

A cultura do consumo versus sustentabilidade na contemporaneidade

Graziela Carvalho Fonseca¹

Susana Marília Barbosa Galvão²

RESUMO

Este artigo propõe iniciar uma reflexão acerca da relação entre o sujeito social e o da contemporaneidade, marcado pela busca de satisfação de desejos e comodidades. A demanda por recursos naturais decorre de um processo econômico em que a base é o consumo e a produção em larga escala. É um artigo de revisão bibliográfica e descritivo, que tem como objetivo conscientizar os leitores sobre a complexidade das necessidades de consumidores conscientes e bem informados. Uma mudança de consciência do consumidor refletirá diretamente nos impactos ambientais.

Palavras-chave: Consumo. Sustentabilidade. Contemporaneidade.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas tem-se percebido os desafios decorrentes da evolução do contexto social, da economia, dos bens de consumo utilizados pelas empresas para investimentos, resultando numa economia consumista crescente que se depara com o excesso e o descarte.

Já existem no mundo várias frentes de atuação nesse sentido, trazendo debates sobre consumo e produção, responsabilidade ética de cada indivíduo como ator participante do processo de conservação ambiental e do bem-estar da humanidade. Para manter as grandes empresas, produtores e fornecedores precisava-se estimular o consumo cada vez mais e o resultado tem sido cada vez mais preocupante.

¹ Profa. MSc.em Agronomia. Área de concentração: Produção Vegetal, UFG, Brasil
gcarvalhofonseca@gmail.com

² Profa. Dra. em Ciências da Educação, FICS, Paraguay, PhD.
phd.fics@gmail.com

Fonseca, G.C., Galvão, S.M.B; A cultura do consumo versus sustentabilidade na contemporaneidade. Revista Portuguesa de Ciências Jurídicas V.1, Nº2, p.19-30, Ago/Dez. 2020. Artigo recebido em 25/11/2020. Última versão recebida em 11/12/2020. Aprovado em 20/12/2020.

O padrão de consumo que a sociedade assumiu e impôs ao meio ambiente precisa ser repensado, bem como conhecer mais sobre este sujeito, que é consumidor mas que também está em busca de satisfações.

2. O IMPACTO SOCIAL DO SUJEITO E DO CONSUMO

O consumo é um processo cultural, mas a cultura do consumo é singular e específica. “É o modo dominante de reprodução cultural desenvolvido no ocidente durante a modernidade”(SLATER, 2001, p.45). A cultura do consumo segundo Slater (2001) surgiu no ocidente a partir do século XVIII considerada progressista, livre e racional. “A cultura do consumo está ligada a ideia de modernidade, de experiência moderna e de sujeitos sociais modernos” (p. 72).

A década de 1920 segundo Slater (2001) surge como a primeira década consumista, proclamada na forte ligação entre o consumo cotidiano e a modernização.

Esta era do consumo de massa foi o desdobramento de um sistema cujos valores e objetivos foram herdados de períodos anteriores, e como a disseminação de uma cultura que já estava bem definida em outras classes. (SLATER, 2001, p. 22).

Segundo Slater (2001), ser um consumidor consiste em fazer escolhas. “A soberania do consumidor é na imagem extremamente sedutora e de liberdade” (p.35).

Importa lembrar que o senso de identidade e autonomia oferecidas pelo consumo, sofre constantes nuances.

Segundo Campbell (2006) os motivos para levar o indivíduo ao consumo pode-se ter como motivação, a satisfação de necessidades diretamente ligadas à funcionalidade dos produtos, ou buscando o prazer emocional.

Desta forma, o consumidor lança-se ao consumo por vários meios para compensar problemas, ou para viver a ilusão de que se está bem, ou ainda pelo interesse em comunicar certa mensagem aos outros ou por status.

Entende-se com Baudrillard (1995, p. 87) que “no final dos anos 70 e início dos anos 80 que há a necessidade (que se encontra sempre associada à finalidade racional do

objeto), mas o desejo que é a lógica social do inconsciente, são as engrenagens básicas impulsionadoras do consumo”.

Barbosa (2004), Campbell (2006), Muñoz e Martí (2008) e outros críticos afirmam que os consumidores contemporâneos consomem pela afirmação de status e em busca de um bem estar como fuga permanente.

Bauman (2001), Fontenelle (2002) e outros, acreditam que o consumo na atualidade é consequência de um comportamento que “pode trazer efeitos negativos na vida dos indivíduos, caracterizado pela angústia e vazio (p.112)

A cultura do consumo possui direções contraditórias porém, interligadas. Esta cultura do consumo surge pela estimulação da experiência urbana onde tudo é exibição: o surgimento dos shoppings, galerias, lojas de departamentos, com as formas variadas de entretenimento, carregados de coletivos enquanto símbolos da civilização científica (SLATER, 2001).

Entende-se a partir de Slater (2001) que não sendo mais este mundo governado pela tradição e sim, pela abundância, tem-se um suposto agente social, livre e racional introduzido nesta organização racional e no saber científico entendido aqui como um consumidor típico deste novo mundo.

O conceito e a prática de necessidades insaciáveis não são apenas um feito histórico, mas pertencentes a um campo social, político e até pessoal como afirma Slater (2001).

De acordo com Bauman (2008) os mercados de produtos que se inscrevem na vida das pessoas é uma característica pessoal e este mercado cresce na medida em que atenda a intensidade dos desejos do indivíduo.

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar e maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável (BAUMAN, 2008, p. 20)

O homem de hoje, da era da globalização, não é mais como o homem de antes. Birman (2014) em seu livro “O Sujeito na Contemporaneidade”, fala de um sujeito que se vê imerso em um desamparo de estar e ser só. Mas vale lembrar que em uma sociedade não se admite a solidão e a contemplação de si, o que resulta num sujeito de aparência.

A cultura do consumo versus sustentabilidade na contemporaneidade

O mundo vem sofrendo constantes mudanças. Entre elas, o aumento da violência, o desemprego, desigualdades, doenças, destruições ambientais, entre outras. Vive-se o incompleto do mundo, afirma Forbes (2004).

O sujeito moderno é substituído por um sujeito instável, descontínuo e aberto. É essa possibilidade da inexistência de sujeito moderno que teria inaugurado, segundo alguns autores o que se pode chamar de subjetividade pós-moderna. Esta passagem de Guattari (1996) ilustra bem tal afirmativa:

[...] o que é produzido pela subjetividade capitalística, o que nos chega através da mídia, da família, enfim, de todos os equipamentos que nos rodeiam, não são apenas ideias, não são a transmissão de significações através de enunciados significantes [...] são mais essencialmente, sistema de conexão direta, entre, de um lado, as grandes máquinas produtoras e de controle social e, de outro lado, as instâncias psíquicas, a maneira de perceber o mundo [...] (p. 68).

Na contemporaneidade é preciso entender que consumo difere de consumismo. De acordo com Baudrillard (1995) no consumo, tem-se a necessidade à sobrevivência e ao que é indispensável à vida como comida, água, alimento, etc. Quanto ao consumismo, diz respeito a consumir algo que não precisa, mas que se adquire a mais, sem necessidade.

Na contemporaneidade de acordo com Birman (2014) , a hiperatividade se manifesta na subjetivação onde o agir precede o pensar. Atribui a isto, a indeterminação de objetivo: “agir, logo existir”. O sujeito se vê marcado pelo excesso, destacando-se a explosividade e a compulsão.

Ainda com Birman (2004) tem-se o mal-estar contemporâneo a intensidade que seria o excesso no psiquismo dos sujeitos. Este excesso passa a ser o regulador de sentimentos e desejos, da exaltação à depressão. O que preocupa é o caráter compulsivo do consumismo (BAUMAN, 2011).

[...] todas as matizações das intensidades são aqui possíveis de se plasmar como sentimento. Apesar de tais matizações, no entanto, o excesso é sempre irrupção de algo que escapole ao controle e à regulação da vontade, e que impõe ao psiquismo como corpo estranho. Isso porque o que o caracteriza especificamente é o afastamento e a ruptura com a regularidade estabelecida na experiência subjetiva, indo além das afetações. Enfim, não se pode perder de vista que estamos situados aqui nas bordas da experiência do sensível, que são transformados nas suas regularidades, e que os excessos afetam as suas fronteiras, até então bem estabelecidas. (BIRMAN, 2014, p. 115)

A existência de uma articulação entre sujeito e história, preocupa-se em como situar a responsabilidade desse novo sujeito no mundo contemporâneo, pois o consumo passou a ser tão intenso que refletiu de forma danosa também no meio ambiente.

3. EFEITOS AMBIENTAIS DO CONSUMO EXACERBADO

Já em 1972, no livro “Limites do Crescimento” os autores identificaram cinco tendências mundiais: o ritmo acelerado da industrialização; o rápido crescimento demográfico; a desnutrição generalizada; o esgotamento dos recursos naturais não-renováveis e a deterioração ambiental. No mesmo estudo concluíram que se essas tendências, principalmente a crescente industrialização e o aumento da população mundial, continuassem da mesma forma, os limites de crescimento na terra seriam alcançados facilmente nos próximos cem anos (DONELLA; MEADOWS et al.,1972).

De acordo com o Relatório Planeta Vivo (2012), a demanda crescente da humanidade por recursos está impondo pressões extraordinárias sobre a biodiversidade do mundo. No atual ritmo de consumo, a terra precisa de 1,5 ano para produzir e repor os recursos naturais consumidos em um único ano.

Segundo Alves (2020), a terra já conseguiu atingir 7,8 bilhões de humanos vivendo nela e as Nações Unidas estima que a população mundial chegará a 11,2 bilhões em 2100. Mas, a despeito do aumento global, um grande grupo de países vai ter a população reduzida nos próximos 80 anos. Ou seja, embora o artigo apresente 40 países com uma redução do volume da população de 680 milhões entre 2020 a 2100, 35 países terão um aumento de 3,2 bilhões de habitantes.

O homem sempre manipulou a natureza adquirindo técnica e conhecimento. A grande questão é como equilibrar o crescimento populacional com o uso dos recursos naturais? Moreira (2006, p. 89), diz que, “a proporção dos fatores dá lugar à proporção dos usos. O homo-faber-consumidor se transforma no homem-população, que por sua vez se transforma no homem estatístico, ou no homem demográfico, tão estudado e debatido até hoje”.

Segundo o Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil (2018), o Brasil produziu cerca de 79 milhões de toneladas de Resíduos Sólidos Urbanos. Cerca de 51% deste resíduo é matéria orgânica. Os outros 49% é composto por materiais de todo tipo, como

plástico, vidro, alumínio, papel, tecidos (como roupas velhas), borracha, etc. Essa quantidade considerável de lixo provoca um grande impacto socioambiental, especialmente se considerarmos que a maioria das cidades brasileiras não possui uma destinação adequada para cada tipo de lixo.

Segundo a obra *Reflexões e Práticas em Educação Ambiental: discutindo o consumo e a geração de resíduos*, organizada por Dourado e Belizário (2012), na vida cotidiana, poucas pessoas associam o ato de comprar um produto ou de utilizar um serviço, com os resíduos gerados por essa ação. A obra mencionada deixa claro a falta de conhecimento do ciclo de vida de cada produto como um dos principais fatores do aumento na produção de resíduos sólidos.

No tópico consumo entra também o consumo desenfreado de água. A grande maioria da população mundial não está levando em consideração que a água é um recurso natural não-renovável e está sendo consumida e desperdiçada de forma criminosa. A água participa do processo de produção de todos os bens de consumo essenciais à sobrevivência humana. De acordo com o Relatório de Conjuntura dos Recursos Hídricos no Brasil, da Agência Nacional de Águas (ANA) de 2012, a atividade agrícola é responsável pelo uso de 72% dos recursos hídricos utilizados no Brasil. Grande parte dessa água é utilizada na irrigação para a manutenção da produção agrícola e pecuária. O abastecimento urbano é responsável por 9% do consumo de água no país e a demanda de consumo e o desperdício de água crescem a cada ano.

Desta forma, encontrando maneiras de melhor utilizar os recursos naturais deve ser produzidos produtos com maior tempo de vida útil e duração, a fim de diminuir a exploração desenfreada das fontes de recursos naturais, sejam eles renováveis ou não. Ressaltando nesta questão os produtos recicláveis e biodegradáveis (COSTA; IGNÁCIO, 2011).

3.1 Consumo consciente e responsável

Rodrigues (2005) pergunta: Como se contrapor à manutenção das condições de vida para as gerações futuras? Como colocar a ideia dos bens vitais como bens comuns?

A cultura do consumo versus sustentabilidade na contemporaneidade

As ideias do meio ambiente “bem comum” da humanidade, de preservar riquezas para as gerações futuras são tão fortes que viram palavras mágicas. Desenvolvimento sustentável passou a ser uma ideia mágica (não um conceito) para a resolução de problemas do meio-ambiente, do desenvolvimento e das gerações futuras. Tornou senso comum a simplificação, a falta de análise de complexidade. Aparece como um conceito sem instrumentais teóricos analíticos que exprimam porque é tido como conceito”. A problemática ambiental não reside somente em apresentar um conceito de sustentabilidade e ainda no século 21, não existe um método efetivo para sanar o todo. (p. 84).

Contudo, de acordo com Royal Society (1997), o consumo consciente ou sustentável está relacionado com o poder de regeneração natural de recursos naturais, com a capacidade do meio ambiente de absorver os resíduos sólidos sem impactar a saúde humana e da biosfera e com a substituição das fontes de matérias-primas com disponibilidade limitada.

Saylan e Blumstein (2011) colocaram o ambientalismo e/ou consciência ambiental bem representados pelos movimentos sociais, contraculturais e ecológicos surgidos a partir da década de 1960, que reivindicavam a proteção ambiental e a mudança nos valores e costumes da época favorecendo uma vida mais sustentável. Dessa forma, atingindo um esforço da população em consumir menos e de forma consciente, pode-se sair da inércia e contribuir para a diminuição do efeito estufa e das mudanças climáticas que o excesso de lixo também provoca.

A respeito dos apelos dos ambientalistas e de consumidores conscientes, os níveis de consumo não param de crescer como a imperiosidade da dinâmica de expansão da produção. Os impactos dessa dinâmica sobre o meio ambiente são reconhecidos até mesmo por economistas da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), os quais revelam que o crescimento econômico nos países desenvolvidos tem intensificado as pressões sobre o meio ambiente desde a segunda metade do século 20, com estimativa de acentuação nas próximas duas décadas (KEMPF, 2010).

Segundo Cohen (2001) a consciência ambiental se dará quando os consumidores tiverem conhecimento suficiente sobre o processo, levando-os a atitudes e comportamentos ambientalmente benignos, sendo que essa questão seria melhor apaziguada com uma maior ênfase em programas informativos e estratégias como as de eco-rotulagem já utilizadas na Europa com sucesso.

No Brasil, a temática ambiental vem sendo introduzida nas últimas décadas por iniciativa de diferentes setores da sociedade, o que vem ampliando o debate, porém com poucas análises dos materiais didáticos empregados, principalmente no que diz respeito aos resíduos sólidos (TRAJBER; MANZOCHI, 1996; SOSSAI et al., 1997).

Essa questão se torna preocupante porque é consensual pela literatura ambientalista a importância da educação ambiental sobre consumo e geração de resíduos. O consumo desigual entre países e pessoas ricas e pobres, o consumo excessivo, desencadeando ou não o desperdício, e o aumento do consumo de embalagens, de produtos não degradáveis, descartáveis ou tóxicos vêm sendo apontados como os principais problemas referentes à questão do caos ambiental (AGENDA XXI, 1994).

A importância da educação ambiental no contexto educacional e formas de execução, também, foi estabelecida pela legislação brasileira através da Lei n.º 9.795, de 27 de abril de 1991: Art. 2.º 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, 1991).

Além da educação ambiental, primordial para o processo de conscientização da população mundial, segundo Layrargues (2002), a questão do lixo vem sendo apontada pelos ambientalistas como um dos mais graves problemas ambientais urbanos da atualidade e se tornou objeto de proposições técnicas para seu enfrentamento e alvo privilegiado de programas de educação ambiental na escola brasileira.

A compreensão da necessidade do gerenciamento integrado dos resíduos sólidos propiciou a formulação da chamada Política ou Pedagogia dos 3R's (Reutilizar, Reduzir e Reciclar). No entanto, apesar da complexidade do tema, muitos programas de educação ambiental na escola são implementados de modo reducionista, já que, em função da reciclagem, desenvolvem apenas a Coleta Seletiva de Lixo, em detrimento de uma reflexão crítica e abrangente a respeito dos valores culturais da sociedade de consumo, do consumismo, do industrialismo, do modo de produção capitalista e dos aspectos políticos e econômicos da questão do lixo.

No Brasil, embora tenha crescido exponencialmente o volume de publicação anual, existem muitas lacunas científicas a serem preenchidas sobre os resíduos sólidos, principalmente os que envolvem os resíduos especiais, de mineração e de transporte, além de estudos de educação ambiental focados nos resíduos sólidos e novas ferramentas informacionais que contribuam para o desenvolvimento tecnológico da área (DEUS; BATTISTELLE; SILVA, 2015).

Halkier (1999) utiliza as expressões “politização e ambientalização do consumo” para colocar as exigências políticas de que as práticas de consumo se tornem “mais amigas ao meio ambiente”. Esse processo vem avançando na Europa e EUA, onde a população é estimulada e cobrada a incorporar o aspecto ambiental em sua consciência e seu cotidiano.

Se as propostas de mudança dos padrões de consumo fazem parte do projeto e da utopia da “sociedade sustentável”, os consumidores – individuais ou organizados – podem ser pensados como um dos portadores desse projeto, construindo novas formas de ação política e fortalecendo a cidadania e o interesse pelo espaço público (PORTILHO, 2005).

CONCLUSÃO

A situação ambiental mundial é cada vez mais motivo de preocupação. Atualmente, neste ano de 2021 não se tem o registro de medidas protetivas eficazes para a conservação do meio ambiente.

O consumo consciente e sustentável pode ser praticado por grandes e pequenas comunidades e até individualmente. Quanto a sustentabilidade empresarial, é importante considerar as questões ambientais e sociais. Existe uma discrepância entre se preocupar com a sustentabilidade e traduzir esta preocupação em ações.

O consumo sustentável responsável requer mudança de comportamento de quem consome. Sair do padrão ao qual a maioria está acostumada exige também a conscientização e a educação ambiental desses indivíduos que, desde a mais tenra idade precisarão saber que não dá mais para viver confiando na inesgotabilidade dos recursos naturais.

É urgente repensar sobre o consumo e o consumismo, a fim de que a natureza não seja privada de seus recursos o que, em consequência, estará a ameaçar a própria sobrevivência do ser humano neste planeta.

REFERÊNCIAS

- Agenda XXI. Brasília: Editora do Senado, 1994.
- Alves, José Eustáquio Diniz. *Os 40 países com maior decréscimo populacional entre 2020 e 2021*. <https://www.ecodebate.com.br/> .2020.
- Barbosa, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- Baudrillard, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. Artur Morão. Lisboa/Portugal: Edições 70 Ltda., 1995a.
- Bauman, Z. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001.
- Bauman, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Jorge Zahar Editor Ltda., 2008.
- Bauman, Z. *A ética é possível num mundo de consumidores?* Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2011.
- Birman, J. *Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação* (6a ed.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- Birman, J. *O sujeito na contemporaneidade* (2a ed.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014
- Campbell, Colin. *Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno*. In: Barbosa, Livia & Campbell, Colin (org). *Consumo, cultura e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006
- Cohen, M. *The emerging international policy discourse on sustainable consumption*. In: Cohen, M.; Murphy, J. (Ed.). *Exploring sustainable consumption: environmental policy ant the social sciences*. Oxford: Elsevier Science, 2001.
- Costa, Lucio Augusto Villela da. Ignácio, Rozane Pereira. *Relações de Consumo x Meio Ambiente: Em busca do Desenvolvimento Sustentável*. <https://ambitojuridico.com.br/>. 2011.
- Deus, R. Battistelle, R. Silva, G. *Resíduos sólidos no Brasil: contexto, lacunas e tendências*. Eng Sanit Ambient. v.20, n.4. out/dez 2015.
- Donella H. Meadows et al. *Limites do Crescimento*. Editora Perspectiva, 1972, Segunda Edição, 200p.
- Dourado, J. Belizário, F. *Reflexões e Práticas em Educação Ambiental: discutindo o consumo e a geração de resíduos*. Editora Oficina de textos. 2012.
- RPCJ, Portugal-PT, V.1, N°2, p. 19-30, Ago./Dez.2020 www.revistas.editoraenterprising.net Página 28

- Fontenelle, Isleide. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. São Paulo: Boitempo, 2002.
- Forbes, Jorge. *Você quer o que deseja?* Nova cultural Ltda, São Paulo, 2004
- Guattari, F. & Rolnik, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996
- Halkier, B. *Consequences of the politicization of consumption: the example of environmentally friendly consumption practices*. Journal of Environmental Policy and Planning, n.1,1999.
- Kempf, H. *Como os ricos destroem o planeta*. Tradução de Bernardo Ajzenberg. São Paulo: Globo, 2010.
- Layrargues, P.P. *O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental*. In: LOUREIRO, C.F., Layrargues, P.P. & Castro, R.S. (Org.) Educação Ambiental: repensando o espaço da cidadania. São Paulo: Cortez, 2002.
- Lei n.º 9.795, de 27 de abril de 1999*: Art. 2.º
- Moreira, R. *Para onde vai o pensamento geográfico?: por uma epistemologia crítica*. São Paulo. Contexto, 2006.
- Muñoz, Pablo; Martí, José. *Engagement marketing: una nueva publicidad para un marketing de compromiso*. Madrid: Pearson Educación, D.L., 2008.
- Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil*. ABRELPE - Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais, 2018/2019.
- Portilho, F. *Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo*. Cadernos EBAPE.BR – Edição Temática, 2005.
- Relatório de Conjuntura dos Recursos Hídricos no Brasil*. Agência Nacional de Águas - [ANA](http://ana.gov.br). 2012.
- Relatório Planeta Vivo 2012 A CAMINHO DA RIO+20*. WWF – Fundo Mundial para a Natureza. 2012.
- Rodrigues, Arlete Moysés. *Problemática Ambiental = Agenda Política Espaço, território, classes sociais*. Boletim Paulista de Geografia – “Perspectiva Crítica” - nº 83- dezembro de 2005. Associação dos Geógrafos Brasileiros – AGB-SP.
- Royal Society. (1997). *Towards Sustainable Consumption: a joint statement by the Royal Society and the US National Academy of Sciences*. 1997. Retrieved from https://royalsociety.org/~media/Royal_Society_Content/policy/publications/1997/2019
- Saylan, C., & Blumstein, D. *The failure of environmental education (and how we can fix it)*. Berkeley: Univ of California Press, 2011.

A cultura do consumo versus sustentabilidade na contemporaneidade

Slater, Don. *Cultura do consumo e modernidade*. Rio de Janeiro: Nobel, 2001.

Sossai, J. A. et al. Avaliação de textos utilizados por professores de 1º grau como apoio para atividades de Educação Ambiental. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, v. 78, n. 188/189/190, p. 124-156, jan./dez. 1997.

Trajber, R.; Manzochi, L. H. (Coords.). *Avaliando a educação ambiental no Brasil: materiais impressos*. São Paulo: Gaia, 1996.