

Fundação Universidade Federal do Rio Grande

Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental

Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient.

ISSN 1517-1256

Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental

Volume 16, janeiro a junho de 2006

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO ÉTICO E SUSTENTÁVEL

Daniela Vasconcellos Gomes¹

Resumo: A sociedade contemporânea vive um momento de crise, em que se faz necessária a mudança do paradigma antropocêntrico ainda predominante para uma visão de mundo biocêntrica, comprometida com toda a vida na Terra. Os padrões de consumo impostos pelo sistema capitalista devem ser revistos, sob pena de inviabilizar a continuidade da vida no planeta. A educação possui papel fundamental na formulação de uma nova mentalidade, e a educação para o consumo é elemento-chave na conscientização da população em relação à sua responsabilidade social na busca do desenvolvimento sustentável do planeta.

Palavras-chave: consumo consciente, conscientização ambiental, responsabilidade social, desenvolvimento sustentável.

Abstract: The society contemporary lives a crisis moment, where if it makes necessary the change of still predominant the anthropocentric paradigm for a biocentric vision of world, compromised with all the life in the Earth. The consumption standards taxes for the capitalist system must be reviewed, duly warned to make impracticable the continuity of the life in the planet. The education possess basic paper in the formularization of a new mentality, and the education for the consumption is element-key in the awareness of the population in relation to its social responsibility in the search of the sustainable development of the planet.

Key words: conscientious consumption, ambient awareness, social responsibility, sustainable development.

¹ Especialista em Direito Civil Contemporâneo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS); aluna do Mestrado em Direito Ambiental da Universidade de Caxias do Sul (UCS); componente do Grupo de Pesquisa Metamorfose Jurídica (CNPq/UCS); advogada. E-mail: dv Gomes@gmail.com.

Introdução

O crescente processo de industrialização sempre foi bem visto pela sociedade, vez que o progresso econômico tem sido buscado incessantemente. Os recursos naturais têm sido utilizados como se fossem infinitos, e não há qualquer preocupação com os impactos das atividades realizadas.

Apenas mais recentemente é que se começou a perceber que o planeta não vai sobreviver se houver o predomínio das leis do mercado. Assim, surge a preocupação com modelos sustentáveis de desenvolvimento, onde haja a conciliação entre o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente.

Vive-se atualmente em um momento de transição, em uma verdadeira crise de valores. O paradigma antropocêntrico, que predominou durante toda a modernidade, ainda está presente em nossa sociedade, mas há sinais visíveis de que a lógica do mercado está destruindo a vida do planeta. Sendo assim, se faz necessária a mudança para uma visão de mundo biocêntrica, comprometida com todas as formas de vida na Terra.

A educação possui papel fundamental na formulação de uma nova mentalidade. De modo mais específico, a educação para o consumo é elemento-chave na conscientização da população.

Há a necessidade de mudanças no modo de pensar, que levem em consideração as atuais características da sociedade contemporânea e privilegiem uma visão total de mundo, com uma postura ética, responsável e solidária.

1. O desafio do desenvolvimento sustentável

Fala-se muito em crise ambiental. Entretanto, não é o meio ambiente natural que se encontra em crise. Vive-se uma crise de valores, que desencadeiam os problemas presentes em diferentes setores de nossa sociedade – e geram a ameaça ao meio ambiente.

Nesse sentido ressalta Della Giustina (2004, p. 160):

Na verdade, as crises constituem conseqüências e não causas dos desequilíbrios do processo. Atuar sobre as conseqüências – o controle do mundo, a fome ou a exclusão, sem modificar as estruturas, ou a natureza do processo, pode até se constituir numa forma de aquietamento das conseqüências, enquanto se mantém o modelo que gera os desequilíbrios insustentáveis e que nem fará superar as crises e nem fará as transformações necessárias no rumo da mudança civilizatória.

A sociedade contemporânea ainda tenta se desvencilhar da visão antropocêntrica de mundo. Visão essa que autorizava o ser humano a dominar a natureza, e dela se utilizar como se a sua existência fosse exclusivamente para satisfazer as necessidades humanas. Resultado desse paradigma e das imposições do capitalismo é a crise socioambiental presente atualmente.

A base natural sempre foi utilizada de modo predatório, sem qualquer preocupação com a sua preservação ou com a diversidade biológica como um todo. Segundo Morin e Kern (2003, p. 79), “o mito do desenvolvimento determinou a crença de que era preciso sacrificar tudo por ele”. Entretanto, a natureza não pode mais ser vista somente sob o aspecto econômico, como um objeto à disposição do ser humano, mas como um todo integrado e interdependente, indispensável para a continuidade da vida na Terra.

A dominação e a exploração devem dar lugar ao cuidado e à responsabilidade. Para Leonardo Boff (2000, p. 91), “cuidado significa, então, desvelo, solicitude, diligência, zelo, atenção, bom trato... estamos diante de uma atitude fundamental, de um modo de ser mediante o qual a pessoa sai de si e centra-se no outro com desvelo e solicitude”.

O grande desafio atual é o desenvolvimento sustentável, que busca o equilíbrio entre o desenvolvimento socioeconômico e a preservação do meio ambiente. O termo “desenvolvimento sustentável” é abrangente – engloba aspectos econômicos, sociais e ambientais –, e foi expresso no Relatório Brundtland como o “desenvolvimento que atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade de as futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades” (MOUSINHO, 2003, p. 348).

O paradigma antropocêntrico faz com que o crescimento econômico muitas vezes seja visto como a solução de todos os problemas. A questão é que a economia está interligada aos demais subsistemas e é dependente da biosfera finita que lhe dá suporte. Assim, a economia não é um sistema fechado, e todo o crescimento econômico afeta o meio ambiente e é por ele afetado, já que economia e meio ambiente são parte de um sistema único e, conseqüentemente, interagem (PENNA, 1999, p. 127-129). De modo que é preciso mudar a trajetória do progresso e fazer uma transição para uma economia sustentável, para que o futuro de nosso planeta não reste comprometido (DALY, 2005, p. 92).

Na busca do desenvolvimento sustentável a grande questão é que a demanda de recursos é cada vez maior, mas os recursos são finitos. Pois, como ressalta Locatelli (2000, p. 297), “ao contrário dos anseios e necessidades do homem, que podem ser consideradas como ilimitados, os recursos naturais disponíveis não o são”.

Nesse sentido, Penna (1999, p. 130):

Grande parte das questões ambientais e sociais baseiam-se no equilíbrio abastecimento *versus* demanda. Embora não se sabia com precisão os seus limites, o abastecimento (de qualquer coisa) é seguramente limitado, enquanto a demanda pode ser ilimitada. Não há limites intrínsecos à demanda dos seres humanos.

O crescimento econômico e o progresso material não podem ser um fim em si mesmos. “O que deveria ser apenas um meio está sendo cada vez mais confundido com os objetivos últimos, que são o desenvolvimento humano, a sobrevivência e o bem-estar presente e futuro da nossa espécie e daquelas que conosco partilham a biosfera” (PENNA, 1999, p. 130-131). Já é tempo de perceber que se não houver um ambiente saudável, de nada adiantará um crescimento econômico acelerado ou um grande desenvolvimento tecnológico, haja vista que estes não irão compensar as perdas da qualidade ambiental.

Assim, o foco da sociedade contemporânea não pode mais estar direcionado apenas para a produção de riquezas, mas para a sua distribuição e sua melhor utilização. É necessária uma verdadeira e efetiva mudança de postura na relação entre o homem e a natureza, onde não há a dominação, mas a harmonia entre eles.

2. A educação na sociedade pós-moderna

Hoje, na aldeia global, a difusão do conhecimento é facilitada pela informática, pelos meios de comunicação de massa e a possibilidade de educação à distância. A escola não é mais a única responsável pela construção e transmissão do conhecimento. Entretanto, ao mesmo tempo em que aumenta a possibilidade de acesso à informação – pois esta circula de modo cada vez mais rápido –, o nível de conhecimento se torna cada vez mais baixo. “Nunca se deu tanta importância à educação, ao ensino, ao conhecimento, porém, com exceções, percebe-se a instalação do caos em todas as esferas e níveis de escolaridade” (LAMPERT, 2005, p. 32).

A escola também sofre as conseqüências da sociedade pós-moderna em que está inserida e, assim como outras instituições sociais, está em crise. Para Calloni (2005, p. 69), “A crise da educação *não está* na educação. A crise da educação é tradução imediata da crise de objetivos e da saturação do modelo capitalista.” E questiona: “Como solucionar pontualmente um problema que é macroestrutural, global, de nível mundial?”.

A instituição encontra-se desvalorizada e, muitas vezes, desacreditada, por não conseguir mais atender às necessidades sociais. Para se manter viva, a escola precisa construir um conhecimento que tenha sentido para os alunos – e não apenas informação – proporcionando uma formação integral, de valores éticos (LAMPERT, 2005, p. 42-44).

Ernâni Lampert (2005, p. 45-46), ressalta:

A educação, dever do Estado, numa sociedade globalizada, deve ensinar o cidadão a viver em uma aldeia planetária; a se transformar em cidadão do mundo; a aceitar a mundialização da cultura, sem, entretanto, perder e renunciar às suas raízes culturais. Portanto, na pós-modernidade, a educação deve ser um ato de ousadia e um eterno desafio. Devemos assumir com humildade os erros históricos e ter a predisposição de superá-los para que possamos contribuir na construção de um mundo melhor.

A crise percebida no sistema educativo impõe a necessidade de busca de modelos alternativos que possam substituir suas antigas estruturas ainda vigentes. Ao analisar as necessidades de mudança na educação, não é possível desconsiderar certas características da sociedade contemporânea, tais como o consumismo desenfreado, a substituição das referências de valor, em que o fundamental é o 'ter' e não o 'ser', a perda da essência do próprio ser humano como ser histórico, e a falta de análise crítica diante das situações,

resultado da imposição da sociedade da informação em lugar da sociedade do conhecimento (MEDINA e SANTOS, 1999, p. 19-20).

As novas dimensões educativas colocam ênfase no componente ético e são orientadas à transformação do indivíduo: educação para a paz, para a saúde, a educação para o consumo, a educação ambiental (MEDINA e SANTOS, 1999, p. 21-22). A educação ambiental é necessária na formação de indivíduos com uma nova racionalidade ambiental, capaz de superar a crise global presenciada atualmente.

3. O papel da educação ambiental na formação de uma nova consciência

O futuro da espécie humana e de todas as espécies dependem do equilíbrio do meio ambiente. Sem uma relação harmônica e equilibrada entre o ser humano e a natureza, não há como assegurar a sadia qualidade de vida no presente, e resta comprometida a existência das futuras gerações.

Diante disso, percebe-se a necessidade de se buscar uma nova ética, regida por um sentimento de pertença mútua entre todos os seres. A ética sempre esteve preocupada com as questões de existência do homem, mas agora deve voltar-se principalmente para a sua inter-relação com o planeta – uma ética voltada a um relacionamento equilibrado entre a natureza e o ser humano. De modo que é necessária a construção de uma ética ambiental voltada ao futuro, para que o direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado possa ser assegurado para as presentes e futuras gerações (SIRVINSKAS, 2002, p. 307).

A nova ética está fundamentada na responsabilidade e na solidariedade com o futuro. Para Medina e Santos (1999, p. 18),

Necessita-se de uma mudança fundamental na maneira de pensarmos acerca de nós mesmos, nosso meio, nossa sociedade e nosso futuro; uma mudança básica nos valores e crenças que orientam nosso pensamento e nossas ações; uma mudança que nos permita adquirir uma percepção holística e integral do mundo com uma postura ética, responsável e solidária.

As pessoas devem agir com cuidado e preocupação, já que são responsáveis pelos outros seres humanos e por toda a natureza – não só para garantir a vida no presente, mas para

possibilitar a existência das futuras gerações (SANTOS, 2002, p. 112). Conforme Ost (1997, p. 314), “o que significa, muito simplesmente, que o que é bom para as gerações futuras da humanidade é igualmente bom para a sobrevivência da biosfera e para a integridade do planeta”.

Deve-se buscar a consciência ecológica através da educação ambiental fundamentada na ética ambiental (SIRVINSKAS, 2002, p. 306-307). A educação ambiental é definida pelo art. 1º da Lei 9.795/99 como o conjunto de processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

A própria Constituição Federal estabelece que cabe ao Poder Público “promover a educação ambiental em todos os níveis do ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente” (art. 225, §1º, VI/CF).

A educação ambiental deve estar presente em todos os níveis e modalidades do ensino, e cabe ao poder Público a fiscalização de sua aplicação (RODRIGUES, 2004, p. 404). O artigo 2º da Lei 9.795/99 assim estabelece: “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.”

Como ressalta Rodrigues (2004, p. 407),

a função da educação ambiental não é a reprodução/divulgação de conhecimentos, mas sim a formação de uma consciência e de uma ética ambiental, como fica claro após o exame de seus princípios e objetivos, a exigir a sua presença nos projetos pedagógicos como eixo transversal.

A educação ambiental ocorre através de processos contínuos e interativos, e inclina-se para a formação da consciência, de atitudes, aptidões, capacidade de avaliação e de ação crítica no mundo. Ressalte-se que não se trata apenas de ensinar sobre a natureza, mas de possibilitar a compreensão da relação entre ser humano e natureza, e a construção de novas formas de pensamento, atitudes e ações (MEDINA e SANTOS, 1999 p. 24-25).

A preservação do meio ambiente depende de uma consciência ecológica, e a formação desta consciência depende da educação e, em particular, da educação ambiental,

pois, conforme enfatiza Freitas (2002, p. 66), esta “é o mais eficaz meio preventivo de proteção do meio ambiente”.

Com a pós-modernidade, a educação “deve preparar o homem a conviver harmonicamente com seus semelhantes, com a natureza e todo o cosmo” (LAMPERT, 2005, p. 45). Segundo Leff (2001, p. 222), sem uma mudança nos valores que orientam a sociedade, através da educação ambiental, não há como alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável. Assim, a educação ambiental é considerada instrumento indispensável na formatação de uma sociedade sustentável (CANEPA, 2004, p. 158).

Nesse processo de formação de uma nova consciência voltada para a preservação do planeta é essencial a educação do consumidor, com a conscientização da importância de novos hábitos de consumo, vez que grande parte dos problemas ambientais presentes são fruto dos padrões impostos pela economia de mercado através da publicidade, difundida pelos meios de comunicação de massa, impondo um estilo de vida insustentável e inalcançável para a maioria.

A educação deve passar a adquirir novos significados na construção de uma sociedade sustentável, democrática, participativa e socialmente justa, capaz de exercer efetivamente a solidariedade com as gerações presentes e futuras. E se não chega a ser um sinônimo de solução, a educação é, sem dúvida, o melhor caminho para melhorarmos a nossa sociedade.

4. A necessidade de um modelo de consumo sustentável

O modelo econômico adotado atualmente pelas sociedades atuais proporciona e induz a um alto padrão de consumo, que, mesmo ao alcance de poucos, é insustentável pelos danos que acarreta para o meio ambiente. Diante desse cenário, para que o desenvolvimento siga no caminho da sustentabilidade é preciso alterar os padrões de consumo.

Nesse sentido, ressalta Penna (1999, p. 216):

Os efeitos da degradação ambiental não podem ser tratados sem que se combatam as suas causas. O capitalismo moderno deu à luz o consumismo, o qual criou raízes profundas entre as pessoas. O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de auto-estima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a

noção de família, de convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento.

De acordo com Spínola (2001, p. 213), “para adotar a ética da vida sustentável, os consumidores deverão reexaminar seus valores e alterar seu comportamento. A sociedade deverá estimular os valores que apoiem esta ética e desencorajar aqueles incompatíveis com um modo de vida sustentável”. Assim, a idéia de consumo sustentável torna-se um imperativo na formulação de uma nova sociedade.

O consumo sustentável, que nasce da mudança de atitude dos consumidores e da sociedade em geral, é a forma de consumo que utiliza os recursos naturais para satisfazer as necessidades atuais, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras.

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (1998, p. 65),

O consumo sustentável significa o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e dêem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a idéia de não se ameaçar as necessidades das gerações futuras.

O consumo consciente e responsável é a principal manifestação de responsabilidade social do cidadão. A responsabilidade social é uma nova consciência do contexto social e cultural no qual se inserem as empresas e os cidadãos. Ela pode ser entendida como a contribuição direta destes para o desenvolvimento social e a criação de uma sociedade mais justa e igualitária, por meio da condução correta de seus negócios e de suas ações pessoais.

O consumidor deve ser incentivado a fazer com que o seu ato de consumo seja também um ato de cidadania, ao escolher em que mundo quer viver. Cada pessoa deve escolher produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades sem prejudicar o bem-estar da coletividade, seja ela atual ou futura.

A mudança de comportamento do consumidor é um processo que requer sensibilização e mobilização social, e a informação é fundamental nesse processo. Assim, para que haja maior conscientização, é necessário que o consumidor tenha acesso à informação referente às atividades corporativas, para que possa exercer melhor o seu poder de

escolha, e preferir as empresas socialmente responsáveis e comprometidas com a preservação do meio ambiente (IDEC, 2004, p. 5).

Dar preferência a produtos de empresas que têm uma clara preocupação com o meio ambiente, não compactuar com a ilegalidade, não consumir de forma a prejudicar as gerações futuras, dar preferência às empresas que não exploram o trabalho infantil, reclamar os seus direitos, usar o poder de compra para defender o emprego no país, adquirindo produtos nacionais, colaborar para reduzir a quantidade de lixo produzido, evitando o desperdício e a compra de produtos com embalagens inúteis ou que demorem a se decompor, dar preferência a materiais reciclados, saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os consumidores, os trabalhadores, os fornecedores, a sociedade e o Poder Público, são algumas das ações do consumidor consciente (INMETRO, 2002, p. 59-62).

Percebe-se, cada vez mais, que os consumidores querem, além de bons produtos e serviços, fornecedores que estejam comprometidos com a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Quando percebe a existência de consciência social, o consumidor se identifica com a empresa sob o prisma do exercício da cidadania, criando vínculos de fidelidade difíceis de ocorrer com entidades que cultivam valores diferentes (MELO NETO e FROES, 2001, p. 101).

Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2004, p. 11),

A atitude dos consumidores está mudando. Além de preço e qualidade, eles estão cada vez mais atentos a aspectos relacionados ao comportamento das empresas, como o respeito aos direitos humanos, trabalhistas e dos consumidores; a normas de preservação ambiental; à ética na publicidade e nas práticas empresariais; a promoção do bem-estar social; etc. A transparência das empresas em relação a essas informações também passa a ser valorizada, tornando-se a principal ferramenta para o consumo consciente e cidadão.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Ethos, 31% dos consumidores brasileiros prestigiaram ou puniram uma empresa com base em sua conduta social. Entre os identificados como “líderes de opinião”, esse índice chega a 50% e, entre os entrevistados com maior nível de escolaridade, 40% revelaram o mesmo comportamento. Para 51% dos consumidores, a ética dos negócios é um dos principais fatores para se avaliar uma empresa. (ASHLEY, 2003, p. 71).

Assim, a responsabilidade social empresarial está interligada à responsabilidade social do consumidor, que deve refletir sobre seus hábitos de consumo, fazer as melhores

escolhas e cobrar constantemente uma postura ética e ambientalmente responsável das empresas e dos demais consumidores (IDEC, 2004, p. 5).

Para a empresa conquistar – e manter – uma boa imagem perante o mercado, não basta, como antigamente, apenas prestar bons produtos e serviços, gerar empregos e pagar seus impostos. Ela tem que fazer isso e ainda colaborar no desenvolvimento social da comunidade onde está instalada, para corresponder às expectativas do consumidor atual, que mostra maior consciência e valoriza aspectos éticos ligados à cidadania (ASHLEY, 2003, p. 3).

Embora seja a parte mais vulnerável na relação de consumo, em termos de preservação do meio ambiente o consumidor tem grande poder, pois possui poder de escolha sobre os produtos e serviços à sua disposição no mercado. Entretanto, esse poder somente poderá ser efetivamente exercido quando os indivíduos tiverem conhecimento de sua existência e, principalmente, de sua força.

Para tanto, a educação ambiental é indispensável na conscientização dos cidadãos. Nesse sentido, ressalta Canepa (2004, p. 159): “Tem-se que ter sempre em mente que educação e cidadania são indissociáveis: quanto mais o cidadão for educado, em todos os níveis, mais será capaz de lutar e exigir seus direitos e cumprir seus deveres.”

A atuação do consumidor no mercado pode ter reflexos positivos ou negativos sobre a economia, o meio ambiente e o comportamento das empresas. De maneira que o consumidor tem a responsabilidade de usar esse poder não apenas em benefício próprio, mas para o de toda a coletividade – e isso só será possível através da formação de uma nova consciência, construída através da educação ambiental.

Considerações finais

É preciso abandonar o atual modelo de desenvolvimento, que busca apenas o crescimento econômico, e buscar um modelo de desenvolvimento que respeite a natureza e utilize de modo racional os recursos naturais. A sustentabilidade não é mero modismo ou uma utopia inalcançável, mas uma necessidade para a sobrevivência do planeta Terra.

A preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações depende de uma consciência ecológica, e a formação de uma nova consciência depende em grande parte da educação. É preciso uma educação que possibilite a continuidade da vida na Terra – e a educação para o consumo contribui para o desenvolvimento sustentável, ao promover o consumo consciente.

É necessário mudar os hábitos de consumo que causam sérios problemas ambientais e sociais, freando o consumismo e fazendo escolhas que promovam o desenvolvimento sustentável. O consumo deve ser socialmente responsável, para que o consumo de alguns não coloque em perigo o bem-estar dos outros, e sustentável, de modo a não comprometer as opções das futuras gerações.

Nesse processo, o consumidor consciente tem um papel fundamental. Nas suas escolhas cotidianas, seja na forma como consome, seja escolhendo empresas com responsabilidade social, pode ajudar a construir uma sociedade mais sustentável e justa.

Assim, é preciso questionar os valores impostos pela sociedade de consumo, e buscar novos parâmetros para a vida em sociedade. A consciência da necessidade do consumo sustentável é um grande passo no caminho da sustentabilidade, e depende da colaboração e da participação de todos. Nesse contexto, torna-se cada vez mais clara a idéia de que somente com atitudes e procedimentos éticos será possível a construção de uma sociedade mais justa, para o que a educação ambiental tem um papel fundamental.

Referências

- ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2003.
- BOFF, Leonardo. *Saber cuidar: ética do humano – compaixão pela terra*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- CALLONI, Humberto. A educação e seus impasses: um olhar a partir da noção de pós-modernidade. In: LAMPERT, Ernâni. *Pós-modernidade e conhecimento: educação, sociedade, ambiente e comportamento humano*. Porto Alegre: Sulina, 2005. p. 49-75.
- CANEPA, Carla. Educação ambiental: ferramenta para a criação de uma nova consciência planetária. *Revista de Direito Constitucional e Internacional*. São Paulo, v. 12, n. 48, p. 158-166, jul.-set. 2004.
- DALY, Herman E. Sustentabilidade em um mundo lotado. *Scientific American*. Edição especial – Brasil. São Paulo, n. 41, p. 92-99, out. 2005.
- DELLA GIUSTINA, Osvaldo. *Participação e solidariedade: a revolução do terceiro milênio II*. Tubarão: Unisul, 2004.
- FREITAS, Vladimir Passos de. *A Constituição federal e a efetividade das normas ambientais*. 2. ed. rev. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Consumo sustentável: Manual de educação*. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.
- _____. *Guia de responsabilidade social para o consumidor*. São Paulo, IDEC, 2004.
- INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL. *Consumo sustentável: Manual de educação*. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.
- _____. *Direitos do consumidor; Ética no consumo*. Brasília: INMETRO, 2002. (Coleção educação para o consumo sustentável)
- LAMPERT, Ernâni. Pós-modernidade e educação. In: LAMPERT, Ernâni. *Pós-modernidade e conhecimento: educação, sociedade, ambiente e comportamento humano*. Porto Alegre: Sulina, 2005. p. 11-48.
- LEFF, Enrique. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Trad. Lucia Mathilde Endlich Orth. 3. ed. rev. e aum. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LOCATELLI, Paulo Antonio. Consumo sustentável. *Revista de Direito Ambiental*. São Paulo, v. 5, n. 19, p. 297-300, jul.-set. 2000.
- MEDINA, Naná Mininni; SANTOS, Elizabeth da Conceição. *Educação ambiental: uma metodologia participativa de formação*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

- MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MORIN, Edgar; KERN, Anne Brigitte. *Terra-Pátria*. Trad. Paulo Neves. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MOUSINHO, Patrícia. Glossário. In: TRIGUEIRO, André (Coord.). *Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.
- OST, François. *A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do direito*. Trad. Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- PENNA, Carlos Gabaglia. *O estado do planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. *Consumo sustentável*. Trad. Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998.
- RODRIGUES, Horácio Wanderlei. A educação ambiental no âmbito do ensino superior brasileiro. In: LEITE, José Rubens Morato; BELLO FILHO, Ney de Barros (org.). *Direito ambiental contemporâneo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 395-409.
- SANTOS, Boaventura de Sousa *Para um novo senso comum: a ciência, o direito e a política na transição paradigmática*. 4. ed. Rio de Janeiro: Cortez, 2002.
- SIRVINSKAS, Luís Paulo. Meio ambiente e cidadania. *Revista do Instituto de Pesquisas e Estudos*. Bauru, n. 35, p. 305-307, ago. 2002.
- SPÍNOLA, Ana Luiza. Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos. *Revista de Direito Ambiental*. São Paulo, v. 6, n. 24, p. 209-216, out-dez, 2001.