dos primeiros selos (internacionais); apresentação e identificação de alguns selos; esclarecimento dos termos certificação ambiental e rotulagem ambiental (selo verde).

- **Vídeo: Empreendimentos imobiliários –Selo LEED, AQUA E CASA AZUL.** Jornal da Globo. Brasil está entre os líderes de construções sustentáveis. Coluna Sustentável. André Trigueiro. 03/01/2013. Duração: 5min.45seg. Disponível em: <http://globo.com/rede-globo/jornal-da-globo/v/brasil-esta-entre-lideres-do-mercado-de-construcoes-sustentaveis/2326396/https://www.youtube.com/watch?v=TYVQeaVQ3QM>
- **Vídeo: Certificações orgânicas, naturais– Selo IBD, ECO CERT.** TV Cultura. 30/09/2011. Duração: 2min.40seg.. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YQxyq_ikIBc

❖ **ATIVIDADES 9, 10 E 11** (concomitantes)

Selos pré-selecionados (encontrados em produtos e/ou serviços) para o desenvolvimento das atividades:

PROCEL	RAS	QUAL	ECO CERT	FSC	LEED	AQUA	AZUL
CERTIFIED	Qualidade	USDA	ORGÂNICO	CERFLOR	IBD	DOLPHIN	FRIEND of
HUMANE	ABNT	Organic	DO BRASIL		orgânico/natural	SAFE	the SEA
	Ambiental						

Cada grupo (dupla ou trio) responsável pela pesquisa de alguns selos pré-determinados.

Roteiro proposto: - Qual é o símbolo do selo (imagem). - O que este selo significa? - Que tipos de produtos/serviços podem ser certificados com este selo? - Quais os princípios e critérios para receber esta certificação? - Buscar produtos que apresentam o selo (imagens fotográficas, embalagens dos produtos). - Qual o seu diferencial em relação a outros produtos da mesma categoria. - Confecção de cartaz com a imagem do selo. - Exposição oral dos grupos (seminários).

➤ **Módulo 4 – GREENWASHING – NEM TUDO É O QUE PARECE**

Embasamento teórico:

- Apresentação e explanação: **Greenwashing no Brasil: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos.** Pesquisa 2014. MARKET ANALYSIS; TERRACHOISE. Disponível em: http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Greenwashing_2014_MarketAnalysis.pdf
- **Vídeo: Maquiagem verde.** Reportagem Jornal Nacional – Rede Globo 03/10/2014. Duração: 2min. 24seg. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/10/estudo-mostra-que-empresas-usam-maquiagem-verde-nos-rotulos.html>

As atividades propostas buscaram possíveis produtos e/ou empresas que cometem o *greenwashing*, identificando um ou mais dos “sete pecados da rotulagem ambiental”.

➤ **Módulo 5 – COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO SETOR PÚBLICO**

Embasamento teórico:

- **Vídeo: Servidores públicos e o Programa A3P** (Agenda Ambiental na Administração Pública). Ministério do Meio Ambiente. Comissão Gestora da A3P. Duração: 8 min. Animação que apresenta exemplos de atitudes ambientalmente favoráveis que podem ser praticadas no ambiente de trabalho. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QKzMBI6wsuY&feature=player_detailpage
- **Texto: O que é Licitação Sustentável?** Ministério do Meio Ambiente. Responsabilidade Socioambiental. A3P. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/526>
- **Texto: Compras Sustentáveis na Prática.** Ministério do Meio Ambiente. Responsabilidade Socioambiental. A3P. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/9031>

Quadro 2 – Alguns dos instrumentos e procedimentos metodológicos empregados na implementação do projeto com base na unidade didática.

Como Instrumento de Coleta de Dados (ICD) foi elaborado um questionário semiestruturado, formado por questões fechadas, sobre assuntos relacionados ao consumo responsável, enfocando o conhecimento, as ações referentes à compra de produtos e às ações praticadas em sua residência. Buscou-se inicialmente (pré-teste), identificar os conhecimentos prévios dos educandos sobre o tema. A composição da amostra efetivou-se com a aplicação do pré-teste a todos os presentes em sala de aula no dia da aplicação, nas três turmas envolvidas, totalizando 64 estudantes. Cabe ressaltar que os questionários não apresentavam identificação dos estudantes.

Ao final da implementação do projeto, o mesmo ICD foi reaplicado (pós-teste) com o objetivo de avaliar se houve a apropriação de novos conceitos por parte dos estudantes e se as atividades formativas contribuíram como facilitadoras de aprendizagem; além de averiguar percepções de suas ações, no que se refere aos hábitos de compras com ênfase nas possíveis relações com as demandas ambientais. Foi aplicado o pós-teste a 64 estudantes, ao acaso, nas três turmas envolvidas, de forma a obter a mesma intensidade amostral.

Outra atividade desenvolvida no programa PDE foi o Grupo de Trabalho em Rede (GTR), onde o professor PDE atuou como tutor, construindo e ofertando um curso de formação na modalidade de educação a distância para outros professores, com o suporte técnico e pedagógico de profissionais da SEED-PR. Ocorreu no período de 08 de setembro a 09 de dezembro de 2015, com carga horária de 64 horas. O GTR “oportuniza situações em que os participantes são instigados a sistematizar e aprimorar suas práticas pedagógicas” (PARANÁ, 2015, p. 3). Para aporte teórico-metodológico das discussões, foram disponibilizados o projeto de intervenção pedagógica, a produção didático-pedagógica e concomitantemente o relato da implementação na escola, além de outros materiais de apoio indicados para aprofundamento do tema, como textos acadêmico-científicos, vídeos e sites.

O GTR e a implementação da proposta na escola deveriam acontecer no primeiro semestre de 2015, entretanto, com duas greves dos profissionais da educação sucedidas neste período, o calendário escolar foi alterado e os prazos das atividades do PDE no decorrer do ano letivo, conseqüentemente foram estendidos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. PRODUÇÕES REALIZADAS PELOS EDUCANDOS

Por adequação ao tempo disponível, as atividades 9, 10 e 11 do Módulo 3 (ROTULAGEM AMBIENTAL - SELOS VERDES) foram adaptadas e realizadas concomitantes. Já no Módulo 5 – COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO SETOR PÚBLICO sucederam apenas o embasamento teórico sobre o assunto. As demais atividades aconteceram de acordo com o proposto. Neste trabalho, optamos por explorar os resultados de duas das atividades desenvolvidas:

➤ ATIVIDADE 2 (Módulo 1):

Os estudantes realizaram uma produção de texto livre sobre suas impressões do curta “*Man*”. Seguem trechos na visão de alguns estudantes:

“Infelizmente todos os homens, de alguma forma, destroem algo para seu bem próprio ou simplesmente por destruir. Infelizmente eu também contribuo com algumas dessas atrocidades, direta ou indiretamente.” (P.S.P.)

“O planeta dá as boas-vindas ao homem e o homem se acha dono desse espaço fazendo o que bem entende com ele, ameaçando assim a sua própria existência.” (C.S.S.)

“No vídeo aparece um homem no qual representa a população toda, mostra o quão nós consumimos coisas desnecessária... transparece onde vamos chegar agindo como tal.” (M.G.S.)

Além de explorar o modo de vida não sustentável das sociedades atuais, o vídeo permitiu abordar outros tópicos correlatos abordados na unidade didática, como o descarte inadequado do lixo, a exploração de animais para o entretenimento humano e a devastação ambiental desenfreada:

“... consumimos muito e não vemos as consequências que isso trás na nossa sociedade, usando papel vindo de árvores, animais e suas pelagens transformadas em roupas, animais sendo testados há todo momento pela ciência...” (G.L.C.)

“... até quando o Planeta vai aguentar?” (S.A.S.J.)

“Revela a mentalidade capitalista e nada sustentável que muitos de nós temos...” (S.F.P.)

“... somos seres extremamente egoístas, matamos, cortamos, produzimos, mas nunca evoluímos para melhor.” (R.B.)

Este vídeo já teve milhões de visualizações na internet e ganhou notoriedade pela forte crítica que faz à relação que os seres humanos estabeleceram com a natureza ao longo do tempo. As produções escritas e manifestações orais revelaram que muitos dos educandos conseguiram se perceber como “destruidor”. Mais que isso, “aquele homem” da animação retrata como nós somos e o que nós fazemos.

➤ ATIVIDADE 7 (Módulo 2):

Em duplas, os estudantes responderam as questões a, b, c propostas na atividade 7, totalizando 37 duplas participantes.

No conjunto das respostas, referentes à Questão (a), presente na chamada da reportagem, os estudantes indicaram com maior frequência: a desinformação, a falta de informações sobre o produto e a falta de divulgação/propaganda, respectivamente. Outros tópicos citados foram: desinteresse em conhecer o produto; comodismo, receio em mudar o hábito de consumo; receio de experimentar algo novo; desconhece a qualidade do produto; hábito de comprar sempre os mesmos produtos; preferência pela quantidade do que a qualidade optando pelas embalagens maiores; receio de experimentar algo novo; dúvida/desconfiança na qualidade do produto ecológico.

Quanto a Questão (b) elencaram algumas ações que poderiam ter contribuído para o sucesso desta iniciativa, a partir das suas próprias percepções. No conjunto das respostas, indicaram quase que na totalidade, orientação e esclarecimento sobre os produtos; a divulgação; a necessidade de propagandas mais eficientes a favor dos produtos ecológicos, com maior investimento em *marketing*.

Outros estudantes ainda incluíram: ênfase ao rendimento do produto; investir na qualidade das embalagens; embalagens mais chamativas; amostras grátis para conhecer o produto; espaço exclusivo nas prateleiras do comércio; propaganda boca a boca; mais visibilidade nas prateleiras; diminuir imposto dos produtos ecológicos; aumentar o preço ou tirar do mercado produtos que agridem o meio ambiente; a conscientização das pessoas; uma política ecológica que levasse à prática; falta de tradição nas famílias; mais divulgação nas redes sociais; supermercados para produtos ecológicos.

Algumas falas dos estudantes:

“O marketing tem que ser simples e que explique o quão sustentável é aquele produto. A tecnologia avança e a sociedade fica empacada... As embalagens tem que ter um slogan “verde” e informações de como aquele determinado produto ajuda o meio ambiente.” (K. C. S.; E. A.)

“... leis rígidas que fizesse com que os produtos que destroem o meio ambiente saíssem de circulação permanentemente.” (G. P. S.; G. H.)

Até este momento ainda não havia sido abordado pelo professor PDE a rotulagem ambiental, entretanto, a indicação de um selo verde, foi registrada em cinco respostas dos estudantes: selos com maior credibilidade; um selo verde de renome; deixar mais amostra o selo; deixar amostra o selo ecológico; um selo nacional para os produtos sustentáveis.

“... campanhas que divulgassem esses produtos, um selo verde de renome, mostrar os benefícios que esses produtos trazem para o meio ambiente, colocar palavras mais fáceis nos rótulos.” (S.M.G.F.; S.A.S.J.)

Por meio desta atividade foi possível constatar que apenas 13,5% dos alunos citaram a possibilidade de um selo verde na embalagem, indicando um possível desconhecimento da rotulagem ambiental.

Quanto a Questão (c) predominaram nos registros sobre o comercial *Confort Concentrado*, a omissão de informações a respeito da redução de matéria-prima na confecção da embalagem, sugerindo assim, um olhar diferenciado para a propaganda.

Na Questão (d) com a leitura do texto de Aerton Paiva (2010) que apresenta excelentes considerações e inúmeras análises concebidas a partir da reportagem e do comercial, aprofundaram seus conhecimentos. O autor explora um modelo de desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis, considerando seis dimensões de análises: utilidade, ambiental, social, econômica, comportamental e simbólica.

O mundo da sustentabilidade é repleto de constatações. (...) Esta mudança depende de todos nós, mas sobretudo e principalmente das próprias empresas e de suas áreas de comunicação e marketing. (PAIVA, 2010).

Ainda, segundo Paiva (2010), “A questão central é que os profissionais de comunicação não estão percebendo que o papel dela (a comunicação) deve ser o de educar (comportamentos e símbolos)...” Debates foram realizados e novamente responderam a questão oralmente, agora embasada nas inúmeras considerações do autor. Neste contexto, a atividade apresentou-se esclarecedora com a construção de conhecimentos significativos, evidenciando o quanto somos desinformados e quantas outras variáveis também podem ser consideradas para responder as questões propostas na ATIVIDADE 7.

4.2. QUANTO AO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

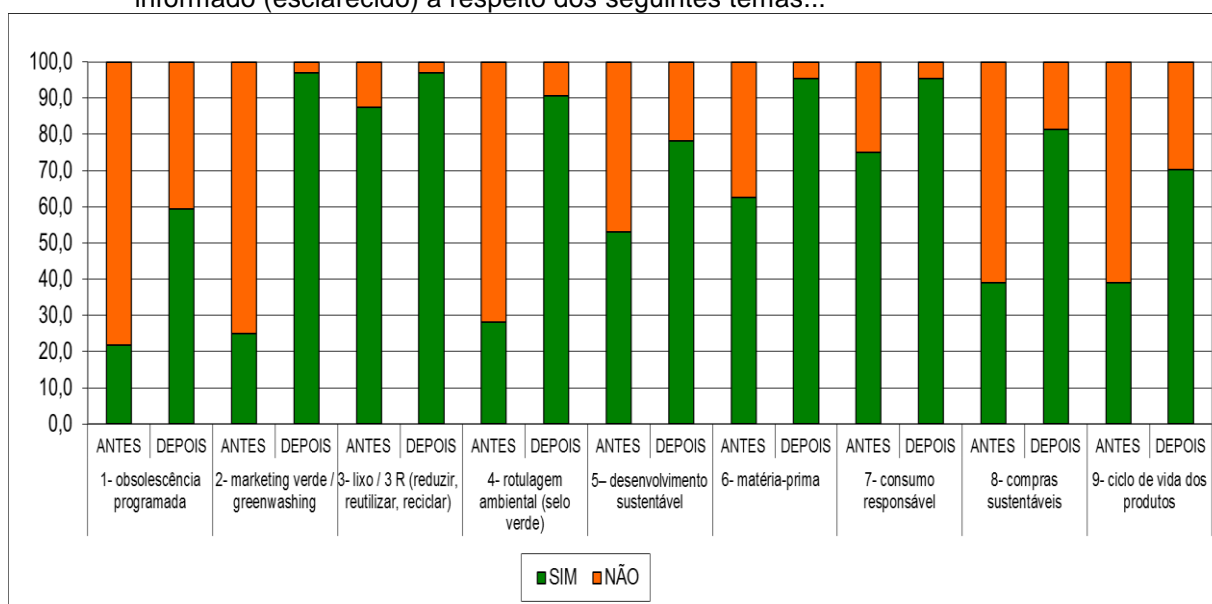
Com a aplicação do ICD, foi constatado avanço das concepções teóricas, no processo de construção dos conceitos e a sua interferência nas reformulações conceituais e atitudinais. Em geral, os educandos atribuíram um significado às aprendizagens propostas e construídas, como uma ferramenta viável de aplicação, desenvolvendo responsabilidades e habilidades individuais no seu cotidiano posterior.

Quando os consumidores lidam com dificuldades e dilemas relacionados ao seu papel, ao seu poder e a sua responsabilidade pela melhoria ambiental, pelas suas escolhas e comportamentos, estão aprendendo a posicionar-se sobre quem são os atores e quais são as instituições que devem ser responsáveis por cada problema e cada solução. É uma nova forma de

percepção e definição da questão ambiental que estimulou o surgimento de uma série de estratégias, como 'consumo verde', 'consumo responsável / consciente/ ético' e 'consumo sustentável'. (CORTEZ, 2009, p. 54).

Todos os assuntos considerados fundamentais, abordados durante a aplicação da proposta, bem como os assuntos necessários como pré-requisitos para entendimentos posteriores, que tiveram como suporte a produção didático-pedagógica, sucederam avanços de conhecimentos pelos estudantes envolvidos (Figura 1). Os assuntos mais expressivos em que ocorreu maior acréscimo de informação (amplitude) foram a rotulagem ambiental (de 28,1% para 90,6%) e o *marketing verde/greenwashing* (de 25% para 96,6%).

Figura 1 – Percentual de respostas pré-teste (antes) e pós-teste (depois) referente à questão: Sou informado (esclarecido) a respeito dos seguintes temas...



Fonte: dados da presente pesquisa (2015)

Os tópicos que os estudantes afirmaram não serem esclarecidos no pré-teste, a partir das suas concepções individuais, apontaram em primeiro lugar para a obsolescência programada (78,1%) seguida do *marketing verde / greenwashing* (75%). No caso da obsolescência programada, a amplitude pré e pós-teste foi menor, o que indica um baixo aprendizado ou entendimento do assunto.

Antes da intervenção e durante os debates, destacou-se o lixo / 3 R's (reduzir, reciclar, reutilizar) como o tema mais esclarecido (87,5%), visto que, ocorreu uma participação efetiva e frequentemente fundamentada dos estudantes, a partir dos seus conhecimentos prévios, gerando discussões mais aprofundadas.

Os resultados associados às condutas realizadas no ambiente doméstico estão apresentados na Tabela 1. De maneira geral, pode-se observar no pós-teste, um forte indício da interferência destes educandos no ambiente familiar, multiplicando seus conhecimentos. Sobre a separação do lixo reciclável para coleta seletiva, aumentou a porcentagem de estudantes que afirmaram “sempre” realizar a separação, ocorrendo uma redução de 50% para os que não separam.

Tabela 1 – Percentual de respostas pré-teste (antes) e pós-teste (depois) referente à questão: Na minha casa ...

Na minha casa...	ANTES			DEPOIS		
	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
reutilizamos embalagens para outros fins.	25,0	54,7	20,3	42,2	50,0	7,8
separamos o lixo reciclável para coleta seletiva.	43,8	28,1	28,1	59,4	26,6	14,1
compramos alimentos orgânicos.	9,4	43,8	46,9	18,8	65,6	15,6
trocamos aparelhos eletroeletrônicos em bom estado por outro mais moderno.	21,9	57,8	20,3	14,1	64,1	21,9
procuramos descartar produtos que contaminam o ambiente em locais apropriados. (Ex. óleo, pilha, bateria, remédio, tinta, eletrônico, lâmpada).	25,0	37,5	37,5	51,6	35,9	12,5

Fonte: dados da presente pesquisa (2015)

Outro tópico em que ocorreu uma migração significativa (do pré para o pós-teste) foi o descarte correto de resíduos contaminantes em locais apropriados (Tabela 1), constatando-se que duplicou a frequência “sempre” (de 25% para 51,6%) do destino correto de resíduos contaminantes. Houve a redução para um terço na porcentagem de estudantes que não realizam o descarte correto (de 37,5% para 12,5%). Acredita-se que a abordagem do tema ciclo de vida dos produtos (responsabilidade da empresa - logística reversa) possa ter sido um fator contribuinte para alterações destas posturas.

Os dados apresentados na Tabela 2 referem-se à opção de escolha entre dois produtos semelhantes. Do ponto de vista ambiental e fiscal, ocorreu uma melhoria nas escolhas dos estudantes, assim, acredita-se que o alcance da implementação, focando o “repensar” no pré-consumo além do “reutilizar”, “reduzir” e “reciclar” (3R’s) no pós-consumo, foi atingido. Já a opção por produtos piratas reduziu pouco, sendo um indicativo que os esclarecimentos socioambientais sobre a confecção destes produtos, como exploração de mão de obra, falta de controle de qualidade, ilegalidade e ausência de arrecadação de impostos, foram considerados por alguns, apesar da diferença de preços.

Tabela 2 – Percentual de respostas pré-teste (antes) e pós-teste (depois) referente à questão: Quando posso escolher entre dois produtos semelhantes, levo em consideração...

Quando posso escolher entre dois produtos semelhantes, levo em consideração...	ANTES			DEPOIS		
	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
feito de papel reciclado (ao invés de papel não reciclado).	6,3	39,1	54,7	32,8	40,6	26,6
com embalagens que podem ser reutilizadas.	15,6	56,3	28,1	42,2	46,9	10,9
com menor quantidade de embalagem.	6,3	48,4	45,3	32,8	51,6	15,6
prefiro mercadorias piratas.	17,2	40,6	42,2	7,8	39,1	53,1
a presença de um rótulo ambiental se tiver um preço semelhante.	4,7	40,6	54,7	42,2	48,4	9,4
a presença de um rótulo ambiental, mesmo que seja mais caro.	1,6	14,1	84,4	12,5	46,9	40,6

Fonte: dados da presente pesquisa (2015)

A presença de um rótulo ambiental, como critério de opção de escolha dos produtos (Tabela 2), revelou que houve uma migração muito significativa nas respostas, se comparados os pré e pós-testes. Hamza e Dalmarco (2012) destacam, em pesquisa realizada com consumidores sobre hábitos de consumo e descarte de produtos, que a marca é mais importante que a presença de selos certificados e que estes são difíceis de serem identificados e compreendidos. As autoras concluem que “faltam ao consumidor conhecimentos básicos sobre os selos de certificação: o que são, para que servem, quais existem, o que significam” (p.14). A grande migração ocorrida nestas questões está associada ao esclarecimento sobre selos verdes, corroborando com os resultados apresentados por Hamza e Dalmarco (2012).

A Tabela 3 indica que a frequência “nunca” confia nos rótulos ambientais certificados (de 46,9% para 3,1%) foi muito expressiva. Pode-se inferir que os estudantes compreenderam que há uma série de requisitos técnicos com uma metodologia criteriosa que comprovam as informações destas certificações. Cabe ressaltar que, os educandos no decorrer dos Módulos 3 e 4, demonstraram indignação ao saber que nem sempre as imagens, palavras e os símbolos com autodeclaração dos fabricantes expressam a verdade, tendenciando uma “maquiagem verde” no produto. Entretanto, de acordo com Market Analysis (2010, p. 32) “Não existe um produto que seja ‘100% ambientalmente correto’: produtos ambientalmente preferíveis são ‘mais corretos’, mas não ‘100%’. Lançá-los como ‘mais corretos’ é uma forma justa de *marketing*.”

Tabela 3 – Percentual de respostas pré-teste (antes) e pós-teste (depois) referente à questão: Sobre a rotulagem ambiental (selo verde) presente em produtos e serviços...

Sobre a rotulagem ambiental (selo verde) presente em produtos e serviços...	ANTES			DEPOIS		
	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
confio nos rótulos ambientais certificados	10,9	42,2	46,9	21,9	75,0	3,1
reconheço criticamente o <i>marketing</i> verde apelativo em produtos e publicidades	1,6	34,4	64,1	39,1	46,9	14,1

Fonte: dados da presente pesquisa (2015)

O Guia de compras públicas sustentáveis para a administração federal, afirma que “se a sociedade civil preferir os produtos que respeitam critérios sociais e ambientais levará o mercado a oferecê-los” (BRASIL, 2011, p. 78). Acreditamos que a abordagem dos selos verdes junto aos estudantes no ambiente escolar, poderá aumentar a demanda por produtos certificados, valorizando as empresas que causam menor impacto ambiental.

4.3. GRUPO DE TRABALHO EM REDE

A elaboração de materiais para propiciar aos professores de Biologia, contribuições teórico-metodológicas, correlacionando o tema consumo responsável no âmbito da Educação Ambiental e Educação Fiscal, também foi um dos objetivos atingidos na investigação, como consta a seguir (Quadro 3 e Quadro 4) alguns recortes dos relatos dos professores cursistas do GTR. As 20 vagas ofertadas foram preenchidas, sendo que 17 professores iniciaram o curso e 14 efetivamente concluíram.

RELATO DE PROFESSORES CURSISTAS DO GTR SOBRE O CURSO
“Acredito que com todas as leituras realizadas durante o curso, tomei consciência da importância do tema para a vida de todos nós. Acredito firmemente que devo incluir em meus planejamentos daqui pra frente sempre algo relacionado, pois o crescimento como cidadã foi muito bom.” R. M. E. S. B.
“...tenho a dizer que foi muito feliz no tema e desempenho, na metodologia e produção em geral. Está muito bom, agradável e interessante estudar e desenvolver os conceitos abordados...” G. A. F. M.
“Esse GTR teve um dos melhores materiais dos que participei anteriormente, ...” Z. R. S.
“Aprendi muito com as atividades dos demais colegas de curso. Vou usar muitas informações que adquiri, em minhas práticas a partir de agora.” A. C. Y.
“Como esta não é a minha área ..., escolhi este tema justamente para aprender um pouco mais e saber das novidades, o que considero que consegui, através dos textos e sugestões disponibilizados pela professora. Só tenho elogios sobre o curso, ...” C. B. J.
“...os textos sugeridos são bem elucidativos e nos levaram a várias reflexões sobre a aplicabilidade desta proposta pedagógica em nossa escola e como cada um de nós pode desenvolver seu plano de trabalho de acordo com sua realidade.” E. A. P.

Quadro 3 – GTR: impressões sobre o curso

Fonte: GTR, Turma 1027 (2015)

RELATO DE PROFESSORES CURSISTAS DO GTR SOBRE O PROJETO E A PRODUÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA
“Ao ler seu projeto, fiquei encantada com sua criatividade além de acrescentar conteúdo para as minhas aulas e para o meu projeto sobre sustentabilidade..., principalmente na parte dos rótulos das embalagens, e as leis que os regem. De uma forma geral, foi excelente sua articulação do assunto com as atividades.” K. C.
“Minhas impressões sobre as produções... são muito boas e positivas. Penso que houve um sucesso na realização de seu projeto pedagógico e que estimulou a criatividade e conhecimento dos estudantes”. L. S
“Me pareceu bastante inovador e interessante o fato de se trabalhar com educação fiscal e sustentabilidade ao mesmo tempo. Meus sinceros parabéns pelo trabalho. Me motivou a melhorar a minha prática sobre o tema.” A. C. B.
“Da sua produção quero uma cópia em meu acervo pessoal, muito bom.” G. A. F. M.
“... nos faz refletir sobre nossa obrigação como biólogos a tomarmos medidas que tenham efeito de forma efetiva na sociedade, no que diz respeito á preservação ambiental. ...em relação ao comprometimento prático com o meio ambiente... Está realizando um projeto que transforma efetivamente o modo de pensar de muitos educandos.” A. S. D.
“Eu me encantei com esse projeto. A maneira com que você expôs clara, objetiva, é muito instigante. Dá vontade de "mudar o mundo". Foi muito prazeroso e enriquecedor. Parabéns professora por ter elaborado um projeto excelente e que nos fez ficar mais críticos em relação ao consumo e à sustentabilidade.” M. A. C. L.

Quadro 4 – GTR: impressões sobre o projeto e a produção didático-pedagógica
 Fonte: GTR, Turma 1027 (2015)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Educar para um modo de consumo responsável significa levar o estudante a refletir sobre o quão o meio ambiente é fundamental para sua vida e, ao mesmo tempo, estimulá-lo a criar estratégias de ação que busquem o equilíbrio entre as práticas de consumo, a utilização dos recursos naturais e a sonhada sustentabilidade. Tornando-se, conseqüentemente, um cidadão menos omissos à incapacidade de suporte do planeta, diante dos padrões de produção e consumo que imperam na sociedade.

Diante disto, decorrem duas linhas de ação que, embora tratem de esferas conceitualmente distintas – a esfera privada e a esfera pública –, são totalmente interdependentes. Por um lado, as ações individuais que implicam nas atitudes do indivíduo com relação às questões ambientais, os posicionamentos e escolhas pessoais de consumo realizadas no cotidiano. Por outro lado, as ações governamentais, portadora dos interesses coletivos, que devem garantir aos cidadãos o direito de acesso permanente aos recursos naturais.

Neste sentido, a Educação Fiscal e a Educação Ambiental podem trazer grandes contribuições na formação de uma cidadania ambiental, construindo um senso crítico com o conhecimento da alocação dos recursos públicos com critérios ambientalmente favoráveis. Cobrar dos governos, políticas públicas que estimulem

padrões de produção e consumo mais sustentável, como o destino correto dos resíduos sólidos, o apoio na regulamentação dos rótulos ambientais e nas publicidades positivas, o combate ao *greenwashing* e as práticas das licitações sustentáveis.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Guia de Compras Públicas Sustentáveis para a Administração Federal**. Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão. Brasília, 2011.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO – CNUMAD. **Agenda 21 global**. Mudanças dos padrões de consumo. cap. 4. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/cap04.pdf>. Acesso em: 05/05/2014.

CORTEZ, A.T.C. Consumo e desperdício: as duas faces das desigualdades. In: CORTEZ, A.T.C.; ORTIGOSA, S.A.G. (Org.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano**. São Paulo: UNESP, Cultura Acadêmica, 2009. cap. 2.

DIAS, G. F. 2004. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 9. ed. São Paulo: Gaia, 2004.

FÓRUM GLOBAL. **Tratado das ONGs**. Rio de Janeiro: Instituto de Ecologia e Desenvolvimento, 1992.

HAMZA, K. M.; DALMARCO, D. A. S. **As certificações sustentáveis e sua relevância para o consumo consciente e os negócios**. REUNIR – Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade. Vol. 2, n. 3, p. 1-20, jun. 2012.

KOHLER, M. C. M.; PHILIPPI Jr., A. Agenda 21 como Instrumento para a Gestão Ambiental. In: PHILIPPI Jr., A.; PLICIONI, M. C. F. (Ed.). **Educação ambiental e sustentabilidade**. Barueri, SP: Manoele, 2005. cap. 20.

MARKET ANALYSIS. **Greenwashing no Brasil: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos**. 2010.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU. **Além da Rio+20: avançando rumo a um futuro sustentável**. 2012. Disponível em <<http://www.onu.org.br/rio20/alem-da-rio20-avancando-rumo-a-um-futuro-sustentavel/>>. Acesso em: 05/06/2014.

PAIVA, A. **Consumo consciente: o caso Unilever**. Gestão Origami. 2010. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12559169/consumo-consciente-o-caso-unilever>>. Acesso em: 11/12/2015.

PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. **Grupo de trabalho em rede – GTR**. Turma PDE 2014. Curitiba, 2015.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.