

Versão Online ISBN 978-85-8015-079-7
Cadernos PDE

VOLUME II

OS DESAFIOS DA ESCOLA PÚBLICA PARANAENSE
NA PERSPECTIVA DO PROFESSOR PDE
Produções Didático-Pedagógicas

2014

Ficha para identificação da Produção Didático-pedagógica – Turma 2014

Título: CONSUMO RESPONSÁVEL E COMPRAS SUSTENTÁVEIS: UMA PROPOSTA DE EDUCAÇÃO PARA O ENSINO MÉDIO	
Autora: FABÍOLA TYSZKA MARTINEZ tyszka@seed.pr.gov.br	
Disciplina/Área	Biologia
Escola de Implementação do Projeto e sua localização	Colégio Estadual Pilar Maturana Rua Rio Guaporé, nº 1689 - Bairro Alto
Município da escola	Curitiba
Núcleo Regional de Educação	Curitiba
Professor Orientador	Prof. Dr. Carlos Eduardo Pilleggi de Souza
Instituição de Ensino Superior	Universidade Federal do Paraná
Relação Interdisciplinar	Língua portuguesa, geografia, química, sociologia
Resumo	<p>Os novos padrões de produção e consumo de bens e serviços, da sociedade contemporânea, ameaçam a capacidade de suporte do planeta, causados pela exploração e destruição dos recursos naturais. A presente Produção Didático-Pedagógica é norteada pelo tema consumo responsável e possibilidades de compras sustentáveis. Engloba os eixos temáticos da Educação Fiscal e Educação Ambiental, que são referidos em legislações federais e estaduais, e ainda estão inseridos nos desafios educacionais contemporâneos da SEED-PR, necessitando serem considerados no projeto político-pedagógico da escola. A unidade didática contém atividades diversificadas a serem realizadas pelos estudantes com encaminhamentos metodológicos para fundamentar o professor. Está organizada em cinco módulos, no contexto do consumo <i>versus</i> recursos naturais, englobando propostas e ações empresariais e governamentais diante dos seus padrões de produção e consumo sustentáveis. Nas ações individuais, valorizar opções de produtos disponíveis no comércio, ambientalmente menos danosos, com intuito de despertar o senso crítico do educando nas suas práticas de consumo. Para isso, poderão utilizar como critérios, no ato da compra, a rotulagem ambiental com identificação e compreensão dos selos verdes, a escolha da embalagem e o reconhecimento crítico ao <i>marketing</i> verde apelativo.</p>
Palavras-chave	Educação ambiental, rotulagem ambiental, educação fiscal, <i>greenwashing</i> .
Formato do Material Didático	Unidade Didática
Público	Alunos do Ensino Médio

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho faz parte do Programa de Desenvolvimento Educacional da Secretaria de Estado de Educação do Paraná que propõe um conjunto de atividades que se articulam e se definem a partir das necessidades da Educação Básica, buscando no Ensino Superior a contribuição para supri-las em um nível de qualidade desejado para a educação pública no Estado do Paraná.

Neste sentido, ao compor o grupo de professores pesquisadores deste programa busca-se, durante todo o percurso, subsídios teórico metodológicos para o desenvolvimento de ações educacionais sistematizadas e que resultem em um redimensionamento de nossa prática pedagógica.

No início do ano letivo, ao construir o plano de trabalho docente, necessitamos incluir determinadas temáticas no currículo escolar que devem ser integradas às disciplinas formais, apoiadas nas concepções educacionais e legislações.

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

Mundialmente, pesquisadores, cientistas, órgãos governamentais e organizações formadas pela sociedade civil se mobilizam para discutir e propor soluções que minimizem os impactos ambientais causados pelos novos modos de viver e novos hábitos de consumo dos grupos humanos.

A preocupação da sociedade com o meio ambiente é uma tarefa inerente do cotidiano, ou deveria ser, pois dele depende nossa vida. Os produtos que consumimos provêm direta ou indiretamente dos recursos naturais que são finitos!

Portanto, esta tênue relação deve ser abordada, discutida e refletida na formação de estudantes com a preocupação do destino coletivo da sociedade e do planeta.

Neste contexto, a inclusão da educação ambiental (EA) no currículo escolar é de fundamental importância, na medida em que educadores e educandos, no papel de consumidores, percebem o significado de suas próprias ações em relação aos seus efeitos no ambiente. Provocar debates que levem a prática de opções de compras ambientalmente menos danosas, reconhecendo os produtos que estão disponíveis no mercado. Uma ferramenta pedagógica alternativa mais sustentável nas decisões de consumo individuais é tarefa urgente e estimuladora de práticas responsáveis e cidadãs.

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).

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)

Para construção do presente material, citamos alguns dos suportes legais: Decreto nº 5739/2012 que institui o Programa de Educação Fiscal no Estado do Paraná; Lei nº 9.795/1999 que trata da Política Nacional da Educação Ambiental; Lei nº 17505/2013 PR que trata da Política Estadual de Educação Ambiental do Paraná. E ainda, temas contemporâneos elencados na concepção da Diretoria de Políticas e Programas Educacionais da Secretaria de Estado da Educação do Paraná (SEED-PR), que incluem entre outros, a Educação Ambiental e a Educação Fiscal.

Há carência de bibliografia correlacionando a educação fiscal aos conteúdos curriculares da educação básica no ensino de Biologia. Sob essa ótica, o propósito consiste em abordar as ações realizadas pela administração pública, que deve exigir das empresas, a implementação de parâmetros de sustentabilidade ambiental. Critérios tanto na fabricação de seus produtos quanto na prestação de seus serviços, possibilitando compreender o meio ambiente não apenas em seus aspectos biológico e físico, mas, também, nas suas dimensões políticas, econômicas e culturais.

Assim, a presente Unidade Didático-Pedagógica está norteada pelo tema “consumo responsável – compras sustentáveis” nos eixos temáticos contemporâneos da Educação Fiscal e Educação Ambiental, na disciplina de Biologia.

A unidade encontra-se organizada em cinco módulos, englobando ações individuais, empresariais e governamentais, no contexto do consumo *versus* recursos naturais, abordando opções de produtos disponíveis, que podem ser utilizados como critérios, no ato da compra, entre estes, a rotulagem ambiental com identificação e compreensão dos selos verdes, a escolha da embalagem, o reconhecimento crítico ao *greenwashing* e os benefícios das compras públicas sustentáveis.

Embasamento Teórico ao Educador

MEIO AMBIENTE, CONSUMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

1. Visão histórica dos padrões de produção e consumo aos olhos dos principais marcos ambientais

Para um melhor entendimento da proposta aqui apresentada, se faz necessário um contexto histórico que relacione meio ambiente, educação ambiental (E A) e os padrões de consumo, sob a ótica do consumo sustentável.

1.1 O surgimento da Educação Ambiental e a ausência dos limites de padrões de consumo

O espectro do impacto destrutivo das tecnologias sobre o meio ambiente, nas décadas de 60 e 70, foi incluso nas atenções dos estudiosos e movimentos ambientalistas. Ocorreu então um deslocamento dos discursos que responsabilizavam o aumento populacional, para os que denunciavam os padrões de produção. Apontavam em suas análises, ainda, o consumismo das sociedades modernas como uma das causas da degradação ambiental (PORTILHO, 2005).

Nesta época, a expressão *environmental education* (educação ambiental) foi escutada pela primeira vez na Grã-Bretanha, em 1965, entrando no vocabulário, como um elemento essencial da educação de todos os cidadãos e não apenas como conservação e ecologia nos estudos da Biologia. Em 1970, a expressão passa a ser usada também nos Estados Unidos, sendo a primeira nação a aprovar a Lei que trata sobre a Educação Ambiental (DIAS, 2004). No Brasil, a Lei nº 9795, que trata da Política Nacional de Educação Ambiental foi promulgada em 27/04/1999, de acordo com o Art. 2º *A educação ambiental é um componente essencial e permanente*

da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal (BRASIL, 1999).

O relatório intitulado “Os limites do crescimento”, publicado em 1972 pelo Clube de Roma, denunciava a busca do desenvolvimento da sociedade a qualquer custo, destacando cinco grandes causas: população mundial, produção agrícola, exaustão de recursos naturais, produção industrial e poluição.

Segundo esse relatório, o crescimento incessante de consumo poderia ocasionar a escassez dos recursos naturais do planeta num período máximo de cem anos. Buscava despertar, ainda, a consciência pública sobre a crise ambiental, alertando para a necessidade de maior prudência nos estilos de desenvolvimento adotados (DIAS, 2004). O documento, no entanto, apresentou uma leitura reducionista ao discorrer sobre o consumo, afirmando que o mecanismo para restringir a extração de recursos naturais disponível seria o aumento dos preços manifestados a partir da escassez (PORTILHO, 2005). Também não fez nenhuma referência aos padrões de consumo, ao modo como os indivíduos ampliavam seus anseios materiais nem ao papel que a mídia exercia na formação dos desejos de consumo (COHEN, 2001).

A Conferência de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano e Desenvolvimento, ocorrida também em 1972, de acordo com Portilho (2005), incentivava um aumento no interesse pelas questões ambientais, por parte da população civil, que começava a buscar formas de participação em um discurso de ambientalismo público. Nessa mesma direção Dias (2004), acredita que isto significou o reconhecimento da EA como componente crítico para o combate à crise ambiental do mundo, ao mesmo tempo em que adotava um conjunto de princípios para o manejo ecologicamente racional do meio ambiente.

Com a mudança de perspectiva em relação à crise ambiental, antes identificada pelo aumento populacional dos países em desenvolvimento, iniciam-se medidas mais concretas para os processos produtivos e tecnológicos dos países desenvolvidos, e com isto, conciliar 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).

A partir das recomendações da Conferência de Estocolmo, de acordo com Dias (2004), ocorreram dois momentos importantes no cenário mundial acerca da EA, que foram o *Encontro Internacional de Educação Ambiental* em 1975, conhecido como *Carta de Belgrado*, e em Tbilisi, a *Conferência Intergovernamental de Educação Ambiental*, reconhecida como *Conferência de Tbilisi* em 1977. Estas, defendiam a EA de modo contínuo e multidisciplinar. Para Cohen (2001) os estilos de vida e os padrões de consumo distintos nas sociedades da época permaneceram afastados da problemática ambiental.

1.2 Desenvolvimento sustentável – a construção de um conceito

Com o surgimento da atividade educacional frente às preocupações ambientais, em 1983 é criada pela Organização das Nações Unidas – ONU, uma comissão independente, formada por trinta intelectuais, cientistas e dirigentes que influenciavam as tomadas de decisões de diversas áreas e países. O relatório da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMMD) ou *Comissão Brundtland*, foi divulgado em 1987, 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 ecológicas do planeta, o documento não propõe às nações mais ricas, uma redução do consumo material, ao contrário, 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. Também conhecida como *Rio - 92* ou *Cúpula da Terra*.

Neste período, as Organizações não Governamentais (ONGs) e os países em desenvolvimento se empenharam para transferir a culpabilidade para os estilos de vida, de uso intensivo de recursos naturais, pelas nações mais ricas do mundo,

enquanto estas se esforçaram para delimitar o problema a partir do crescimento populacional e o avanço tecnológico (COHEN, 2001).

Segundo Portilho (2005), este é o momento onde começa um deslocamento do discurso mundial, ao defrontar os limites da expansão dos estilos de vida e consumo das nações ricas.

Kohler e Philippi Jr. (2005) destacam que, houve a participação de aproximadamente 14 mil ONGs globais nos fóruns e eventos paralelos. Por isso, considerada a maior assembleia internacional já realizada sobre o meio ambiente com importantes documentos assinados: *Convenção sobre Mudanças Climáticas*, *Convenção da Diversidade Biológica*, *Declaração do Rio para Meio Ambiente e Desenvolvimento*, *Declaração de Princípios para Florestas* e, norteado para a ação, a *Agenda 21*, com o compromisso assumido pelos 170 países participantes.

Documentos estes, recomendados para Governos, ONU, agências de desenvolvimento e grupos setoriais independentes, num processo participativo de ações e de políticas, tinham como intuito a transformação do padrão de desenvolvimento pelo governo e sociedade. Registram mais de 2,5 mil recomendações indicando ferramentas de gerenciamento de ordem prática, nas áreas onde a atividade humana incida de forma prejudicial ao meio ambiente. Analisam e ampliam o conceito de desenvolvimento sustentável, na busca de conciliar justiça social, eficiência econômica e equilíbrio ambiental (KOHLEK; PHILIPPI Jr., 2005).

O *Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento* (PNUD) estabeleceu em 2000, os *Oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio* (ODM), sendo que a sétima meta estabelecida é a de garantir a sustentabilidade do meio ambiente.

Passados 10 anos da *Rio - 92*, a *Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável*, conhecida também como *Cúpula de Johannesburgo* ou *Rio+10*, a conferência objetivou discutir especialmente os compromissos governamentais em reduzir a pobreza, proteger o meio ambiente, implementar a *Agenda 21* e transferir recursos e tecnologia. Os 190 países participantes, assinaram e reafirmaram os compromissos assumidos, porém, como na *Rio - 92*, sem definições de prazos e de obrigatoriedade (KOHLEK; PHILIPPI Jr., 2005).

Em 2012, ocorre no Brasil outro evento mundial com aproximadamente 45 mil participantes: a *Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável* ou, como é mais conhecida, a *Rio+20*. A conferência resultou num documento final, acordado entre 188 países, que forneceu o direcionamento para a cooperação

internacional sobre desenvolvimento sustentável. Nos eventos paralelos, mais de 700 compromissos com ações concretas foram produzidos e registrados por governos, empresários, ONGs e outros representantes da sociedade civil (ONU, 2012).

1.3 Consumo sustentável – limites e possibilidades

Destacam-se a seguir, alguns dos apontamentos abordados nos documentos das *Conferências Rio - 92* e *Rio+20* para obtenção de um equilíbrio sustentável entre consumo, população e capacidade de suporte do planeta:

❖ CONFERÊNCIA RIO - 92

- ✓ No evento paralelo, o Fórum Internacional de 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**. Devemos atuar para equilibrar a sustentabilidade ecológica, equitativamente, entre os países e dentro dos mesmos. Será necessário desenvolver novos valores culturais e éticos, transformar estruturas econômicas e **reorientar nossos estilos de vida**. (FÓRUM GLOBAL, 1992 p. 40)(grifo nosso)

- ✓ A estrutura do documento da *Agenda 21* global está dividida em quatro seções contendo quarenta capítulos. Dias (2004), ressalta que a EA está presente em quase todos os capítulos do documento, reforçando as recomendações da *Conferência de Tbilisi* sobre EA, em 1977.

O capítulo 4 da *Agenda 21* aborda as *Mudanças dos padrões de consumo*. Estão elencados abaixo alguns itens relevantes dentro da concepção da proposta deste material:

(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.

4.21. Os Governos, em cooperação com a indústria e outros grupos pertinentes, devem **estimular a expansão da rotulagem com indicações ecológicas** e outros programas de informação sobre produtos relacionados ao meio ambiente, a fim de **auxiliar os consumidores a fazer opções informadas**.

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.

(d) *Exercício da liderança por meio das aquisições pelos Governos*

4.23. Os próprios **Governos** também desempenham um papel no consumo, especialmente nos países onde o **setor público ocupa uma posição preponderante na economia**, podendo exercer considerável influência tanto sobre as decisões empresariais como sobre as opiniões do público. Consequentemente, esses **Governos devem examinar as políticas de aquisição de suas agências** e departamentos de modo a aperfeiçoar, sempre que possível, **o aspecto ecológico de suas políticas de aquisição**, sem prejuízo dos princípios do comércio internacional.

(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)

- ✓ A *Declaração do Rio* contém 27 princípios de cooperação entre os Estados, setores fundamentais das sociedades e das populações, e “direcionou seu trabalho para acordos internacionais que dizem respeito aos interesses coletivos e que protegem a integridade do sistema global do meio ambiente e do desenvolvimento” (DIAS, 2004, p. 374). Conhecida como *Carta do Rio sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente*, destacamos três deles:

Princípio 3:

O direito ao desenvolvimento deve ser alcançado de forma a garantir as necessidades das gerações presentes e futuras.

Princípio 8:

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.

Princípio 10:

As questões ambientais são tratadas de forma mais adequada quando envolvem a participação de todos os cidadãos interessados no nível adequado. No âmbito nacional, cada habitante deve ter acesso às informações que digam respeito ao meio ambiente e exigir que sejam de conhecimento das autoridades públicas, inclusive as que digam respeito a material tóxico e perigoso e atividades relacionadas a serem realizadas em suas comunidades; e à oportunidade de participar nos processos decisórios respectivos. Os Estados devem promover e encorajar o interesse e a participação da população através da mais ampla divulgação de informação. (DIAS, 2004, p. 375 - 376)

❖ CONFERÊNCIA RIO+20

No documento produzido, materializou-se a construção de um guia a ser utilizado pelos países para tornar seus padrões de produção e consumo mais sustentáveis, conforme os resultados relatados pela ONU (2012), entre eles:

Economia verde: pela primeira vez, países elaboraram sobre o que está – e o que não está – envolvido no desenvolvimento de uma economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável (...) detalhar como as políticas econômicas podem ser uma ferramenta para avançar no desenvolvimento sustentável, observando que todos os países estão aprendendo como tornar suas economias mais verdes.

Produção e consumo sustentáveis: um quadro de programas sobre produção e consumo sustentáveis foi adotado para guiar os países nos próximos dez anos para tornar seus padrões mais sustentáveis.

Relatórios de sustentabilidade empresarial: a Rio+20 deu um grande passo ao encorajar empresas, especialmente de capital aberto e grandes companhias, a considerar a integração de informações de sustentabilidade em seus relatórios periódicos. (ONU, 2012)

2. Educação Fiscal

2.1 Programa Nacional de Educação Fiscal

Em 1996, o Conselho Nacional de Política Fazendária – CONFAZ percebe a necessidade de organizar um programa de consciência tributária para despertar a prática da cidadania. Em 1998, o governo federal cria através da Portaria Nº 35, o Grupo de Trabalho Educação Tributária, que surge com o intuito de promover e coordenar a implementação de um programa nacional permanente de educação tributária. No ano seguinte, o CONFAZ altera a denominação para Programa Nacional de Educação Fiscal – PNEF, visto que aborda, além dos tributos, a gestão e questões de alocação dos recursos públicos (BRASIL, 1998; BRASIL, 2014).

Em 31 de dezembro de 2002, foi publicada a Portaria Conjunta nº 413 entre

Ministério da Fazenda e Ministério da Educação, que define as competências dos órgãos responsáveis pela implementação do Programa Nacional de Educação Fiscal. Aborda no seu artigo 1º os seus objetivos:

Art. 1º Implementar o Programa Nacional de Educação Fiscal – PNEF com os objetivos de promover e institucionalizar a Educação Fiscal para o pleno exercício da cidadania, sensibilizar o cidadão para a função socioeconômica do tributo, levar conhecimento ao cidadão sobre administração pública e criar condições para uma relação harmoniosa entre o Estado e o cidadão. (BRASIL, 2003)

Destacamos ainda, duas das competências do Ministério da Educação, citadas no Artigo 9 da Portaria Conjunta nº 413:

V - **inserir o tema Educação Fiscal nos Parâmetros Curriculares Nacionais;**
VI - incentivar as Secretarias de Educação dos Estados e dos Municípios a **tratar Educação Fiscal como temática a ser trabalhada nos currículos de educação básica e de educação de jovens e adultos.** (BRASIL, 2003) (grifo nosso)

As ideias centrais do PNEF com o propósito de contribuir para a conscientização do cidadão são:

- Na educação, o exercício de uma prática educativa na perspectiva de formar um ser humano integral, como meio de transformação social dentro de um mundo globalizado, tendo essa prática como foco a formação cidadã no processo ensino/aprendizagem, dando ênfase ao desenvolvimento de competências e habilidades;
- Na cidadania, o objetivo é possibilitar e estimular a ação efetiva do cidadão quanto ao controle democrático do Estado, incentivando-o à participação individual e coletiva na definição de políticas públicas e na elaboração das leis para sua execução;
- Na ética, uma gestão pública eficiente, transparente e honesta quando a alocação e aplicação dos recursos e realização dos gastos públicos;
- Na política, o exercício da boa governança que conte com uma gestão pública responsável, transparente e voltada à justiça social. (PNEF 1, 2009, p. 27)

O Programa apresenta três objetivos específicos, dentre eles, o terceiro propõe “estimular a prática interdisciplinar nas ações de educação fiscal, capacitando de forma continuada agentes multiplicadores” (PNEF 1, 2009, p. 29).

2.2 Programa de Educação Fiscal no Estado do Paraná

No Paraná, o Programa Estadual de Educação Fiscal é conduzido pelo Grupo Estadual de Educação Fiscal (GEFE-PR), composto por diferentes representantes das Secretarias Estaduais da Fazenda; da Educação; da Ciência, Tecnologia e

Ensino Superior e também da Receita Federal e da Controladoria Geral da União. O Estado aderiu ao Programa em 1999 com atuações ainda tímidas realizadas com professores do ensino básico, estudantes universitários e administradores municipais. A partir de 2003, a SEED-PR juntamente com outros parceiros, intensificaram as ações integradas e descentralizadas na preparação do professor da rede pública de ensino. Em Curitiba, ocorreu em 2007, o II Seminário Nacional de Educação Fiscal (PARANÁ, 2008).

No Primeiro Encontro do Grupo de Estudos de Educação Fiscal, realizado em março de 2008 em Curitiba, consta:

Na Secretaria de Estado da Educação, a **Educação Fiscal** faz parte das demandas que compreendem a Coordenação de Desafios Educacionais Contemporâneos (História e Cultura Afro-brasileira e Africana, Prevenção ao Uso indevido de Drogas, Sexualidade, Educação Ambiental e Enfrentamento à Violência nas Escolas).

A sociedade hoje exige uma **escola que vá além dos conteúdos e conceitos básicos**, mas que contemple nestes as inquietações presentes no contexto social, contribuindo à formação integral de seus educandos, construindo conhecimentos e propiciando-se uma visão crítica do mundo.

Nesse sentido, a **Educação Fiscal como Desafio Educacional Contemporâneo** está inserida no âmbito escolar, não como uma disciplina, e sim como mais um conhecimento que poderá ser contemplado na escola, devidamente **apontados no projeto político-pedagógico da escola**, objetivando uma melhor compreensão da realidade social e inserção do cidadão. (PARANÁ, 2008, p. 6) (grifo nosso)

De acordo com dados do Portal Dia a Dia Educação da SEED PR, o curso *on-line* de Formação de Disseminadores de Educação Fiscal do Programa Nacional de Educação Fiscal é organizado pela Escola Superior de Administração Fazendária (Esaf) com carga horária de 160 horas. Disponibilizado pela SEED PR, já qualificou mais de 18.000 profissionais da educação no Paraná, no período de 2003 a 2014 (PARANÁ, 2014).

O governo do Paraná, através do Decreto Estadual nº 5739, de 29 de agosto de 2012 instituiu o "Programa Estadual de Educação Fiscal – PEEF/PR", que decreta no seu Artigo 1º

‘Programa Estadual de Educação Fiscal – PEEF/PR’, com a finalidade de contribuir para o desenvolvimento da consciência fiscal e favorecer o controle social sob a forma de participação nos processos de geração e aplicação dos recursos públicos, segundo as diretrizes do ‘Programa Nacional de Educação Fiscal – PNEF’. (PARANÁ, 2012)

3. Educação Ambiental e Educação Fiscal: uma possível aproximação

Educar para um modo de vida sustentável significa levar o aluno a refletir sobre a importância do meio ambiente 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 sustentabilidade. Tornando-se, conseqüentemente, um cidadão menos omissor no ato das suas escolhas de compras.

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 ao meio ambiente, aos recursos naturais, os posicionamentos e escolhas pessoais feitas 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.

Entender o papel do Estado, sua função social, representa garantir os meios e instrumentos de participação popular, especialmente no controle dos orçamentos e gastos públicos, exigindo políticas públicas comprometidas com a preservação do meio ambiente.

Neste sentido, a Educação Fiscal pode 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, exigindo dos governos, políticas públicas que estimulem padrões de produção e consumo mais sustentável, como o apoio da regulamentação aos rótulos ambientais nos produtos e as práticas das licitações sustentáveis.

Unidade Didática

OBJETIVO GERAL

Sensibilizar e estimular os estudantes do ensino médio do Colégio Estadual Pilar Maturana, para a possibilidade de escolhas cotidianas de ações, que visem compras responsáveis e sustentáveis de produtos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Proporcionar situações de ensino-aprendizagem junto aos estudantes do ensino médio para que:

- Conheçam e valorizem propostas e ações dos órgãos públicos e privados viabilizadoras que, aprofundam a prática do consumo, em função de suas responsabilidades, para com a sociedade e o meio ambiente.
- Identifiquem os rótulos ambientais e entendam o significado dessas certificações nos produtos disponíveis para compra.
- Reconheçam criticamente o *marketing* verde apelativo de determinados produtos e/ou empresas.
- Potencializem as escolhas de produtos que considerem o uso de embalagens sob a ótica da responsabilidade pré-consumo.

Ressalta-se ainda como objetivo, 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.

ORGANIZAÇÃO DA UNIDADE DIDÁTICA

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

Atividade 1 – Trabalhando com imagens.

Atividade 2 – Trabalhando com vídeos - Man e A História das Coisas.

Atividade 3 – Trabalhando com textos. Consumindo a vida. Prática do consumo sustentável.

➤ **Módulo 2 - EMBALAGENS: RESPONSABILIDADE PRÉ-CONSUMO EMBALAGEM - MENOS É MAIS**

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.

Falta combinar com o consumidor. Consumo consciente: o caso Unilever.
Ana Maria Braga apresenta: amaciante concentrado.

➤ **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.

Atividade 17 – Encerramento - Exposição. Socialização das produções para a comunidade escolar.

Módulo 1 - CONSUMO x RECURSOS NATURAIS

Atividade 1 - Trabalhando com imagens



Desenvolvimento da Atividade

Observe as imagens a seguir. Em sua opinião, o que elas representam?

Que relações podemos estabelecer entre elas?



<http://www.quimica.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=1296&evento=3>



<http://www.sociologia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/3/3glob.jpg>



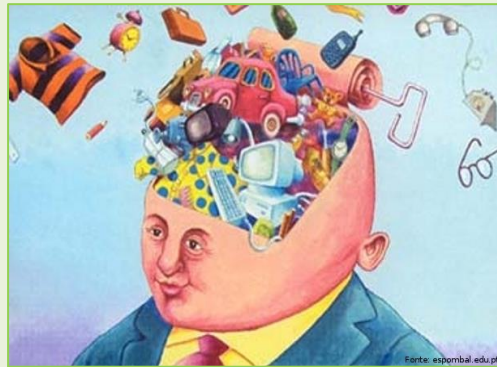
<http://www.biologia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/1/7caminho.JPG>



http://multimeios.seed.pr.gov.br/resourcespace-seed/pages/view.php?ref=20138&k=&search=tecnologia&offset=0&order_by=relevance&sort=DESC&archive=0



<http://www.geografia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=1181&evento=3>



<http://www.sociologia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/3/consumismo.jpg>



Orientações ao Professor

Estimule os alunos a perceberem que as imagens representam a sociedade de consumo – expressão utilizada para denominar uma sociedade marcada pelo desenvolvimento industrial capitalista, que também, se caracteriza, pela grande produção e consumo de bens e serviços. Chame a atenção para o apelo propagandístico a que somos submetidos em nosso cotidiano, despertando em todos, o desejo de consumo. Instigue-os a perceber nas imagens, situações semelhantes no seu dia a dia, bem como os problemas advindos do consumo exacerbado.

Atividade 2 - Trabalhando com vídeos

2.1 Vídeo - Man



A espécie humana é a única que destrói a sua morada!

Assista com seus colegas e professor a animação Man, do artista e ilustrador inglês Steve Cutts. Este vídeo já teve mais de 3 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.

Após a exibição do vídeo, debata com a turma sobre as ações humanas criticadas pelo produtor e suas consequências para nosso planeta. Depois, registre suas conclusões no quadro abaixo.



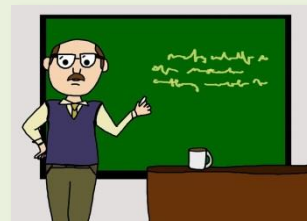
Orientações ao Professor

A animação 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. Além de explorar o modo de vida não sustentável das sociedades atuais, o vídeo permite abordar outros tópicos correlatos ao tema desta unidade temática, como o descarte inadequado do lixo, a exploração de animais para o entretenimento humano e a devastação ambiental desenfreada.

Man. Steve Cutts, 2012. Duração 03:36min

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

2.2 Vídeo - A história das coisas



Orientações ao Professor

O documentário, *A história das coisas*, da ambientalista norte-americana Annie Leonard, trata da extração, produção, venda, consumo e descarte “das coisas”. Em última análise, o vídeo pretende denunciar a lógica capitalista apoiada na produção e consumo exacerbado de mercadorias e suas consequências para o meio ambiente.

A história das coisas – Título original: *StoryofStuff*. Roteiro: Annie Leonard. Direção: Louis Fox. Produção: Free Range Studios. EUA, 2005. Duração 25min.

Após assistir o vídeo com os alunos, divida o quadro de giz em três partes e faça por etapa, as seguintes perguntas:

1ª - O que você viu?		
Vi		
2ª - O que você ouviu?		
Vi	Ouvi	
3ª - O que você descobriu?		
Vi	Ouvi	Descobri

Ao fazer as perguntas aos alunos, solicite que eles respondam apenas com palavras chaves, sem organização de frases. A cada pergunta, escreva as palavras ditas pelos alunos no quadro de giz. Deixá-los bem livres neste momento, sem direcionar a participação.

Após as manifestações e registros, conduza o debate sobre o documentário a partir das respostas fornecidas pelos alunos. Em seguida, peça a eles que exemplifiquem produtos que adquirimos e são rapidamente substituídos. Eles poderão, provavelmente, indicar os aparelhos celulares que são substituídos, ainda em bom estado, por modelos mais novos e modernos. Neste sentido, estimule-os a refletir sobre como o poder da mídia e a autoafirmação dos jovens perante seus grupos de convivência, incentivam o consumismo. Explore também o conceito de obsolescência programada e ciclo de vida do produto.

SUGESTÃO DE LEITURA:

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-da-obsolosc%C3%A2ncia-programada-e-o-descarte-precoce>

Outros vídeos podem ser utilizados em sala de aula se você desejar ampliar a problematização e o debate inicial acerca do tema. Confira a seguir algumas sugestões:

✓ *Comprar, descartar (jogar fora), comprar* – Título original: *The Light Bulb Conspiracy*. Direção: Cosima Dannoritzer. Produção: TVE, Espanha, 2010. Duração: 75 min. (há versões resumidas). Documentário que trata da história secreta da obsolescência programada.

✓ Série *De onde vem? Para onde vai?*
Produção: Edukatu – Instituto Akatu, 2012. <http://edukatu.org.br/cats/3/posts>
- Garrafa plástica. Duração: 04:16 min.
https://www.youtube.com/watch?v=nSKrpFrpzH4&feature=player_embedded
- Petróleo. Duração: 04:17 min.
https://www.youtube.com/watch?v=C1vi5Rh3DOW&feature=player_embedded

✓ *A História dos eletrônicos / Storyod*
https://www.youtube.com/watch?v=BZzxU46DBd8&feature=player_detailpage
Duração: 07:47 min. Legendado em português

Atividade 3 - Trabalhando com textos



Leia a seguir trechos do texto *Consumindo a Vida* (publicado em 16/10/2006) escrito pelo jornalista ambiental André Trigueiros, que discute sobre os padrões de produção e consumo, e as suas inter-relações com o consumismo e a redução dos recursos naturais.

Consumindo a vida

“A avassaladora farra consumista desencadeada a partir da Revolução Industrial, potencializada com o avanço tecnológico dos meios de produção e universalizada pela mídia na era da globalização, está custando caro ao planeta.”

“No relatório “Estado do Mundo 2004”, do *World Watch Institute*, (...) afirma que “o consumismo desenfreado é a maior ameaça à humanidade”.

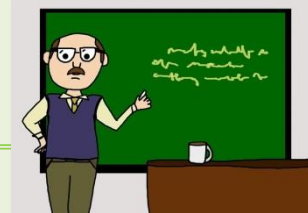
“O consumo é fundamental à vida. O consumismo desequilibra a vida.”

“Cada um de nós, independente do poder aquisitivo, pode fazer a sua parte na construção de uma nova sociedade de consumo, onde a compra de cada produto ou serviço seja precedida de alguns pequenos cuidados. Dar preferência aos fabricantes ou comerciantes comprometidos com energia limpa, redução e reaproveitamento de resíduos, reciclagem de água, responsabilidade social corporativa e outras iniciativas sustentáveis é um bom começo. Checar se o que pretendemos adquirir é realmente necessário e fundamental.”

(TRIGUEIROS, 2006)

Disponível em: <http://www.mundosustentavel.com.br/2006/12/consumindo-a-vida/>
Acesso em: 06/11/2014

Consulte o endereço eletrônico e leia na íntegra o artigo do jornalista, identificando os problemas apontados no texto sobre nossa sociedade consumista. Registre no seu caderno estes problemas.



Orientações ao Professor

Atente também, para o fato de o texto levantar problemas de ordem socioeconômica, como o endividamento, a obesidade (advinda de hábitos alimentares inadequados), a desigualdade de acesso aos bens e serviços entre os grupos sociais. Aproveite para desenvolver um momento interdisciplinar analisando estas questões numa perspectiva sociológica. O objetivo desta problematização inicial é envolver o aluno para os temas que serão tratados nesta Unidade Didática.



Desenvolvimento sustentável e a prática do consumo sustentável

Existe uma relação direta entre o que chamamos de desenvolvimento sustentável e a prática do consumo sustentável. Desenvolvimento sustentável é definido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades”.

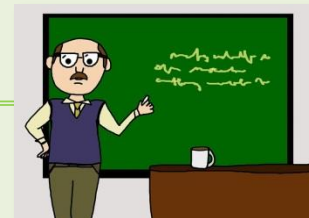
No entanto, os atuais padrões de produção e consumo, aliado a políticas públicas que agravam a degradação da natureza, ameaçam levar o planeta à exaustão de seus recursos, causando enorme prejuízo ao meio ambiente e afetando a qualidade de vida de bilhões de pessoas. Mesmo com milhões de pessoas sem acesso ao consumo de produtos e serviços essenciais à uma vida digna, já estamos consumindo 50% a mais do que o planeta é capaz de repor e precisamos reduzir em até 40% as emissões de gases de efeito estufa para que a temperatura do planeta não suba mais do que 2°C, limite indicado por cientistas para evitar grandes catástrofes climáticas.

Precisamos fazer uma revolução na produção e no consumo, agindo em pelo menos três frentes:

- mudando nossos hábitos cotidianos de consumo;
- demandando das empresas informação e produtos e serviços mais sustentáveis para os consumidores;
- e exigindo dos governantes políticas públicas integradas que estimulem padrões mais sustentáveis de produção e consumo. IDEC – Folheto (p.1)

Texto retirado do Folheto do IDEC - CONSUMO SUSTENTÁVEL: O QUE FAZER POR NÓS E PELO PLANETA.p. 1
Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/folheto-consumo-sustentavel.pdf>

Acesso em: 22/04/2014



Orientações ao Professor

O texto introduz os conceitos de desenvolvimento sustentável e práticas de consumo sustentável. Ao ler o texto com os alunos, procure certificar-se de que outras noções presentes são de entendimento dos alunos, como, por exemplo, políticas públicas, gases de efeito estufa, entre outras que julgar pertinentes. Instigue os alunos a levantarem hipóteses ou exporem os seus conhecimentos prévios acerca de exemplos, dentre os três caminhos, apontados pelo texto, para a “revolução na produção e no consumo”.

Atividade Complementar

Assista com os alunos o vídeo *Fiscais da Natureza*, 26/09/2009, com André Trigueiros.

Duração: 05:18 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WIQLRjMvKIY>



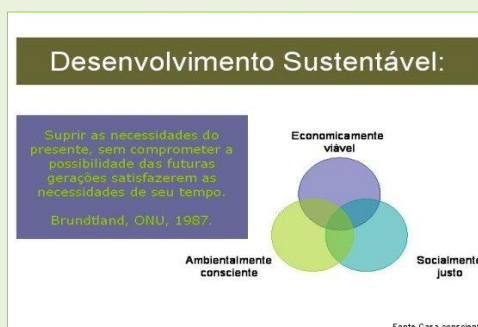
Saiba Mais...

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Relatório Nosso Futuro Comum (1987) – Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento

“Desenvolvimento sustentável é um novo tipo de desenvolvimento capaz de manter o progresso humano não apenas em alguns lugares e por alguns anos, mas em todo o planeta e até um futuro longínquo.” (CMMD, 1991)

“Em essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas.” (CMMD, 1991)



Fonte: <http://www.ciencias.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=1840&evento=7>

Módulo 2 - EMBALAGEM: RESPONSABILIDADE PRÉ-CONSUMO

Embalagem- Menos é mais

Atividade 4 - Trabalhando com Texto

Leia o texto a seguir e responda em seu caderno as questões propostas.



Repensando o consumo - A escolha é sua!

**Você já prestou atenção na quantidade e variedade de embalagens que acompanham os produtos que consumimos?
Será que precisamos de todas elas?**

É certo que as embalagens são muito úteis: protegem os produtos contra sujeira e o ataque de insetos e roedores, conservam os produtos por mais tempo e os deixam mais atraentes, facilitam o transporte e trazem informações importantes para o consumidor. O problema é que, depois de cumprir sua função, elas acabam indo para o lixo.

Além disso, as embalagens estão ficando cada vez mais sofisticadas e complexas. Com o aperfeiçoamento das técnicas de conservação de produtos, novos materiais foram agregados às embalagens para torná-las mais eficientes. Essas misturas, no entanto, dificultam tanto a sua degradação natural como a sua reciclagem.

A produção de embalagens consome uma grande quantidade de recursos naturais. São latas, papel, papelão, vidros, plásticos e outros itens cuja fabricação emprega toneladas de metais, madeira e outras fibras vegetais, petróleo e muita energia. Evitando o uso de embalagens que podem ser dispensadas e aumentando a reciclagem, é possível não apenas reduzir de forma significativa o consumo dos recursos naturais como também diminuir bastante o volume de lixo.

Texto retirado do Site do Ministério do Meio Ambiente. Água / Produção de Consumo Sustentáveis. *Repensando o consumo - A escolha é sua*. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/agua/item/7651> Acesso em: 05/06/2014

Desenvolvimento da Atividade



- Em sua opinião, qual o significado do título da atividade “Embalagem – Menos é mais”? Registre suas conclusões no caderno.
- Que outro título você daria a esta atividade? Justifique sua escolha.
- Para você a reutilização das embalagens compensa os problemas que elas geram ao meio ambiente? Por quê?
- Quais as ações poderiam ser praticadas pelas pessoas, no dia a dia, para minimizar os problemas causados pelas embalagens?

Atividade 5 - Trabalhando com vídeos

Redução do lixo: é possível?



Meio Ambiente – Prefeitura Municipal de Curitiba

Pequenas atitudes podem diminuir produção de lixo da cidade 22/04/2014

Redução é o principal objetivo da campanha sobre o lixo, lançada neste mês de abril pela Prefeitura de Curitiba. Atualmente, cada morador descarta, em média, um quilo de resíduos a cada dia, o que faz com que a cidade produza diariamente 1,8 mil toneladas de lixo. Diminuir o volume de lixo é um hábito cada vez mais urgente e o processo começa com as escolhas que cada um faz. “Por outro lado, se cada cidadão fizer a sua parte, a situação pode melhorar muito e a natureza ficará menos sobrecarregada”, diz o secretário municipal do Meio Ambiente, Renato Lima.

Texto retirado do site da Agência de Notícias da Prefeitura Municipal de Curitiba. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/pequenas-atitudes-podem-diminuir-producao-de-lixo-da-cidade/32655> Acesso em: 15/09/2014



<http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2965.mp4>

Fonte: Prefeitura de Curitiba. 07/04/2014. Reduza, reutilize e recicle – vagem, 30 seg.



<http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2964.mp4>

Fonte: Prefeitura de Curitiba. 07/04/2014. Reduza, reutilize e recicle – vidro, 30 seg.



<http://tv.curitiba.pr.gov.br/video/2963.mp4>

Fonte: Prefeitura de Curitiba. 07/04/2014. Reduza, reutilize e recicle – pão, 30 seg.



Desenvolvimento da Atividade

Assista com seus colegas e professor a três vídeos produzidos pela Prefeitura Municipal de Curitiba, em campanha publicitária, no ano de 2014, para incentivar a redução da quantidade de lixo produzida pela população. Em seguida, debata com sua turma as seguintes questões:

- a) Qual é o objetivo desta campanha produzida pela Prefeitura de Curitiba?
- b) Você se identificou com alguma situação apresentada no vídeo “Consulta de hoje: pão”?
- c) Em sua opinião, as consultas do “Doutor Sigmundo – Soluções para o problema do lixo” são possíveis de se realizar?
- d) O que você acredita ser necessário para que estas “consultas” sugeridas realmente ocorram na prática diária de sua casa? E na casa de outras famílias?
- e) Que outras consultas você pode sugerir ao Dr. Sigmundo ?
- f) No vídeo “Consulta de hoje: vidro”, a garrafa de suco é usada como um vasilho. Você acredita que isso pode contribuir significativamente para a redução da geração de resíduos?
- g) Na sua casa há embalagens que são reutilizadas? Para que fins? Se possível, produza imagens fotográficas e envie para o professor (*e-mail* ou *WhatsApp*).
- h) Que outras opções de reuso das embalagens você pode colocar em prática além das que já são realizadas na sua casa?
- i) E em seu colégio, que estratégias são realizadas para diminuir a geração de resíduos?
- j) Qual a sua sugestão para diminuir a quantidade de lixo produzida nas salas de aula e no pátio?
- k) Em Curitiba, cada morador, descarta em média 1 Kg de resíduos diariamente. Conceitue resíduos sólidos.



Para refletir ...

Quantas vezes, em nossa casa, jogamos o pão no lixo porque está “velho” e ninguém mais quer comer?

Há outros alimentos que também são jogados fora por vários motivos: não estão frescos, perderam a validade, estragaram, são esquecidos.

DESPERDÍCIO!

Será que realmente planejamos adequadamente a compra dos alimentos que serão consumidos nas refeições por nossa família?

Na hora de escolher os produtos, repensar o que comprar e em qual quantidade, é pensar em “consumo responsável” e agir de forma responsável!

Fuja das embalagens com a presença de isopor, como no caso do vídeo “Consulta de hoje: vagem”. O tempo de decomposição deste material é indeterminado! Isto é... praticamente não se decompõe!

Atividade 6 - Trabalhando em campo - produtos consumidos na família

Consumo de Produtos ou Embalagens?

A partir dos estudos que você realizou até agora sobre o tema do Consumo responsável, Meio Ambiente e Sustentabilidade, pesquise em sua casa os produtos consumidos pela sua família e, dentre eles, os que apresentam menos quantidade de embalagem. Registre os dados na Tabela 1 a seguir. Em sala de aula, apresente sua tabela para os colegas e professor. Você também pode produzir imagens sobre os produtos encontrados em sua casa e enviá-los para o grupo por *e-mail* ou *WhatsApp*.

Tabela 1- Produtos consumidos na família

PRODUTOS CONCENTRADOS	PRODUTOS COMPRADOS A GRANEL	PRODUTOS COM REFIL	VASILHAMES RETORNÁVEIS	OUTRAS OPÇÕES



Orientações ao professor

Especificamos, a seguir, sugestões de leitura disponibilizadas pelo Ministério do Meio Ambiente para aprofundamento do tema:

- Produção de Consumo Sustentáveis Alternativas disponíveis

Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/solucoes/item/7652>

- Racionalização de embalagens

Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/solucoes/item/7655>



Sugestão Interdisciplinar com Química

Uma proposta de atividade interdisciplinar pertinente, neste momento, é a composição química das embalagens. Pode-se abordar o problema da liberação das dioxinas pelos polímeros, o plástico convencional (cuja a fonte é o petróleo) e o biopolímero, conhecido como bioplástico (produzido a partir de fontes renováveis de matéria prima); Para saber mais, consulte o texto *Uso de materiais menos agressivos ao meio ambiente na fabricação das embalagens*.

Fonte: Ministério do Meio Ambiente – Produção de Consumo Sustentáveis Disponível em:
<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/solucoes/item/7653>

Atividade 7 - Trabalhando com reportagem, propaganda e artigo

FALTA COMBINAR COM O CONSUMIDOR

7.1 Reportagem



Desenvolvimento da Atividade

Este foi o título de uma reportagem publicada na Revista Época, de autoria de Aline Ribeiro, em 11/04/2010. O texto discute porque determinados produtos relacionados a atitudes sustentáveis, minimizam o uso de recursos naturais, porém não encontram a aceitação junto aos consumidores.

Leia a reportagem na íntegra e, a seguir, responda as questões propostas:

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

a) *“As empresas estão fazendo produtos que agredem 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.

b) Várias empresas e uma rede de supermercados apostaram na grande procura dos consumidores por produtos que agredam menos o meio ambiente. Isto não aconteceu da forma esperada. Elenque algumas ações que poderiam ter contribuído para o sucesso desta iniciativa.



Orientações ao professor

A reportagem pode ser disponibilizada em cópias impressas para que os alunos realizem uma leitura coletiva, organizados em grupos. Você também pode propiciar o acesso ao texto na *internet*, na Sala de Informática.

7.2 Propaganda

ANA MARIA BRAGA APRESENTA: AMACIANTE CONCENTRADO



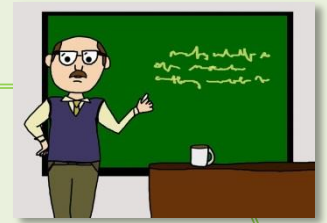
Desenvolvimento da Atividade

Assista com sua turma o comercial do amaciante de roupas concentrado da empresa Unilever e promovam um debate acerca das questões propostas. Registre suas conclusões no caderno.

- a) O anúncio é atraente para o consumidor?
- b) As informações sobre o produto são esclarecedoras?
- c) As informações adicionais sobre a redução de matéria-prima na confecção da embalagem são esclarecedoras?
- d) Após assistir ao anúncio, você compraria este produto? Por quê?

Vídeo *Comfort* – Ana Maria, 2008. Duração: 30 seg. Encontra-se disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=O1PAApog7rg>

7.3 Artigo



Orientações ao professor

Para aprofundar o debate promovido a partir da leitura do texto e da visualização da propaganda, propostos anteriormente, indicamos o artigo *Consumo consciente: o caso Unilever*, de Aerton Paiva. O autor faz considerações e análises concebidas a partir da reportagem, “Falta combinar com o consumidor”. Disponível em seu *Word Press*:

<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12559169/consumo-consciente-o-caso-unilever>
ou <https://aertonpaiva.wordpress.com/2010/04/19/consumo-consciente-o-caso-unilever/>

Desenvolvimento da Atividade

Organize a turma em grupos e, para cada um deles, disponibilize uma cópia do texto. Proponha que os grupos identifiquem as críticas do autor sobre a ineficaz forma de comunicação das empresas acerca de suas ações que minimizam impactos sobre o ambiente e, ao mesmo tempo, peça para que identifiquem os caminhos apontados pelo autor para superar estas limitações. Após a leitura do texto e discussão no pequeno grupo, proponha que cada um deles socialize com o grande grupo suas conclusões. Você pode escrever no quadro de giz um roteiro para esta finalização do trabalho:

Após a leitura do texto, o grupo chegou a novas conclusões?

- Em que você concorda e discorda das ideias expostas pelo autor Aerton Paiva?

Consulte as anotações realizadas em seus cadernos acerca da reportagem e da propaganda. Que entendimentos foram alterados? Que concepções foram acrescentadas?

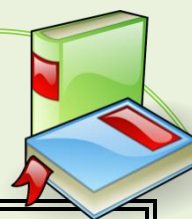
- Os textos que lemos e discutimos são do ano de 2010! Na opinião do grupo, a situação mudou de lá para cá? Por quê?
- Na sua casa, no seu dia a dia, que mudanças você pode considerar no ato da compra levando em consideração o aspecto ambiental do produto?



Avaliação

Como forma de avaliação da atividade quatro, sugere-se que o professor pondere a participação oral dos alunos, as considerações pessoais, a socialização das reflexões e a progressiva construção dos apontamentos, fundamentados no texto e nas discussões em sala.

Saiba Mais



A embalagem construindo a sustentabilidade - ABRE

Proteção, aumento de vida útil, saúde, segurança, economia, redução do desperdício e bem estar são os principais pilares da embalagem. Alinhados a eles está a responsabilidade ambiental em todas as etapas do ciclo de vida da embalagem, do desenvolvimento à revalorização após o consumo do produto.

Consumo Consciente

Consumo consciente é um processo que começa na escolha do produto e passa pelo seu uso e descarte. Desta forma, todas as etapas do consumo podem ser pensadas racionalmente.

A embalagem se molda à sociedade, refletindo seus hábitos, valores e grau de desenvolvimento. Ao mesmo tempo ela atua de maneira inversa e ajuda a impulsionar as mudanças de consumo necessárias para a sustentabilidade. Hoje, além de promover a destinação correta para a reciclagem ou reutilização, as embalagens possibilitam um consumo mais consciente.

Ações que embalam a sustentabilidade

* **Ações governamentais** – relacionam-se à provisão de saneamento básico para a população, gerenciamento dos resíduos domiciliares pós-consumo, inclusão social na triagem e valorização da indústria recicladora, melhoria da educação e incentivo a empresas sustentáveis, entre outros.

* **Ações empresariais** – focadas no desenvolvimento de tecnologias e processos de produção mais limpos, no aperfeiçoamento contínuo de produtos e processos e no desenvolvimento e cooperação nos processos de reciclagem e comercialização de produtos reciclados, bem como a valorização e dignificação de seus colaboradores. Também prevê a produção de embalagens com base nas Diretrizes de Sustentabilidade da Indústria de Embalagens lançadas pela ABRE.

* **Ações individuais** – são fundamentais na busca pela sustentabilidade. Estas ações ajudam a construir um novo sistema no qual todos podem participar. O consumo consciente e o descarte correto de resíduos garantem ótimos resultados. Mas a sustentabilidade só é possível com a corresponsabilidade e atuação conjunta da sociedade, das empresas e dos governos. Cada parte tem o seu papel.

Texto retirado do site da Associação Brasileira de Embalagem / O Setor / Sustentabilidade. Disponível em:
<http://www.abre.org.br/setor/apresentacao-do-setor/a-embalagem/sustentabilidade/>
Acesso em: 07/06/2014

Módulo 3 – ROTULAGEM AMBIENTAL – SELOS VERDES

O consumo responsável ainda se apresenta tímido no Brasil se comparado a outros consumidores dos países do Hemisfério Norte. Segundo Ricardo Voltolini (2010), em seu Dossiê publicado na Revista *Ideia Socioambiental*, a não inclusão de aspectos ambientais provavelmente ocorra pela desinformação do consumidor a dois fatores distintos e correlatos, abordados na revista.

Para Voltolini (2010, p.47), o primeiro fator diz respeito ao “baixo valor de importância atribuído pelo consumidor ao tema socioambiental como critério de compra – um desafio, portanto, de natureza cultural e valorativa”. Com a ausência de rótulos explicativos e também a indisponibilização de informações das empresas a respeito dos atributos sociais e ambientais de seus produtos, o segundo fator estaria relacionado à “escassez de informação socioambiental nos produtos, ou mesmo, dificuldade de identificar e decodificar as poucas informações existentes pela falta de indicadores específicos”. Assim, os selos verdes fornecem informações mais confiáveis para o consumidor responsável ou que tem o intuito de se tornar.

A rotulagem ambiental – *Ecolabelling* – é uma metodologia voluntária de certificação e rotulagem de desempenho ambiental de produtos ou serviços que vem sendo praticada ao redor do mundo. Um rótulo ambiental é um selo que identifica, dentro de uma categoria específica de produtos/serviços, a preferência geral de um determinado produto ou serviço pelas questões ambientais, com base em considerações relativas ao ciclo de vida. Em contraste com outros símbolos “verdes” ou declarações feitas por fabricantes ou fornecedores de serviços, um rótulo ambiental é concedido por uma entidade de terceira parte, de forma imparcial, para determinados produtos ou serviços que são avaliados com base em critérios múltiplos previamente definidos (ABNT, 2014).

Na rotulagem ambiental são diversas as nomenclaturas utilizadas como eco-selo, selo ecológico, selo verde. Para a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), rotulagem ambiental é uma certificação que “atesta, por meio de uma marca inserida no produto – daí o uso do termo selo – ou na embalagem que determinado produto/serviço apresenta menor impacto ambiental em relação a outros produtos “comparáveis” disponíveis no mercado” (VOLTOLINI, 2010, p. 48-49).

Os programas de rotulagem geralmente são voluntários. “As exceções, referentes a rótulos obrigatórios, são para produtos perigosos, de declaração de conteúdo e sobre uso e descarte” (IPEA, 2011, p. 6).

Segundo Hamza e Dalmarco (2012), em pesquisa realizada com consumidores sobre hábitos de consumo e descarte de produtos, revelam que “os apelos da marca ainda são mais fortes do que a presença de um selo de certificação” (p. 12). Os entrevistados afirmam que “os selos atuais são difíceis de compreender, e às vezes até mesmo de identificá-los nas embalagens” (p. 14). As autoras

da pesquisa 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).

SELOS INTERNACIONAIS



Na década de 1970, influenciado pelos movimentos ambientalistas, as primeiras iniciativas de fornecer informações sobre características ambientais dos produtos ocorreram em países desenvolvidos, voltados ao seu mercado interno. Em 1977, o governo federal da Alemanha sai na frente com o lançamento do primeiro selo ecológico do mundo, o *Blue Angel* (Anjo Azul), que permanece fortalecido até hoje como uma referência, sendo o país mais avançado na oferta de rotulagem ambiental. Após uma década, surgiram o *Eco-Logo* no Canadá (1988), o *Ecomark* no Japão (1989), os EUA criaram o *Green Seal* (1990) e, em 1992, a União Européia instituiu o *Ecolabel*. Todos esses selos são independentes, isto é, autorreguladores, com critérios rígidos e avaliações de acompanhamento constantes (Voltolini, 2010).

Fonte: VOLTOLINI, R. Rótulos, selos e certificações verdes. Revista *Ideia Socioambiental*. 2010. Dossiê 7, p. 49.

Neste momento, a rotulagem ambiental passa a ser cada vez mais valorizada e, apesar de não apresentar uma padronização, o objetivo da proposta utilizada na prática era o mesmo.

Diante disso, após a Conferência do Rio (Eco-92, Rio-92), a *International Organization for Standardization* (ISO) – Organização Internacional de Normalização – em 1993, inicia a elaboração do documento de certificação internacional Série ISO 14001, voltada para a gestão ambiental nas

empresas, com o desenvolvimento de normas internacionais que abordassem a rotulagem ambiental.

No Brasil, segundo Voltolini (2010) a emissão desta certificação pela ABNT foi ausente por mais de uma década e a partir de 2008 o programa passa a ser concretizado com a busca crescente de empresas interessadas. Guy Ladvocat, que é gerente responsável pelo setor da rotulagem ambiental na ABNT, em entrevista para a revista, expressa que alguns fatores são considerados para a procura da certificação, em virtude de exigência internacional para exportação e, outras, como forma de comunicação no rótulo ao respeito ambiental do seu produto para informação aos clientes. Neste último caso, há a necessidade de indicar a proposta ambiental das empresas, pois o brasileiro ainda não valoriza o selo verde como os americanos, alemães, canadenses e japoneses.

Guy Ladvocat sinaliza ainda em sua entrevista:

Não adianta respondermos aqui no Brasil às exigências colocadas nos protocolos de comércio exterior feitas pelos países do Hemisfério Norte se o mercado interno não começar a valorizar os produtos certificados com rótulos verdes. Não havendo uma ampliação no grau de interesse e engajamento do consumidor brasileiro, podemos chegar a um ponto de estagnação... É o consumidor que vai ampliar nosso raio de alcance na missão de estimular produtos com menor impacto ambiental. (VOLTOLINI, 2010, p. 52)



ESCLARECENDO OS TERMOS

CERTIFICAÇÃO e ROTULAGEM

Apesar dos termos serem muito utilizados como sinônimos ... NA VERDADE

...a **rotulagem ambiental (eco-labelling)** geralmente relaciona-se às características do produto e destina-se aos consumidores finais, enquanto a **certificação ambiental (eco-certification)** está mais relacionada aos métodos e processos de produção, sendo direcionada, principalmente, para as indústrias utilizadoras de recursos, objetivando atestar um ou mais atributos do processo de produção. (IPEA, 2011, p. 5)

A rotulagem ambiental é, ao mesmo tempo, um instrumento econômico e de comunicação, visto que busca difundir informações que alterem positivamente padrões de produção e consumo, aumentando a consciência dos consumidores e produtores para a necessidade de usar recursos naturais de forma mais responsável. (IPEA, 2011, p. 5)



Professor... Saiba Mais!

A entidade responsável pela ISO, no Brasil, é a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). É utilizada a sigla ABNT NRB – “Norma Brasileira aprovada pela ABNT, de caráter voluntário, e fundamentada no consenso da sociedade. Torna-se obrigatória quando essa condição é estabelecida pelo poder público.”

Em 1996, foram publicadas a ISO 14001 e a ISO 14004 que incorporaram o “Sistema de Gestão Ambiental” (SGA), apresenta diretrizes gerais de princípios, usos e técnicas de apoio, foram revisadas no ano de 2004. Com o refinamento das especificidades ambientais e procedimentos técnicos, outras surgiram, como por exemplo, a ISO 14005 de 2012, que veio para facilitar a certificação de pequenas empresas com a implementação do SGA em etapas (MATTOS de LEMOS, 2013).

Nesse contexto, de acordo com Mattos de Lemos (2013) a série da ISO 14000 é ampla e dinâmica, com instruções para qualificação de auditores ambientais, auditoria ambiental, *ecodesign* (ISO 14006), “Ecoeficiência” (ISO 14045), “Mudanças Climáticas” (Série ISO 14060), que aborda a “Gestão de Gases Estufa”, e, ainda, a norma ISO 14067 que está em construção para elaboração do cálculo da “Pegada de Carbono de Produtos”. Estes e outros inúmeros itens e aspectos que são inspecionados e monitorados sempre com a visão da responsabilidade ambiental empresarial. Para apoiar as discussões propostas na unidade didática, destacamos a NRB ABNT Série ISO 14020, que trata da Rotulagem Ambiental: Selos Verdes.

Fazem parte da série **ISO 14020 no Brasil**, as seguintes normativas:

NBR ISO 14021 - institui as regras para Auto-declarações Ambientais

NBR ISO 14024 - responsável pelo Programa Selo Verde

NBR ISO 14025 - ainda em processo de validação técnica, norma que constitui as Avaliações de Ciclo de Vida

Atividade 8 - Trabalhando com imagens dos selos



Principais selos de certificação no Brasil



Fonte: BOUABCI, L. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. Revista Ideia Socioambiental. Dossiê 7, 2010. p. 59

- Você reconhece alguns desses selos? Quais?
- Em caso afirmativo, em que produto você os viu? Por que estão presentes neste determinado produto?
- Qual ou quais deles você conhece o significado?
- Quais destes selos você não reconheceu?

Atividade 9 - Trabalhando com pesquisa - significado dos selos



Desenvolvimento da Atividade

Observamos na imagem os principais selos verdes no Brasil. Pesquise na web o que significam as rotulagens ambientais elencadas a seguir:

Para organizar seu trabalho, utilize as questões abaixo para cada selo pesquisado:

- Nome do selo:

RAS	LEED	ABNT	ECO CERT	IBD (orgânico e natural)	FSC	PROCEL
-----	------	------	----------	--------------------------	-----	--------

- Significado do selo
- Tipos de produtos que podem ser certificados com este selo
- Princípios e critérios para receber esta certificação

Registre as informações coletadas, em uma folha avulsa, e entregue para seu professor.

Atividade 10 - Trabalhando com mais selos - confecção de cartazes



Desenvolvimento da Atividade

Com o grande interesse das empresas, e uma demanda ainda que tímida da população por produtos certificados, atualmente há inúmeros selos ambientais no mercado. Somente na rede de produção orgânica são dezenas de certificações ambientais brasileiras, e um selo do governo brasileiro chamado "Orgânico Brasil".

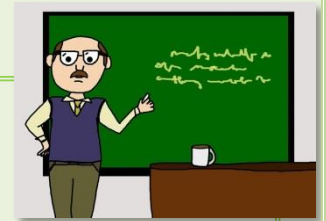
Há, ainda, muitos outros.

Diante disso, como identificar cada rotulagem?

Que tal se organizar em grupo com seus colegas e pesquisar sobre o assunto? Vamos lá?

Cada grupo ficará responsável pela pesquisa de um selo a ser sorteado pelo professor.

Após coletar informações sobre ele, elabore cartazes com imagens e informativos.



Orientações ao professor

1. Dividir a turma em grupos e solicitar que cada um dos grupos realize uma pesquisa aprofundada sobre um selo em especial.
2. Orientar a confecção de cartazes que contenham o nome, o símbolo e o significado do selo.
3. Buscar imagens na internet (fotos) ou desenhos de produtos que obtiveram a certificação e esclarecimentos sobre a sua importância na minimização dos impactos ambientais.
4. Quando os cartazes estiverem finalizados, apresentação para a turma.
5. Guardar os cartazes para a futura proposta de atividade de exposição.

A seguir, Tabela 2, um modelo possível para a realização dos cartazes. Se desejar, reproduza a tabela abaixo no quadro de giz.

Roteiro para confecção do cartaz

Pesquise nos sites de busca - (Google, Yahoo, etc)

- Qual é o símbolo do selo (imagem).
- O que este selo significa?
- Que tipos de produtos/serviços podem ser certificados com este selo?
- Referências - indicar os endereços dos sites em que você pesquisou

Tabela 2. Grupos e indicação do selo

NOME DO SELO	ALUNOS RESPONSÁVEIS PELA PESQUISA
Selo CERFLOR	
Selo ORGÂNICO DO BRASIL	
Selo QUAL	
Selo AQUA e Selo AZUL	
Selo ABNT ISO 14001 Selo Qualidade ABNT Ambiental	
Selo USDA Organic	
Selo CERTIFIED HUMANE	
Selo FRIEND OF the SEA SeloDolphin Safe	



Saiba Mais - vídeos

- ✓ SELO LEED, AQUA E CASA AZUL – Empreendimentos imobiliários

Jornal da Globo. Brasil está entre os líderes de construções sustentáveis. Coluna Sustentável. André Trigueiro. 03/01/2013. Duração: 05:45 min.

Disponível em: [http://globo.com/rede-globo/jornal-da-globo/v/brasil-esta-entre-lideres-do-mercado-de-construcoes](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>

- ✓ SELO IBD, ECO CERT – Certificações orgânicas, naturais

TV Cultura. 30/09/2011. Duração: 02:40 min.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YQxyq_iklBc

Atividade 11 - Trabalhando em campo - produtos com rotulagem ambiental



Fonte: Fotos da autora



Orientações ao Professor

Além da observação das imagens, apresente aos alunos alguns produtos com rotulagens ambientais. Algumas sugestões:

- Café – Selo ECOCERT e ORGÂNICO BRASIL
- Cosméticos – Selo IBD e ECOCERT
- Papel – Selo FSC e CERFLOR
- Atum - Selo FRIEND OF the SEA e SeloDolphin Safe
- Lâmpada – Selo Procel
- Produtos de limpeza em geral (detergente, sabão em pó, desinfetante) – Selo IBD

Traga de casa ou adquira alguns destes produtos ou outros que dispor e apresente aos alunos.

Neste momento, instigue-os a identificar os selos e suas finalidades.



Desenvolvimento da Atividade Agora é sua vez!

Procure por produtos com rotulagem ambiental em sua casa ou no comércio local: supermercados, feira de orgânicos, farmácias, lojas de cosméticos.

Procure por produtos que apresentam os selos de certificação que pesquisamos e aprendemos a reconhecê-los nas embalagens.

Você deve encontrar pelo menos cinco tipos diferentes de produtos.

Pesquise informações dos motivos pelos quais este produto recebeu o selo e qual o seu diferencial em relação a outros produtos da mesma categoria. Uma dica: procure subsídios no site da(s) empresa(s).

Se possível, traga os produtos com as embalagens que contém o(s) selo(s). Você pode fotografá-los também.

Ao final de sua pesquisa de campo, você deverá apresentá-la para toda a turma.

Guarde todo o material reunido durante a pesquisa – embalagens e/ou fotografias – pois elas serão expostas, mais tarde, para a comunidade escolar.



Avaliação

Como forma de avaliação destas atividades, leve em consideração os seguintes critérios:

- Organização, pesquisa e apresentação dos grupos referentes às embalagens/produtos;
- Registros fotográficos, confecção dos cartazes;
- Aprofundamento das informações coletadas e registradas por escrito com base nos critérios fornecidos nos roteiros para a realização das atividades.

Sugestão de atividade complementar

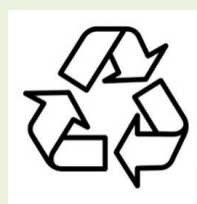
Você pode trabalhar também com exemplos de símbolos de autodeclaração sobre reciclabilidade, entre eles, os dois abaixo:

Você sabia que estes símbolos têm significados distintos?

O que é feito de material reciclado? O produto ou a embalagem. E quanto? 100%?



<http://www.ciencias.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/7/1040reciclado.JPG>



http://www.ciencias.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/7/1039papel_reciclavel.JPG

Saiba mais...

Papel para impressão – certificações e apelos ambientais

NEM SEMPRE ECOLÓGICO. Revista do Idec, fev. 2011. p 28-31.



Nesta reportagem, há informações comparativas de fabricantes de “folha sulfite”, nomes comerciais, % de reciclagem, argumentos ecológicos na embalagem e ainda ausência ou presença de certificação. Aborda o ciclo de vida do papel e ainda esclarece os diferentes FSC (fontes mistas, 100%, cadeia de custódia, reciclado).

“Comprar papel para impressão tornou-se uma tarefa difícil diante de tantos apelos de bomocismo e da falta de informações sobre a fabricação do produto mais sustentável.” p. 28

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Disponível em:

http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2011-02-ed151-servico-meioambiente1.pdf

MÓDULO 4 - GREENWASHING

A Terrachoise é uma consultoria canadense de marketing ambiental, reconhecida internacionalmente, que define *greenwashing* como: “ações de marketing que confundem o consumidor sobre as práticas ambientais de uma empresa ou os benefícios ambientais de um produto ou serviço”. Alguns autores adotam também a grafia “*greenwash*” (TERRACHOISE, 2010).

De acordo com o dicionário Oxford English Dictionary, o termo só foi incluído em 1999 e consta: “*greenwash*”, ou “*greenwashing*” é a desinformação disseminada por uma organização para apresentar uma imagem pública ambientalmente responsável; ou ainda uma imagem pública de responsabilidade ambiental declarada por uma organização que é percebida como sem fundamentos ou intencionalmente enganosa.

Segundo Pagotto (2013), o termo foi popularizado no início dos anos 90 pela ONG Greenpeace, com o intuito de descrever a prática de benefícios ambientais de produtos e serviços promovidos por companhias que enganam consumidores. p. 44 “*Etimologicamente, a expressão “green + wash”, sem tradução para o português, pode ser compreendida como “dar um banho de tinta verde”, no sentido de fazer alguma coisa aparentar um falso aspecto ecológico*”. Outros autores citam como “maquiagem verde”.

“... o *greenwash* enquanto falsa propaganda ambiental, é uma violação ética por definição. Ao utilizá-lo como elemento de um determinado “discurso”, uma instituição deliberadamente induz seus interlocutores ao erro, criando um conflito racional e comprometendo a autonomia e a coerência da escolha.” (PAGOTTO, 2013, p. 49)

Com a aceitação e propagação dos selos ambientais, observou-se inúmeras irregularidades principalmente com a inserção de falsos selos no mercado. Para obtenção de um selo confiável, é necessária uma série de requisitos técnicos com uma metodologia criteriosa que comprovem as informações. Sendo assim, “pegando uma carona” neste mercado, empresas começaram a colocar seus próprios símbolos, imagens, palavras, tendenciando uma “maquiagem verde” no produto.

Saiba mais...



A TerraChoice publicou o relatório “Os sete pecados do Greenwashing” em 2009, fruto de pesquisas realizadas no Canadá e Estados Unidos, em 2007 e na Inglaterra e Áustria em 2008.

O Instituto de Pesquisas Market Analysis, realizou a pesquisa no Brasil, no Estado de Santa Catarina, em parceria com a TerraChoice, utilizando os mesmos padrões metodológicos, particularmente, para produtos das categorias cosméticos e produtos de limpeza, em 2014, nos mesmos comércios visitados com acréscimo da categoria higiene pessoal (GOERG, *et al*, 2014). Para saber mais, os resultados das pesquisas podem ser acessados nos seguintes endereços eletrônicos:

- MARKET ANALYSIS. *Greenwashing* no Brasil: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos. Pesquisa 2010. Disponível em:
<http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/07/Greenwashing-in-Brazil.pdf>
- MARKET ANALYSIS. *Greenwashing* no Brasil: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos. Pesquisa 2014. Disponível em: http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Greenwashing_2014_MarketAnalysis.pdf
- IDEIA SUSTENTÁVEL. Dossiê - *Greenwashing* no Brasil. Market Analysis e TerraChoice. 26 out. 2010. Disponível em:
<http://www.ideiasustentavel.com.br/2010/10/greenwashing-no-brasil/2/>.

VÍDEO

- Reportagem Jornal Nacional – Rede Globo 03/10/2014
Duração: 02:24 min. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/10/estudo-mostra-que-empresas-usam-maquagem-verde-nos-rotulos.html>



CFC - O pecado da irrelevância

O clorofluorcarbono (CFC) é uma substância com enorme potencial de destruição do Ozônio, com concentrações que duram por muito tempo na atmosfera.

Seu uso na fabricação de produtos é proibido no Brasil e em 150 países que assinaram o Protocolo de Montreal, e entrou em vigor em 1989 com metas para redução anual gradativa. Em 2009, houve a eliminação total destas substâncias no Brasil, no setor de refrigeração e também nos demais setores que utilizam o CFC em aerossóis, espumas e solventes. Com a eliminação do uso, portanto, não há a necessidade do produto referenciar na sua embalagem “Não contém CFC”. Considerado assim, o pecado da irrelevância no *Greenwashing*.



Orientações ao professor

Leve para a sala de aula alguns produtos aerossóis que apresentem a informação “Não contém CFC” e explore o significado da expressão “o pecado da irrelevância” a partir da proibição do CFC no Brasil.

Outro encaminhamento sobre o tema com os alunos é a abordagem dos símbolos de autodeclaração sobre reciclabilidade, em especial a falta da informação do material reciclado na confecção da embalagem ou do produto, e ainda a % utilizada.



Para refletir...

- 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*. (Market Analysis, 2010, p. 32)
- Evitar o greenwashing não significa esperar um produto perfeito, mas sim que a honestidade, a transparência e uma base científica sólida são fundamentais. Isto significa: evitar “Os Sete Pecados da Rotulagem Ambiental”. (Market Analysis, 2010, p. 36)

Atividade 12 - Trabalhando com propaganda - pesquisa



Desenvolvimento da Atividade

Nem tudo é o que parece

Observe as informações do infográfico publicado na Revista Veja, Ed. 2145 de 30/12/2009 – Os sete sinais da propaganda ecológica enganosa. AeroGreen Jato

Disponível em: http://veja.abril.com.br/301209/popup_7_sinais.html

Leia com atenção os sete sinais da propaganda ecológica enganosa e observe como este *marketing* pode ser aplicado na publicidade dos produtos.

Agora é a sua vez...

Verifique o que parece ser e realmente é, e o que parece ser mais na verdade é *greenwashing*.

Você viu a publicidade do “AeroGreen Jato”. Este anúncio “faz de conta” é um exemplo de como as pessoas podem ser iludidas ou mesmo enganadas. Infelizmente, isso também acontece em anúncios verdadeiros. Vamos buscar publicidades reais e procurar algumas que apresentem um apelo ambiental sob a ótica do greenwash.



Comprando gato por lebre!

Roteiro para realização da atividade:

Procure anúncios publicitários em jornais, revistas, outdoors, web sites de empresas, comerciais na televisão.

Seguindo o modelo do “*Jato Aerogreen*”, faça uma análise da propaganda indicando as possíveis artimanhas utilizadas e registre suas conclusões no caderno.

No seu registro, deve constar:

- o nome da empresa,
- o tipo de produto ou prestação de serviço que oferece,
- a mensagem que se quer transmitir,
- o público-alvo (se houver),
- suas considerações acerca dos artifícios ambientais utilizados na publicidade.

Produza ou colete imagens do anúncio. Você pode fotografar, capturar a imagem através da tecla *print screen* do computador, na mídia impressa, se possível, recortar o anúncio, gravar propagandas na televisão ou vídeos na web. Não esqueça de anotar a fonte de consulta!

Após suas pesquisas, produza um relato por escrito e entregue ao professor.

Organize o material que você coletou durante a atividade e monte uma apresentação para a turma.



Orientações ao Professor

Chame a atenção dos alunos para todos os elementos relacionados ao foco ambiental utilizados na composição da propaganda. Solicite que eles analisem cada argumentação presente na publicidade e emitam suas opiniões pessoais para a turma.

Auxilie os alunos na organização das etapas da atividade. Planeje um momento para que os alunos possam fazer a apresentação para a turma.

Atividade 13 - Trabalhando em campo - pecados do greenwash



Profissão: Detetive Ambiental

A seguir, leia um roteiro adaptado do texto Dossiê - *Greenwashing* no Brasil, disponível no site Ideia Sustentável (2010).

Procure no comércio local – supermercados, farmácias, lojas de departamentos – produtos que apresentem selos ambientais, imagens ou mensagens escritas que se pareçam com *greenwash*.

Após selecionar os produtos, examine as informações para descobrir se algum dos sete pecados foi cometido.

Para registrar, produza imagens fotográficas ou, se possível, traga o produto com sua embalagem para a sala de aula.

Procure por evidências de qualquer um dos Sete Pecados da Rotulagem Ambiental fazendo as sete perguntas:

- ✓ 1. O apelo ecológico está se referindo a apenas uma questão ambiental restrita? (Custo Ambiental Camuflado) Se sim, levante informações adicionais que possam lhe fornecer uma visão mais clara do impacto ambiental do produto.
- ✓ 2. O apelo fornece mais informações sobre sua proveniência? (Falta de prova) Uma estratégia correta de *marketing* ambiental ajuda o consumidor a encontrar evidências e aprender mais sobre tal atributo. Web sites, certificados de terceiros, telefones gratuitos (0800) são instrumentos efetivos de informação.
- ✓ 3. O apelo ambiental é autoexplicativo? Se não, apresenta alguma explicação sobre seu significado? (Incerteza) Sem a devida explicação, produtos que se apresentam como “ecologicamente corretos” ou “amigo do planeta” são vagos.
- ✓ 4. Poderiam todos os produtos desta categoria apresentar o mesmo apelo? (Irrelevância) Lembre-se da história do CFC.
- ✓ 5 Quando checo o apelo feito, ele é verdadeiro? (Mentira)
- ✓ 6. O apelo tenta fazer o consumidor se sentir mais “verde” em relação à categoria de um produto que tem seu benefício ambiental questionado? (“Menos pior”) Consumidores preocupados, por exemplo, com os efeitos colaterais do tabaco e do cigarro seriam mais responsáveis se parassem de fumar do que se comprassem cigarros orgânicos.
- ✓ 7. O certificado apresentado pelo produto é realmente endossado por terceiros? (Culto a Falsos Rótulos) Procure se informar sobre os verdadeiros selos de certificação ecológicos para não ser enganado por simples imagens ou selos sem lastro.

FONTE: IDEIA SUSTENTÁVEL. Market Analysis e TerraChoise. Dossiê – *Greenwashing* no Brasil. 26 out. 2010.

Disponível em: <http://www.ideiasustentavel.com.br/2010/10/greenwashing-no-brasil/2/>.



Roteiro para realização da atividade

Em duplas, pesquisem pelo menos duas diferentes categorias listadas abaixo.

Para descobrir o pecado da pergunta quatro, por exemplo, da irrelevância, nem precisa ser tão detetive assim! Já aprendemos um pouco sobre esse *greenwash* em nossas discussões em sala e, infelizmente, sabemos que ele está presente em produtos com embalagem sob a forma de aerossol que indicam não conter o CFC.

Para realizar sua pesquisa, procure encontrar diferentes pecados, dentre os sete listados.

Categorias:

- ✓ PRODUTOS LIMPEZA DA CASA – desinfetante, detergente, cera, lã de aço, esponja.
- ✓ PRODUTOS LIMPEZA DA ROUPA – sabão em pó, sabão líquido, amaciante.
- ✓ PRODUTOS ALIMENTÍCIOS – café, achocolatado, arroz, feijão, enlatados, biscoitos, massas, carnes, laticínios, sucos.
- ✓ PRODUTOS HIGIENE PESSOAL E COSMÉTICO – desodorante, sabonete, shampoo, hidratante, creme, fralda, absorvente, maquiagem, esmalte.
- ✓ PRODUTOS DE PAPEL – papel higiênico, toalha de papel, guardanapo, folha sulfite, caderno, agenda.
- ✓ PRODUTOS DE VESTUÁRIO – roupas, acessórios e calçados.

Dicas para a sua investigação

Para realizar sua investigação, siga principalmente às recomendações sugeridas no item 2. Faça registros por escrito. Você também pode enviar mensagem eletrônica para a empresa responsável pelo produto ou para a empresa certificadora responsável pelo fornecimento do selo, para verificar se ele não é “falso”.

Acrescente a cópia das mensagens ao seu trabalho. Se o seu contato ocorrer pelo SAC da empresa, além de registrar suas perguntas e respostas obtidas, anote dia, horário, nome do atendente, número do protocolo (se houver) além de outras informações que achar pertinente.

Aponte qual ou quais pecados, possivelmente, tenham sido cometidos e argumente suas conclusões.

Vamos lá! Coloque sua alma de detetive em prática!



Orientações ao Professor

Para complementar o trabalho de investigação, e caso os alunos encontrem diversos *greenwashing* em uma mesma publicidade, convide-os a construir coletivamente uma reclamação da propaganda, denunciar a situação ao CONAR e acompanhar o parecer. A avaliação desta atividade não deve ficar restrita aos relatórios escritos dos alunos. É importante avaliar cada etapa da atividade, desde a formação das duplas, realização de leituras e pesquisas, coleta de materiais para a análise, contato com empresas e socialização do trabalho no grande grupo.



É importante saber.....

Entre no site do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

Site da Instituição: <http://www.conar.org.br/>

Atividade 14 - Trabalhando com vídeos de propagandas publicitárias



Propaganda publicitária de uma rede de postos de gasolina

Duração: 30 seg.

https://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=Q5zD6fOYwhQ

Propaganda publicitária de sandália infantil

Duração: 31 seg.

<https://www.youtube.com/watch?v=6QJtm9BnAyI>

Propaganda publicitária de esponja de aço

Duração: 30 seg.

<https://www.youtube.com/watch?v=AR5agOLCanM>



DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE

NÃO SE DEIXE ENGANAR!

Junto com sua turma e professor, você assistirá três propagandas publicitárias. O objetivo desta atividade é tentar identificar possíveis *Greenwashing* em cada vídeo.

Você e seus colegas conseguiram identificar *Greenwashing* nas propagandas que assistiram? Em caso positivo, cite quais foram elas.

Como você se sentiu ao identificá-los? Indignado? Indiferente? Relate para a turma suas emoções.

Em seguida, no laboratório de informática, busquem o site do CONAR e verifiquem os pareceres dados a estas publicidades. Eles são encontrados nos seguintes endereços:

<http://conar.org.br/processos/detcaso.php?id=1736>

<http://conar.org.br/processos/detcaso.php?id=569>



Orientações ao Professor

Uma forma diferenciada e estimulante de avaliar esta atividade será solicitar dos alunos, reunidos em grupos de quatro ou cinco componentes, que escolham um dos anúncios assistidos e produzam uma releitura da propaganda em forma de vídeo, substituindo as informações enganosas por outras honestas e bem criativas. Afinal de contas, um anúncio serve para conquistar os consumidores. Os vídeos podem ser produzidos de forma caseira, com os próprios aparelhos de celular dos alunos. Depois, marquem um dia para assistir, e discutir, as produções da turma. Vai ser muito divertido!

MÓDULO 5 - COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO SETOR PÚBLICO

LICITAÇÃO

Toda execução da despesa pública respeita um processo de compra que recebe o nome de licitação pública. Esse processo existe para assegurar que as compras efetuadas pelo setor público tragam maior benefício para a administração e evitem privilégios ou favorecimentos a alguns dos participantes. (...) O valor estimado para contratação é o principal fator de escolha de licitação. (PNEF 4, 2009 p. 41)

A administração pública convoca através de procedimento administrativo formal, editais ou convites, estabelecendo critérios específicos – documento chamado “Edital de Licitação” – oportunizando que empresas interessadas na apresentação de propostas, concorram para oferecer seus bens e serviços através de alguma modalidade de licitação. A Constituição Federal, prevê para a Administração Pública, a obrigatoriedade de licitar, no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (PNEF 4, 2009; MMA, 2014).

Quando a administração pública necessita adquirir bens ou serviços ela o faz por meio de um processo denominado **licitação**. Em outras palavras, os órgãos públicos, quando necessitam comprar determinados produtos ou contratar algum tipo de serviço, estabelecem uma espécie de “competição” entre as empresas que desejam atuar como fornecedoras. Esta competição tem como objetivo garantir que o setor público consiga a melhor condição de compra atendendo aos interesses da sociedade.

E como esse processo ocorre?

Há algumas diferentes modalidades de licitação, porém todas se dão com a apresentação das propostas de cada participante. Para que uma proposta seja vitoriosa, além da capacidade técnica e dos critérios de especificações requeridos, os participantes devem apresentar o menor preço.

Orientações ao Professor

Orientação ao professor: a atividade tem como objetivo a construção de um glossário contemplando as diversas modalidades de licitação. É importante que os alunos identifiquem e se familiarizem com os diferentes conceitos acerca dos processos licitatórios para a realização da atividade 16.



ATIVIDADE 15- Trabalhando com pesquisa Com dinheiro público não se brinca!

Desenvolvimento da Atividade

A administração pública se utiliza de diferentes tipos de licitação conforme a natureza e o volume da aquisição.

Para conhecer os diferentes processos de compras públicas, vamos construir um glossário conceituando cada modalidade.

Para tanto, pesquise na *web* e registre em seu caderno os seguintes conceitos:

- ✓ Concorrência:
- ✓ Tomada de preço:
- ✓ Convite:
- ✓ Pregão:
- ✓ Concurso:
- ✓ Leilão:

Para refletir...



Políticas públicas para sustentabilidade

“As decisões governamentais influenciam a qualidade de vida dos cidadãos e a sustentabilidade socioambiental. Os governos precisam implementar políticas públicas integradas que resgatem o papel do Estado de regular e fiscalizar, impedindo padrões insustentáveis e estimulando os novos padrões de produção e consumo. Cabe aos cidadãos tomar consciência de seu poder político e pressionar seus governantes a adotarem políticas públicas para sustentabilidade.”

(IDEC – Folheto, p. 4)

Sugestão de vídeo

Ministério do Meio Ambiente. Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P

Comissão Gestora da A3P

Duração: 08:06 min.

Desenho animado – Servidores públicos e o Programa A3P. 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

É importante saber.....

O que é Licitação Sustentável?

Segundo o art. 3º da Lei No 8.666/1993 Licitação Sustentável é aquela que destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável...(Redação dada pela Lei no 12.349, de 2010).

Nesse sentido, pode-se dizer que a licitação sustentável é o procedimento administrativo formal que contribui para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável, mediante a inserção de critérios sociais, ambientais e econômicos nas aquisições de bens, contratações de serviços e execução de obras.

De uma maneira geral, trata-se da utilização do poder de compra do setor público para gerar benefícios econômicos e socioambientais.

Texto retirado do site do Ministério do Meio Ambiente. Responsabilidade Socioambiental. A3P. Eixos Temáticos. Licitação Sustentável. Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/526>





Saiba Mais...

Por que realizar compras e licitações sustentáveis?

As compras e licitações sustentáveis possuem um papel estratégico para os órgãos públicos e, quando adequadamente realizadas promovem a sustentabilidade nas atividades públicas. Para tanto, é fundamental que os compradores públicos saibam delimitar corretamente as necessidades da sua instituição e conheçam a legislação aplicável e características dos bens e serviços que poderão ser adquiridos.

O governo brasileiro despende anualmente mais de 600 bilhões de reais com a aquisição de bens e contratações de serviços (15% do PIB). Nesse sentido, direcionar-se o poder de compra do setor público para a aquisição de produtos e serviços com critérios de sustentabilidade implica na geração de benefícios socioambientais e na redução de impactos ambientais, ao mesmo tempo em que, induz e promove o mercado de bens e serviços sustentáveis.

Texto retirado do site do Ministério do Meio Ambiente. Responsabilidade Socioambiental. A3P. Eixos Temáticos. Licitação Sustentável.

Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/526>. Acesso em 11/11/2014

ATIVIDADE 16- Trabalhando com cidadania

Compras públicas sustentáveis no seu município



Vamos pesquisar

Agora chegou o momento de você exercer sua cidadania e investigar como o Estado planeja a alocação dos recursos públicos para efetuar compras de produtos e contratação de serviços sustentáveis a partir da elaboração de Editais de Licitação.

Pesquise em seu município como funciona este processo. Procure identificar se há critérios de sustentabilidade adotados nas compras. Em caso positivo, elabore um texto explicando cada um deles.

PROFESSOR

Sugestão de atividade complementar...



Caso a pesquisa evidencie que não há critérios de sustentabilidade nas políticas públicas de compras de seu município, mobilize a comunidade escolar e, juntos, organizem instrumentos para pressionar os governantes. Você pode sugerir a elaboração de um documento que formalize a preocupação da comunidade a respeito das compras públicas sustentáveis, coletando o máximo de assinaturas. Outra possibilidade é por meio da imprensa local (rádio, TV, jornais impresso ou digital).

Caso a pesquisa aponte a presença de critérios sustentáveis em algum quesito e órgão do município, auxilie os alunos a reconhecer como ela ocorre na prática. É importante que esta iniciativa governamental seja valorizada e divulgada na comunidade escolar.

Veja a seguir um exemplo de compras públicas sustentáveis na prática:

Saiba Mais....



COMO OCORREM AS COMPRAS SUSTENTÁVEIS NA PRÁTICA?

EXEMPLO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Câmara dos Deputados instituiu em 2011, o Ato da Mesa nº 4, o qual trata especificamente das Compras Públicas Sustentáveis, impondo aos gestores a observância dos critérios de sustentabilidade quando da elaboração dos seus editais. Assim, cumpre mencionar os seguintes certames:

- Na aquisição de lâmpadas, pilhas, pneus, óleos lubrificantes introduzimos as exigências da logística reversa com base na Lei nº 12.305/2010, bem como nas resoluções do Conama para cada produto.
- Na contratação de serviços de restaurante a exigência de um plano de monitoramento dos resíduos;
- Na aquisição de papel, é exigida a comprovação da origem florestal;
- Exigência com selo de economia de energia – PROCEL, para eletrodomésticos - ar condicionado, geladeiras.
- Na aquisição de madeira ou produtos derivados, a Câmara exige que empresa fornecedora atenda aos seguintes critérios:

I. Possuir credenciamento ou registro junto ao IBAMA;

II. Comprovar a procedência legal da madeira por meio da emissão de DOF (Documento de Origem Florestal), para o caso de fornecimento de madeiras de espécies nativas.

III. Comprovar que a madeira não foi colhida em áreas florestais onde ocorra violação dos direitos trabalhistas. Tal comprovação poderá ser feita por meio de declaração da licitante, certificação (a exemplo do CEFLO – Certificação de Origem Florestal) ou relatório de auditoria independente (emitido pelas entidades credenciadas pelos órgãos governamentais competentes, habilitadas pelo INMETRO) e estará sujeita à verificação de sua validade pela Câmara dos Deputados.

- Aquisição de produtos que promovam a redução de gasto dos recursos hídricos por meio da instalação de sistemas e aquisição de instalações e equipamentos economizadores.
- Aquisição de computadores com critérios ambientais – TI verde.
- Exigências nos editais quanto à redução de embalagens.
- Solicitação das especificações constante das certificações ou qualquer outra prova que comprove os critérios exigidos no edital;
- Os projetos de arquitetura e demais projetos complementares para as obras e serviços da Câmara dos Deputados são elaborados segundo princípios de qualidade e sustentabilidade, como à redução do consumo de energia e água e à utilização de tecnologias e materiais com critérios de sustentabilidade, que minimizam os impactos ambientais.
- Locação de veículos biocombustível.
- Nos contratos de prestação de serviço de limpeza e conservação, a exigência quanto à promoção da coleta seletiva.

Texto retirado do site do Ministério do Meio Ambiente. Responsabilidade Socioambiental. A3P. Compras Sustentáveis na Prática. Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/9031>

Acesso em 11/11/2014

ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO - Socialização das produções para a comunidade escolar



Trabalhando com Feira Ambiental - Meio Ambiente, consumo responsável e compras sustentáveis

Meio ambiente e sustentabilidade são temas que você já conhece. Ao longo dos estudos você leu reportagens e artigos, analisou vídeos e anúncios publicitários, pesquisou normas e orientações técnicas, realizou pesquisa de campo, produziu cartazes, textos, vídeos, entre outros materiais.

Agora é o momento de exercer sua cidadania e socializar toda esta produção com a comunidade escolar.

Que tal organizar com seus colegas e professor uma feira de Meio Ambiente e Sustentabilidade? Então, mãos à obra!



Orientações ao professor

Planeje com os alunos todas as etapas necessárias para a montagem de uma exposição de encerramento aberta à comunidade com as produções realizadas pelos estudantes envolvidos ao longo da implementação do trabalho pedagógico vivenciado na escola. Na organização, proponha apresentações orais para outras turmas e divulgação dos resultados obtidos valorizando todas as ações desenvolvidas pelos alunos. Converse com a equipe diretiva para que este evento seja um momento de integração da comunidade com o colégio.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **Rotulagem ambiental ABNT**. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/certificacao/gen.pdf>>. Acesso em: 22/04/2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM (ABRE). **A embalagem construindo a sustentabilidade**. O Setor. Sustentabilidade. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/setor/apresentacao-do-setor/a-embalagem/sustentabilidade/>>. Acesso em: 07/06/2014.

BOUABCI, L. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Ideia Socioambiental**. n. 20. Dossiê 7. p.55-60, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/IS20%20-%20Dossie%20v3.pdf>>. Acesso em: 06/06/2014.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Portaria no. 35, de 27 de fevereiro de 1998. Criar o Grupo de Trabalho Educação Tributária. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 4 mar. 1998. Seção 2, p. 42.

_____. Lei nº 9795, de 27 de abril de 1999. Institui a Política Nacional de Educação Ambiental. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 abr. 1999. Seção 1, p. 1-3.

_____. Ministério de Estado da Fazenda e Ministério de Estado da Educação. Portaria Conjunta nº 413. Define competências dos órgãos responsáveis pela implementação do Programa Nacional de Educação Fiscal – PNEF. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 02 jan. 2003. Seção I, p. 4.

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

COHEN, M. The emerging international policy discourse on sustainable consumption. In: COHEN, M.; MURPHY, J. (Ed.). **Exploring sustainable consumption: environmental policy and the social sciences**. Oxford: Elsevier Science, 2001, p. 21-38.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE (CMMD). **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

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.

GEORG, P. *et. al.* **Greenwashing no Brasil: um Estudo sobre os Apelos Ambientais nos Rótulos dos Produtos**. I Encontro Latino-americano de Estudos do Consumo. PUC – Rio de Janeiro. p. 1-13, set. 2014. Disponível em: <http://estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT01-Goerg_Fermiano_Canhada_Afonso-Greenwashing_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 03/12/2014.

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.

IDEIA SUSTENTÁVEL. Market Analysis e TerraChoice. Dossiê – **Greenwashing no Brasil**. 26 out. 2010. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/2010/10/greenwashing-no-brasil/2/>>. Acesso em: 06/06/2014.

INSTITUTO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (Idec). **Consumo Sustentável: o que fazer por nós e pelo planeta**. Folheto (6 p.). Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/folheto-consumo-sustentavel.pdf>>. Acesso em: 22/04/2014.

_____. Nem sempre ecológico. **Revista do Idec**, fev 2011. p. 28-31. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2011-02-ed151-servico-meioambiente1.pdf>. Acesso em: 15/09/2014.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (Ipea). **O uso do poder de compra para a melhoria do meio ambiente: o papel da rotulagem ambiental**. Série Eixos do Desenvolvimento Brasileiro. Comunicado n. 82, 2011. 23 p. cap. 10. Disponível em: <http://cpsustentaveis.planejamento.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/rotulagem_ambiental_ipea.pdf>. Acesso em: 22/04/2014.

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. Disponível em: <<http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/07/Greenwashing-in-Brazil.pdf>>. Acesso em: 14/10/2014.

MATTOS de LEMOS, H. **As Normas da ISO 14000**. Brasil PNUMA. jul. 2013. Disponível em: <<http://www.brasilpnuma.org.br/saibamais/iso14000.html>>. Acesso em: 15/09/2014.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Ministério da Fazenda. **Escola de Administração Fazendária – ESAF. Histórico do Programa Nacional de Educação Fiscal.** Disponível em: <http://www.esaf.fazenda.gov.br/educacao_fiscal/pnef/sobre-o-programa/historico>. Acesso em: 04/05/2014.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). Água / Produção de Consumo Sustentáveis. **Repensando o consumo - A escolha é sua.** Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/agua/item/7651>>. Acesso em: 05/06/2014.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). Responsabilidade Socioambiental. A3P. **Compras Sustentáveis na Prática.** Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/9031>>. Acesso em: 11/11/2014.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). Responsabilidade Socioambiental. A3P. Eixos Temáticos. **Licitação Sustentável.** Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/eixos-tematicos/item/526>>. Acesso em: 11/11/2014.

NEIVA, P. Os sete sinais da propaganda ecológica enganosa. AeroGreen Jato. **Veja**, São Paulo, n. 2145. 30 dez. 2009. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/301209/popup_7_sinais.html>. Acesso em: 19/10/2014

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.** Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12559169/consumo-consciente-o-caso-unilever>>. Acesso em: 19/10/2014

PAGOTO, E. L. **Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental.** Dissertação (Mestrado em Ciências). EACH/USP, São Paulo, 2013, 162 p. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100134/tde-22072013-141652/pt-br.php>>. Acesso em: 14/10/2014.

PARANÁ. SECRETARIA DE ESTADO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR. Decreto nº 5739. Institui o "Programa Estadual de Educação Fiscal – PEEF/PR" - SETI. **Diário Oficial do Paraná** nº 8787, Curitiba, PR, 29 ago. 2012.

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Agência de Notícias. **Pequenas atitudes podem diminuir produção de lixo da cidade.** 22/04/2014
Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/pequenas-atitudes-podem-diminuir-producao-de-lixo-da-cidade/32655> Acesso em: 15/09/2014

PROGRAMA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FISCAL – PNEF. Escola de Administração Fazendária. **Educação Fiscal no contexto social.** Série Educação Fiscal. Caderno 1. ed. Brasília: ESAF, 2009.

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO DO PARANÁ. **Grupo de estudos de educação fiscal**. 1º Encontro. Departamento da Diversidade – Coordenação de Desafios Educacionais Contemporâneos. Curitiba, 6 p. mar. 2008.

_____. Portal Dia a Dia Educação. Programas e projetos. **Curso Disseminadores da Educação Fiscal**. Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=219>>. Acesso em: 18/06/2014 (a).

_____. Portal Dia a Dia Educação. Recursos didáticos. **Imagens**. Disponível em: <<http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=11>>. Acesso em 03/11/2014 (b).

_____. Portal Dia a Dia Educação. Escola recebe prêmio nacional de educação fiscal. **Notícias**. Assessoria de Comunicação. Disponível em: <<http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=2065&tit=Escola-recebe-Premio-Nacional-de-Educacao-Fiscal>>. Acesso em: 29/11/2014 (c).

_____. Escola de Administração Fazendária. **Educação Fiscal no contexto social**. Série Educação Fiscal. Caderno 4. ed. Brasília: ESAF, 2009.

RIBEIRO, A. Falta combinar com o consumidor. **Época**, São Paulo, 11/04/2010. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI132663-15259-2,00-FALTA+COMBINAR+COM+O+CONSUMIDOR.html>>. Acesso em: 15/08/2014.

TERRACHOISE. **The sins of greenwashing**: home and family edition. 2010. Disponível em <<http://sinsofgreenwashing.org/index35c6.pdf>>. Acesso em: 15/08/2014

TRIGUEIROS, A. Consumindo a vida. **Mundo Sustentável**. 16/10/2006. Disponível em: <<http://www.mundosustentavel.com.br/2006/12/consumindo-a-vida/>>. Acesso em: 06/11/2014.

VOLTOLINI, R. Rótulos, selos e certificações verdes: uma ferramenta para o consumo consciente. **Ideia Socioambiental**. n. 20. Dossiê 7, p.47-54jun. 2010, . Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/IS20%20-%20Dossie%20v3.pdf>>. Acesso em: 06/06/2014.