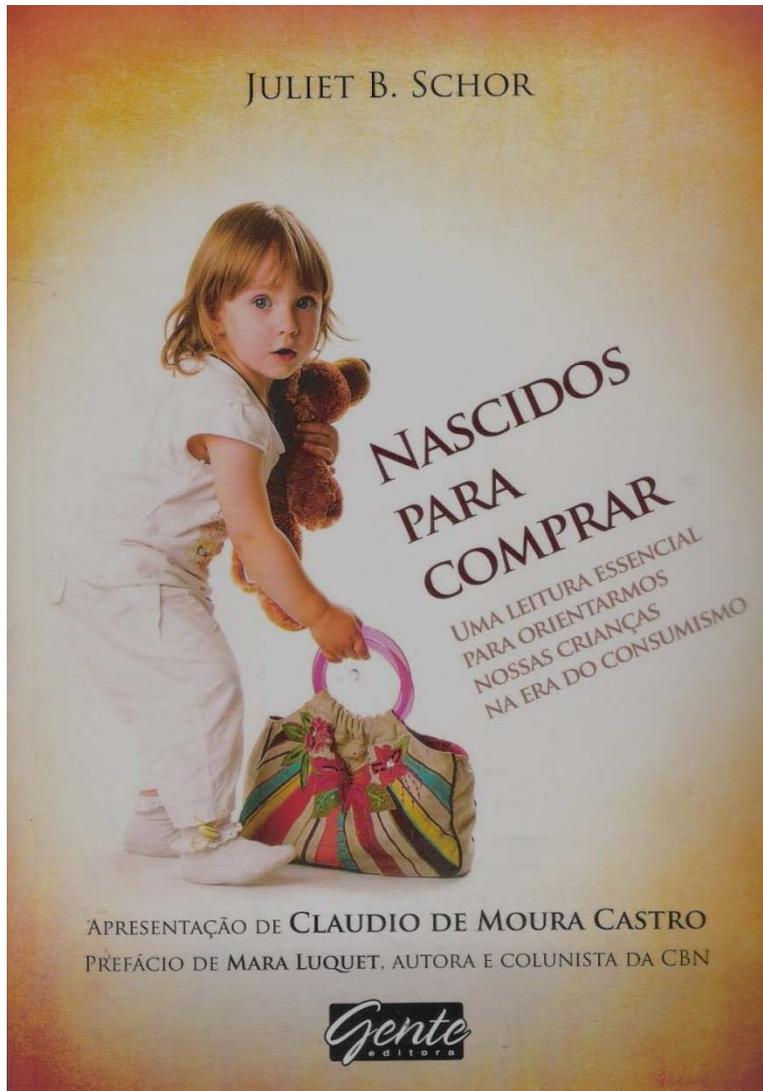


# O Impacto Ambiental da Cultura de Representação

**Dilma Pimentel, M.Sc.**





## “Comercialização da Infância”

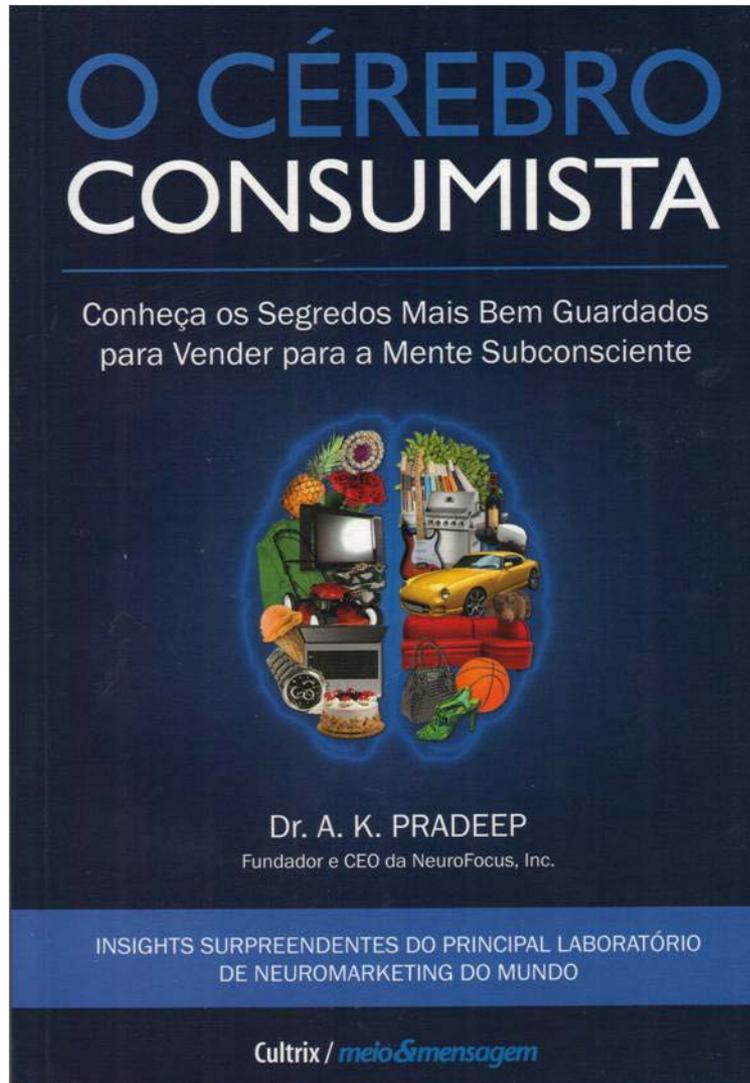
“As empresas de propaganda, o mercado e os publicitários de produtos de consumo têm se voltado para as crianças.

Embora elas tenham uma longa participação no mercado consumidor, até recentemente eram pequenos agentes, ou compradoras de produtos baratos”, “Isso se alterou. Hoje em dia, crianças e adolescentes são o epicentro da cultura de consumo americana. Exigem atenção, criatividade e dólares dos anunciantes.

Suas preferências direcionam as tendências de mercado. Suas opiniões modelam decisões estratégicas corporativas”.

São adolescentes, mas pode chamá-los de maquininhas de consumo. Um estudo realizado com garotas e rapazes de nove países mostra que no Brasil sete em cada dez jovens afirmam gostar de fazer compras. Desse grupo de brasileiros, quatro foram ainda mais longe – disseram ter grande interesse pelo assunto. O resultado da pesquisa, que tomou como base um trabalho da Organização das Nações Unidas (ONU) chamado O Futuro É Seu?, foi significativo: **os brasileiros ficaram em primeiríssimo lugar** no ranking desse quesito, deixando para trás franceses, japoneses, argentinos, australianos, italianos, indianos, americanos e mexicanos.





“Até 95% das nossas decisões são tomadas no nível subconsciente. Por este motivo, as maiores e mais sofisticadas empresas do mundo estão aplicando os últimos avanços da neurociência na criação de marcas, produtos, desenhos de embalagens, campanhas de marketing, e muito mais para atrair a atenção do nosso cérebro.”

POR QUE COMPRAMOS (TANTO)?

## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR



*Identificando*  
**NECEJOS**  
E SUPERFLUOS ESSENCIAIS

Mario Ernesto René Schweriner



**NECESSIDADES  
+  
DESEJOS**



## ‘Cheias de charme’: Figurino das Empreguetes é sonho de consumo entre as meninas e a novela vira tema de festa



## Conheça os modelos de bolsas que as famosas usam em eventos e no dia a dia



Imagem 100/148: Adriane Galisteu exibe sua bolsa metalizada do modelo "Speedy" da Louis Vuitton; a versão em couro com o monograma da maison é um dos mais clássicos da marca. *AgNews*



"Eu me acho muito vaidosa, adoro maquiagem, mas para não ficar com a pele suja a gente tem que sempre lavar o rosto antes de dormir"

Bia Passos (8), a Manuela de Cheias de Charme

# Nike + iPod

Conheça o  
seu novo  
personal trainer.



***“Graças a esses sistemas, conseguimos renascer  
no mercado brasileiro.***

***Não vendemos chuteiras, vendemos uma nova experiência  
de jogar futebol”***



*"Se chegar na favela  
sem tênis de mola,  
você é um prego.  
A atração do jovem  
pelo crime é  
indissociável do  
consumismo"*

*Rodrigo Pimentel*



## Os anjos vestem Prada

**Tão novinhos e eles já usam Dior,  
Marc Jacobs, Lacoste, Ralph Lauren...**

Alessandra Medina

Fernando Lemos

Bata Bonpoint  
R\$ 340,00  
Calça John John  
+ R\$ 225,00  
Sapato Centopéia  
R\$ 120,00  

---

R\$ 685,00



*“Maria Clara, 1 ano:  
armário com  
quarenta pares de  
sapatos e mais de  
trinta vestidos”*

**Maria Clara, 1 ano: armário de quatro portas recheado  
com quarenta pares de sapatos e mais de trinta vestidos**

# UM LOOK QUE VALE UM CARRO

*As meninas sempre adoraram grifes — e isso nunca foi barato. Mas foi nos anos 90, quando o guarda-roupa das adolescentes passou a incluir roupas e acessórios de luxo, que o preço subiu às nuvens. Veja quanto se gasta para vestir direito uma patricinha*

**CAMISETA  
REGATA**  
Les Filés  
**76 reais**

**Jaqueta de  
MOLETOM**  
Diesel  
**429 reais**

**CALÇA DE  
CETIM**  
NK Store  
**310 reais**

**PERFUME  
CHANEL  
CHANCE**  
PH. Arcangeli  
**234 reais**

**SANDÁLIAS**  
Les Filés  
**391 reais**

**ÓCULOS  
DOLCE  
& GABBANA**  
Ótica Ventura  
**799 reais**

**CELULAR  
COLORS**  
Samsung  
0800-124421  
**1 899 reais**

**COLAR DE  
PÉROLAS,**  
cordão de couro,  
colar de pedras,  
anel, brincos, pulseira  
e pingentes, conjunto  
de alianças de  
ouro e brilhantes,  
Antonio Bernardo  
**10 127 reais**

**BOLSA  
DE LONA**  
Christian Dior  
**3 900 reais**



**TOTAL:**  
**18 165 reais**

# Brasil deverá ter 6% do mercado mundial de luxo até 2025

Expectativa do setor é de crescimento, alcançando a marca de US\$ 63 bilhões em negócios.



Confira as 10 principais marcas de luxo:

01. Louis Vuitton, 25,9 bilhões, 7%
02. Hermes, 19,1 bilhões, 61%
03. Rolex, 7,2 bilhões, 36%
04. Chanel, 6,7 bilhões
05. Gucci, 6,4 bilhões
06. Prada, 5,7 bilhões
07. Cartier, 4,8 bilhões
08. Hennessy, 4,6 bilhões
09. Moët & Chandon, 4,2 bilhões
10. Burberry, 4,09 bilhões

## Suri Cruise tem coleção de 3 mil sapatos avaliada em R\$ 240 mil

Além dos calçados, o guarda-roupa da filha de Tom Cruise e Katie Holmes vale R\$ 5 milhões

iG Gente | [08/06/2011 15:31](#)





## □ População mundial: já somos 7 bilhões

**A população mundial pode chegar à marca dos 9 bilhões até 2045.**

**O planeta vai conseguir sustentar tanta gente?**

Por Robert Kunzig

Foto de John Stammeyer



## RECICLAGEM

**98%**

das latas de alumínio

1 tonelada delas vale

**3 200** reais



**55%**

das garrafas de plástico

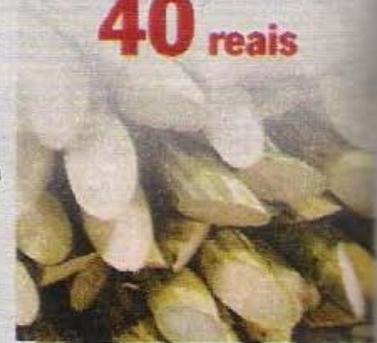
1 tonelada delas vale

**1 850** reais

A título de  
comparação:

1 tonelada de cana  
de açúcar vale

**40** reais

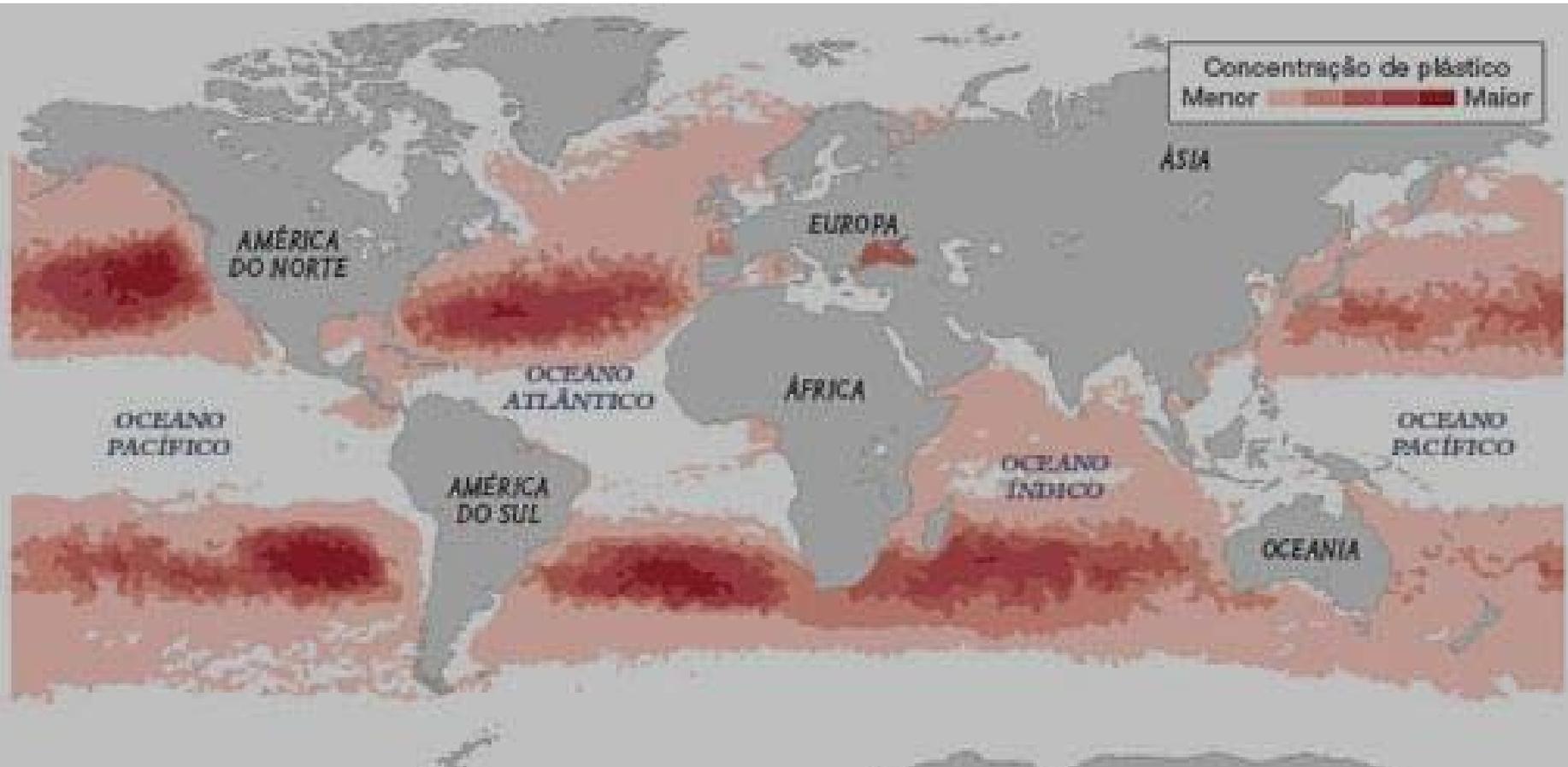


Fonte: Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe)



## Mar plastificado

O plástico é um dos maiores poluentes em todos os oceanos, uma praga invisível.



# QUE MARCAS VOCÊ QUER DEIXAR NO PLANETA?

A seguir, você encontrará 15 questões que têm como objetivo identificar alguns dos hábitos que compõem seu estilo de vida. A partir deles, poderemos estimar a quantidade de recursos naturais necessária para sustentar suas atividades diárias.

Responda ao questionário e conheça o tamanho estimado de sua Pegada Ecológica!  
Pode ser uma surpresa!

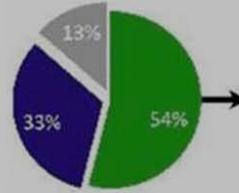
## INICIAR



# The Water Footprint Assessment Manual

Setting the Global Standard

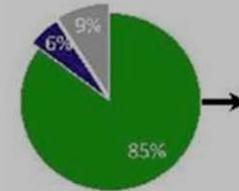
Arjen Y. Hoekstra,  
Ashok K. Chapagain,  
Maite M. Aldaya and  
Mesfin M. Mekonnen



10000 litres water



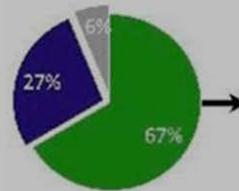
1 kg cotton



300 litres water



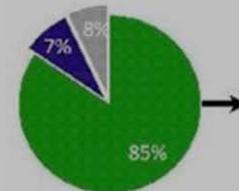
1 litre beer



1800 litres water



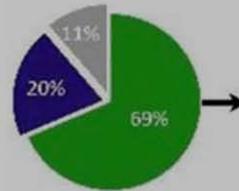
1 kg cane sugar



1000 litres water



1 litre milk



2500 litres water



1 kg rice

## O Conceito de Ciclo de Vida



Idealmente, o ciclo de vida inicia-se quando os recursos para sua fabricação são removidos de sua origem, a natureza – o berço, e finaliza-se quando o material retorna para a terra, o túmulo.

# FATORES CAUSAIS



# DETERMINANTES INDIRETOS



# PRESSÕES DIRETAS SOBRE BIODIVERSIDADE E ECOSISTEMAS



# SITUAÇÃO DA BIODIVERSIDADE MUNDIAL



# Benefícios proporcionados pelos ecossistemas aos seres humanos

# SERVIÇOS ECOSISTÊMICOS

## Serviços de provisão

- alimentos
- medicamentos
- madeira
- fibras
- bioenergia



## Serviços reguladores

- filtragem de água
- decomposição de resíduos
- regulação do clima
- polinização de culturas
- regulação de algumas doenças humanas



## Serviços de suporte

- ciclagem de nutrientes
- fotossíntese
- formação do solo



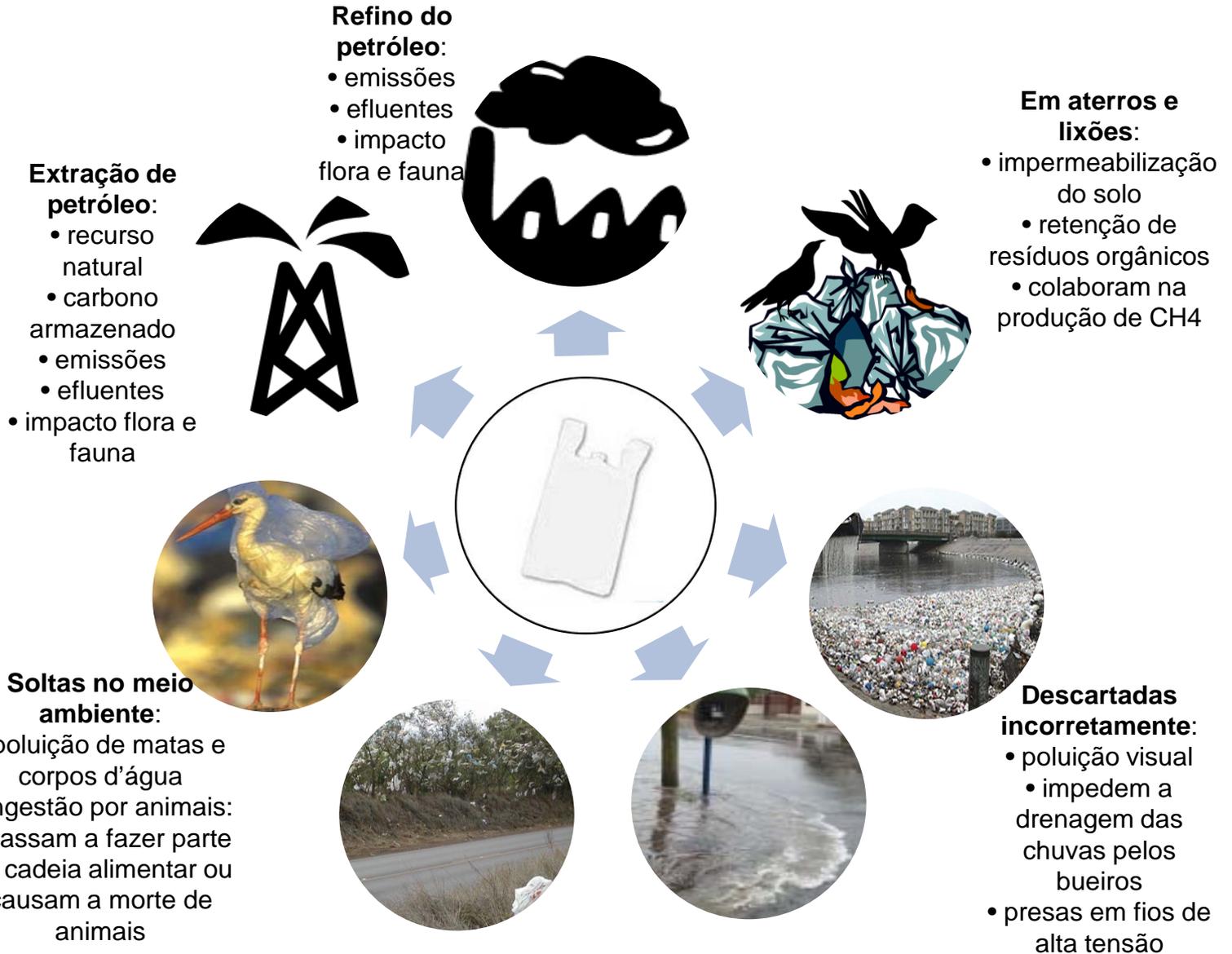
## Serviços culturais

- Experiências enriquecedoras
- recreativas
- estéticas
- espirituais





# O custo ambiental das sacolas plásticas



# Análise de Ciclo de Vida



## IMPACTO DURANTE O CICLO DE VIDA

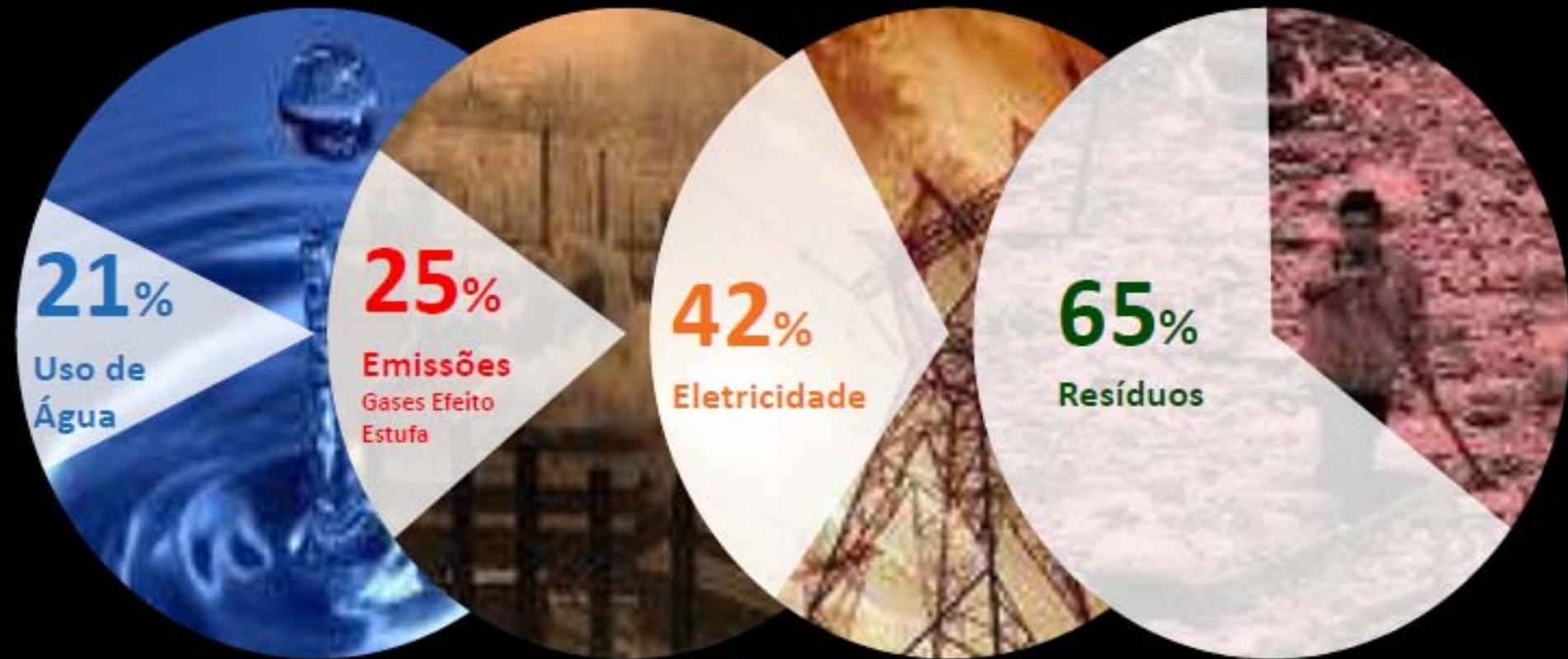
Quanto custa à natureza um jeans Levi's 501, durante dois anos\*.  
Um dos maiores impactos ocorre nas mãos do consumidor.

ETAPA	Emissão de carbono (kg CO <sub>2</sub> )	Consumo de energia (megajoules)	Consumo de água (litros)
Produção de algodão	1,7	17,7	1.704
Produção do tecido	6,6	84,9	72,1
Manufatura da peça	3	40,8	110,8
Transporte e distribuição	2,1	29,8	18,1
Uso pelo consumidor	18,6	226,6	1.575,2
Descarte	0,5	0,4	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>32,5</b>	<b>400,2</b>	<b>3.480,6</b>



\*Um exemplar da Levi's com lavagem a pedra em tom médio, lavada uma vez por semana durante dois anos.

# Impacto das construções no Brasil





Era branca e preta, depois colorida.



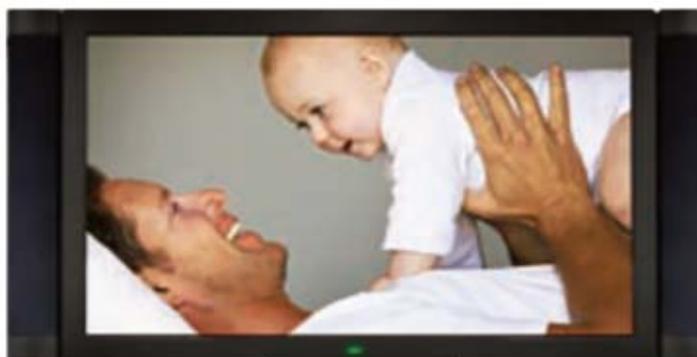
Era telinha, depois telão.



Era muito grande, depois portátil.



Era arredondada, depois plana.



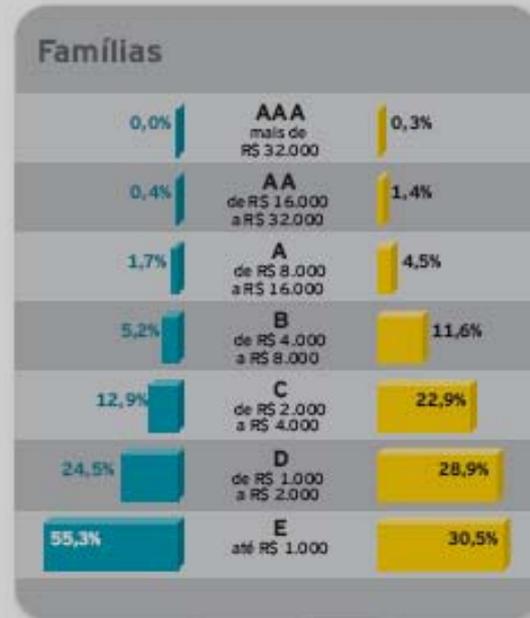
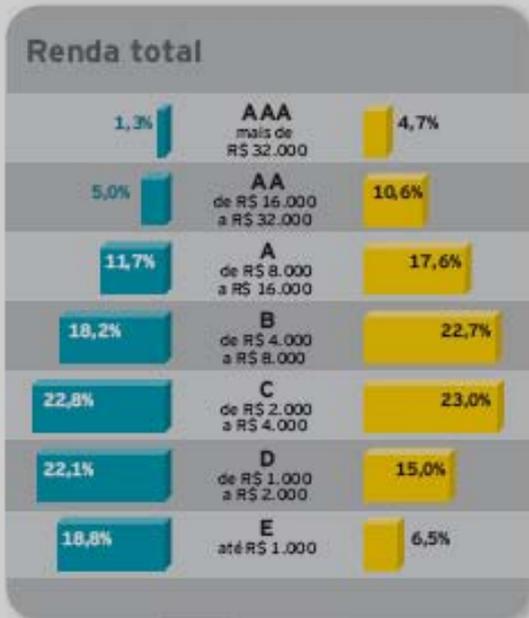
Era analógica, depois digital.



gora é celular e de graça.

### O que eles têm no quarto

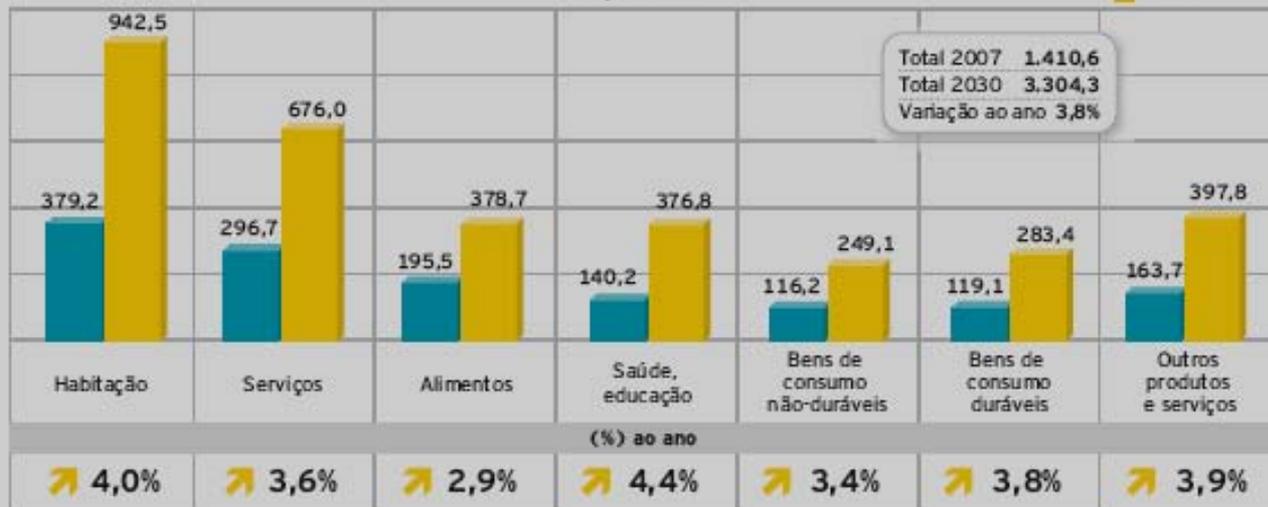
<b>43%</b> aparelho de som	<b>11%</b> telefone fixo
<b>39%</b> TV (classes A e B)	<b>11%</b> CD
<b>25%</b> walkman	<b>10%</b> videocassete
<b>16%</b> videogame	<b>10%</b> computador



### Mercado consumidor por ramos de produto

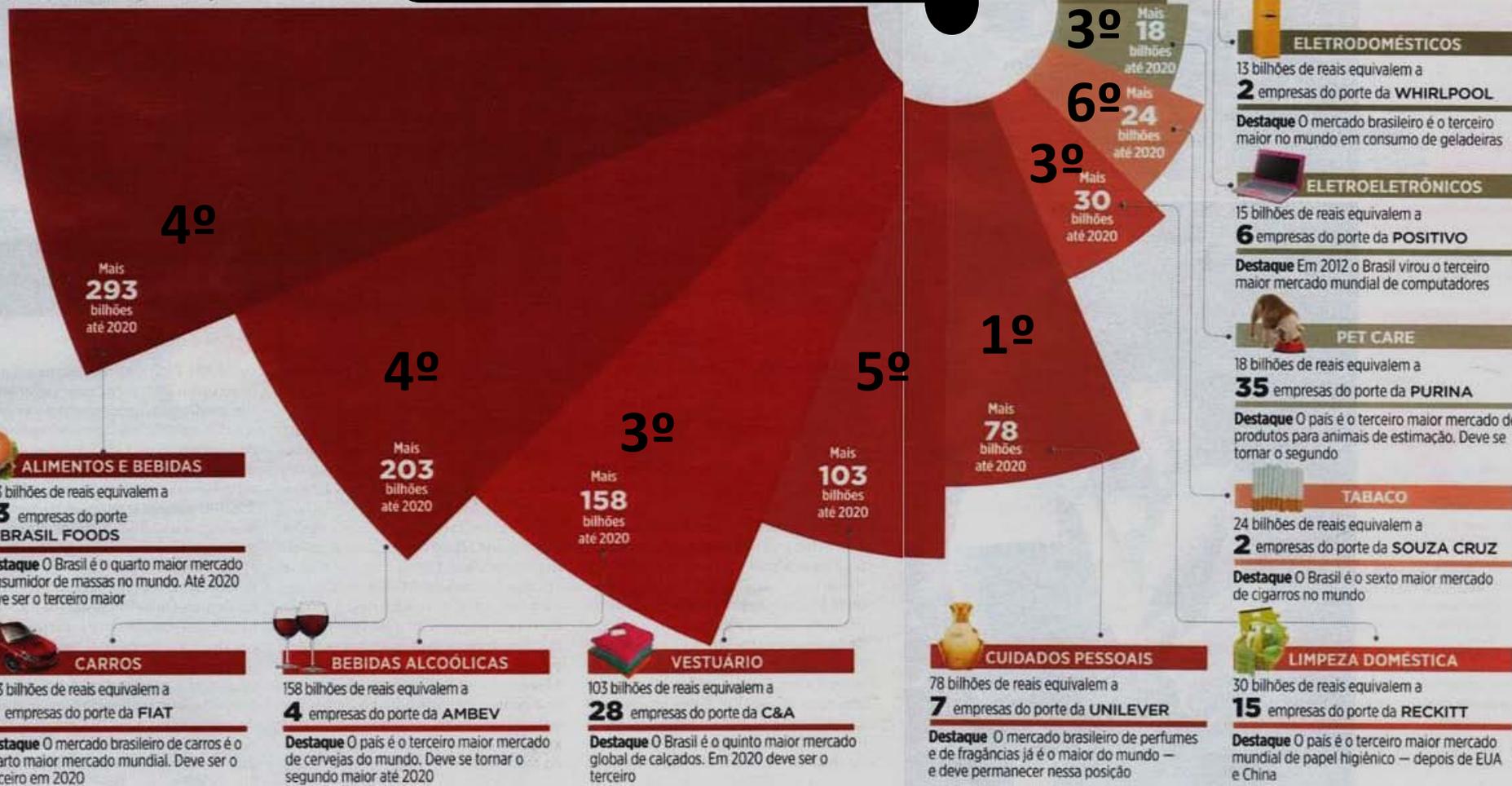
R\$ bilhões

2007  
2030



# UM BOLO MUITO MAIOR

De uma cesta com 55 categorias de produtos, as mais importantes para o consumidor, as consultorias McKinsey e Escopo dimensionam um mercado de consumo no Brasil de quase 1,8 trilhão de reais em 2020, quando deverão ser incorporados cerca de 1 trilhão de reais em gastos. Veja como esse valor vai ser distribuído entre os diferentes setores da economia



**ALIMENTOS E BEBIDAS**  
293 bilhões de reais equivalem a **13** empresas do porte da **BRASIL FOODS**  
**Destaque** O Brasil é o quarto maior mercado consumidor de massas no mundo. Até 2020 deve ser o terceiro maior

**CARROS**  
203 bilhões de reais equivalem a **7** empresas do porte da **FIAT**  
**Destaque** O mercado brasileiro de carros é o quarto maior mercado mundial. Deve ser o terceiro em 2020

**BEBIDAS ALCOÓLICAS**  
158 bilhões de reais equivalem a **4** empresas do porte da **AMBEV**  
**Destaque** O país é o terceiro maior mercado de cervejas do mundo. Deve se tornar o segundo maior até 2020

**VESTUÁRIO**  
103 bilhões de reais equivalem a **28** empresas do porte da **C&A**  
**Destaque** O Brasil é o quinto maior mercado global de calçados. Em 2020 deve ser o terceiro

**CUIDADOS PESSOAIS**  
78 bilhões de reais equivalem a **7** empresas do porte da **UNILEVER**  
**Destaque** O mercado brasileiro de perfumes e de fragâncias já é o maior do mundo — e deve permanecer nessa posição

**LIMPEZA DOMÉSTICA**  
30 bilhões de reais equivalem a **15** empresas do porte da **RECKITT**  
**Destaque** O país é o terceiro maior mercado mundial de papel higiênico — depois de EUA e China

**PET CARE**  
18 bilhões de reais equivalem a **35** empresas do porte da **PURINA**  
**Destaque** O país é o terceiro maior mercado de produtos para animais de estimação. Deve se tornar o segundo

**ELETRONDOMÉSTICOS**  
13 bilhões de reais equivalem a **2** empresas do porte da **WHIRLPOOL**  
**Destaque** O mercado brasileiro é o terceiro maior no mundo em consumo de geladeiras

**MOTOS**  
11 bilhões de reais equivalem a **5** empresas do porte da **YAMAHA**  
**Destaque** O país é o atual quarto maior mercado mundial de motos e deve se tornar o terceiro em breve

**LAZER**  
10 bilhões de reais equivalem a **2** empresas do porte da **GOL**  
**Destaque** O Brasil é o quarto maior mercado de aviação doméstica, depois de EUA, China e Índia



*Número de celulares em todo Brasil  
chega em 2012 a 250,8 milhões*

“Respaldados pela auto-estima elevada, esses consumidores passaram a justificar seu excesso de consumo por meio de frases feitas (“eu mereço”) e a corrida desenfreada pelo TER, continua ainda hoje.

Só que, ainda mais grave que os distúrbios provenientes de tal compulsão pela compra, temos visto e observado, em camadas muito jovens da população, uma mudança perversa no desejo de ter: hoje é preciso “ter”, mas ter ANTES de qualquer outra pessoa, seja do meu grupo social ou fora dele.

**Mais importante do que ter, é preciso ter primeiro que os outros.**

Se por um lado, alguns segmentos (entre eles o da Moda), se beneficiam profundamente dessa tendência, o que tem sido observado é um descarte muito rápido dos bens adquiridos, logo substituídos por outros e por outros e outros. Mais modernos, mais caros, mais *fashion*, de maior tecnologia, mais rápidos, mais potentes, mais *chics*, mais caros...enfim, todos os adjetivos são válidos na tentativa desenfreada de, buscar fora de si mesmo, a tão sonhada felicidade!”

Dílson Gabriel dos Santos,  
Professor do comportamento do consumidor na USP

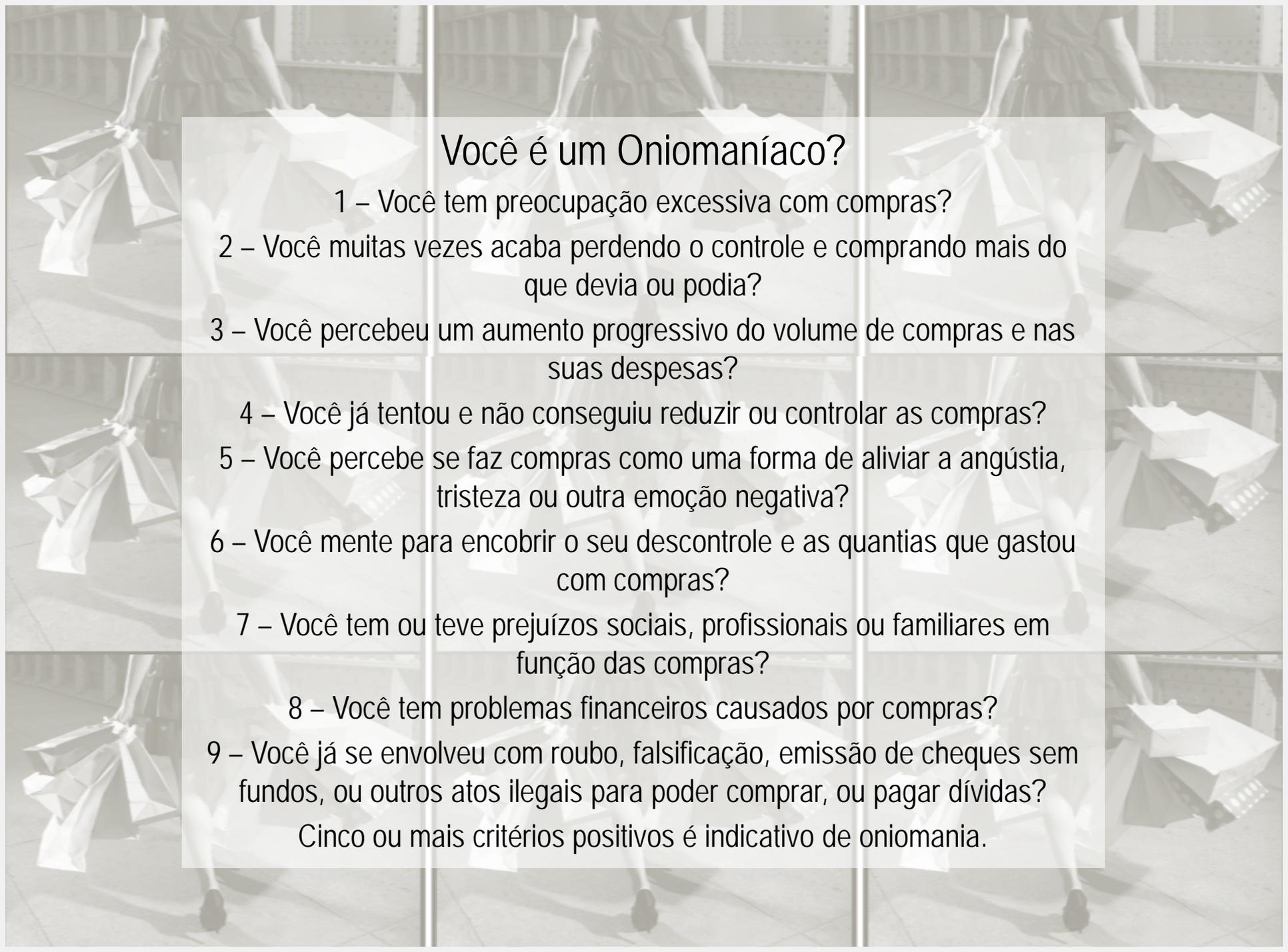


A fila para compra do iPhone 4S se formou 15 dias antes do dia previsto em NY.

Centenas de pessoas viraram a madrugada para comprar o novo Iphone em SP



Consumidores fizeram fila diante de uma loja da Apple em Tokyo



## Você é um Oniomaníaco?

- 1 – Você tem preocupação excessiva com compras?
  - 2 – Você muitas vezes acaba perdendo o controle e comprando mais do que devia ou podia?
  - 3 – Você percebeu um aumento progressivo do volume de compras e nas suas despesas?
  - 4 – Você já tentou e não conseguiu reduzir ou controlar as compras?
  - 5 – Você percebe se faz compras como uma forma de aliviar a angústia, tristeza ou outra emoção negativa?
  - 6 – Você mente para encobrir o seu descontrole e as quantias que gastou com compras?
  - 7 – Você tem ou teve prejuízos sociais, profissionais ou familiares em função das compras?
  - 8 – Você tem problemas financeiros causados por compras?
  - 9 – Você já se envolveu com roubo, falsificação, emissão de cheques sem fundos, ou outros atos ilegais para poder comprar, ou pagar dívidas?
- Cinco ou mais critérios positivos é indicativo de oniomania.



# Escassez de Recursos Não Renováveis



Fontes: United States Geological Survey (universidade Yale, World Lithium Supply and Markets 2009).

Níquel	Platina	Índio	Cobre	Estanho	Lítio
<p><b>57 anos</b> É usado em: CELULARES</p> <p>Consumo per capita: <b>58 kg</b> Quanto reciclamos hoje: <b>35%</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>90 anos</b></p>	<p><b>42 anos</b> É usado em: CARROS</p> <p>Consumo per capita: <b>45 g</b> Quanto reciclamos hoje: <b>n/d</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>360 anos</b></p>	<p><b>4 anos</b> É usado em: TELEVISORES LCD</p> <p>Consumo per capita: <b>32 g</b> Quanto reciclamos hoje: <b>0%</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>13 anos</b></p>	<p><b>20 anos</b> É usado em: FIOS E CABOS</p> <p>Consumo per capita: <b>630 kg</b> Quanto reciclamos hoje: <b>31%</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>61 anos</b></p>	<p><b>17 anos</b> É usado em: JOYSTICKS</p> <p>Consumo per capita: <b>15 kg</b> Quanto reciclamos hoje: <b>26%</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>40 anos</b></p>	<p><b>46 anos</b> É usado em: BATERIAS</p> <p>Consumo per capita: <b>n/d</b> Quanto reciclamos hoje: <b>n/d</b></p> <p>Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: <b>133 anos</b></p>

## O MAPA DAS MINAS

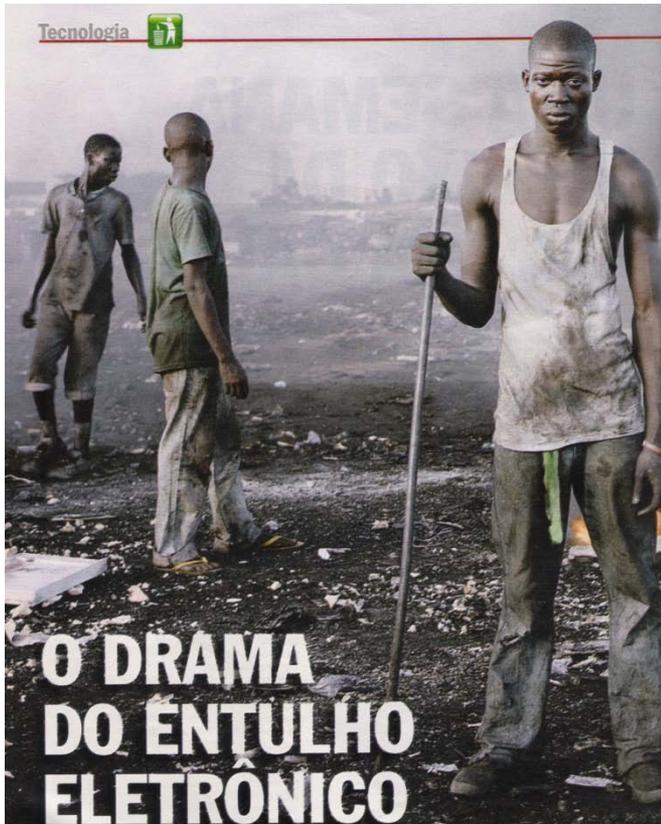
Veja onde  
estão  
as maiores  
reservas  
mundiais  
de minério.



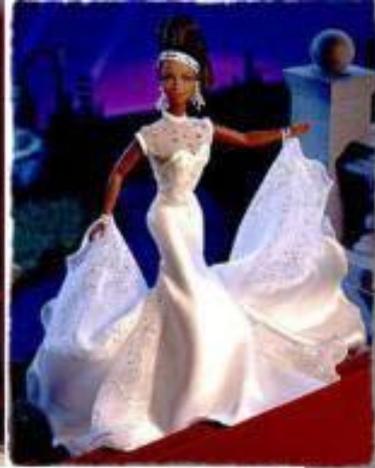
Custo Ambiental de  
Extração

Mina de Água Limpa - Piracicaba

# Impacto do Lixo Eletrônico



<b>P<sub>b</sub></b>	<b>As</b>	<b>Se</b>	<b>Sb</b>	<b>Br</b>	<b>Cd</b>	<b>Cr</b>	<b>Co</b>	<b>Hg</b>
<b>1 Chumbo</b> No CRT (cinescópio) e na soldagem do monitor	<b>2 Arsênio</b> Nos CRTs mais antigos	<b>3 Selênio</b> Nas placas eletrônicas, como retificadores de corrente	<b>4 Retardante de trióxido de antimônio</b> Antichamas no mouse	<b>5 Retardantes polibromados</b> Antichamas em gabinetes de plástico, cabos e placas eletrônicas	<b>6 Cádmio</b> Em placas eletrônicas e semicondutores	<b>7 Cromo</b> No aço, para proteção antiferrugem	<b>8 Cobalto</b> No aço das estruturas e em componentes magnéticos	<b>9 Mercúrio</b> Em chaves liga-desliga e gabinetes



**Consumo Sustentável** é “o uso de bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes durante todo ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações”.

**Produção Sustentável** é a incorporação, ao longo de todo o ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais. Acredita-se que esta abordagem preventiva melhore a competitividade das empresas e reduza o risco para saúde humana e meio ambiente. Vista numa perspectiva planetária, a produção sustentável deve incorporar a noção de limites na oferta de recursos naturais e na capacidade do meio ambiente para absorver os impactos da ação humana.

# The Scuppie\* Handbook

Movimento da Ascensão  
da Pessoa Socialmente  
Consciente

Um guia prático para viver bem de fazer o bem

Cartão de crédito que doa  
uma percentagem de  
pagamentos a um fundo  
que protege florestas  
tropicais

Camisa 100% de  
algodão orgânico

Cabelo arrumado  
por produto não  
aerosol  
e não testado em  
animais

Caneta-  
tinteiro  
não  
descartável  
que  
utiliza tinta  
biodegradável

Brincos feitos a  
partir de  
peças de  
computador

Bolsa feita  
com  
estofamento  
de carro  
antigo

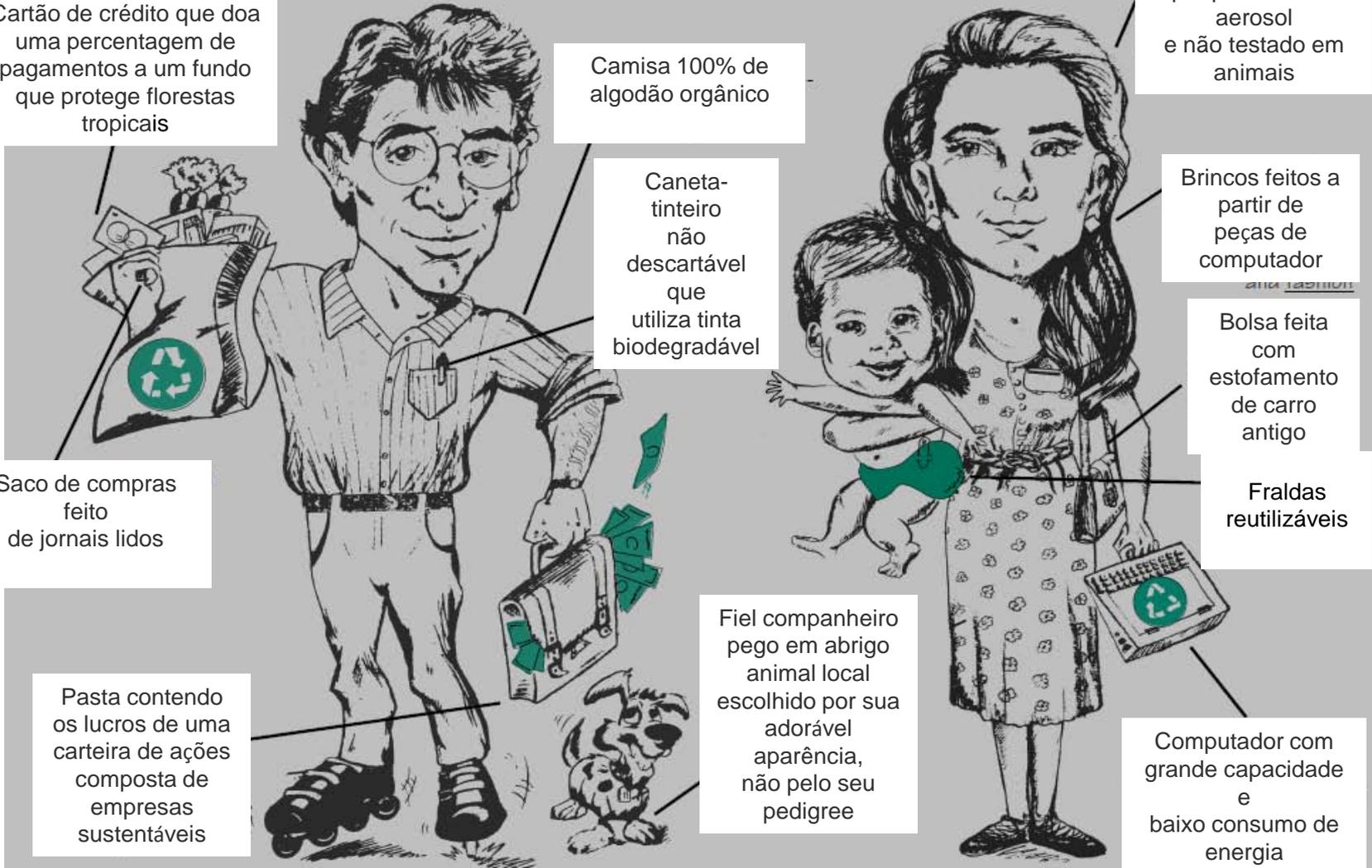
Fraldas  
reutilizáveis

Saco de compras  
feito  
de jornais lidos

Pasta contendo  
os lucros de uma  
carteira de ações  
composta de  
empresas  
sustentáveis

Fiel companheiro  
pego em abrigo  
animal local  
escolhido por sua  
adorável  
aparência,  
não pelo seu  
pedigree

Computador com  
grande capacidade  
e  
baixo consumo de  
energia





NOTÍCIAS

PRODUTOS

ADVOCATS

CADASTRE-SE

COMPRE ON LINE

PAIS: BRASIL

## ABRIMOS A PRIMEIRA LOJA SUSTENTÁVEL

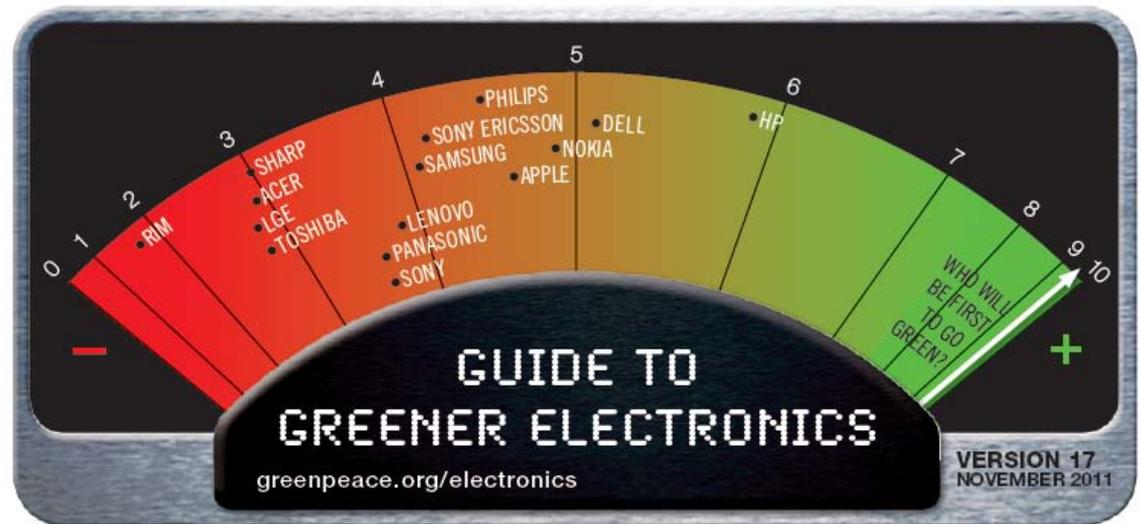
EM BANGALORE,  
ÍNDIA >>

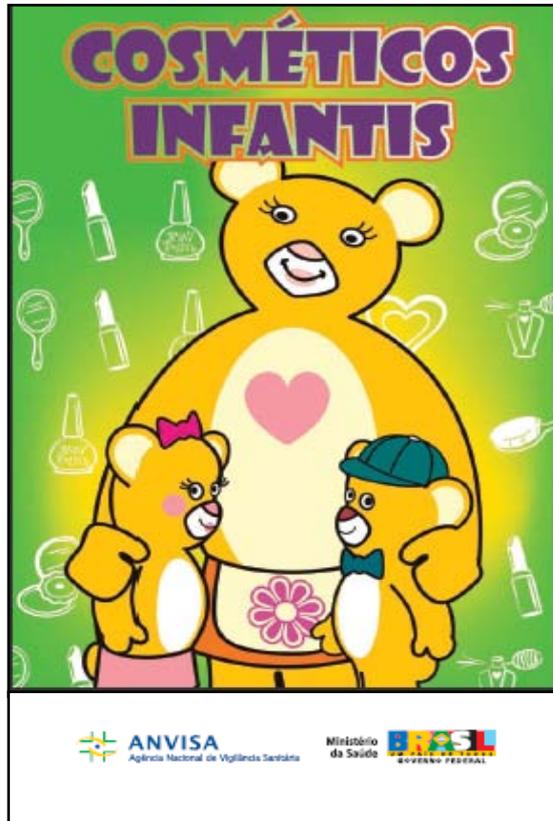
PUMA

“PUMA Store sustentável, compromisso de reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>, energia, água e desperdícios nos escritórios, lojas, depósitos e fábricas dos fornecedores diretos para 2015”.

O principal objeto de desejo dos jovens entre 12 e 14 anos é o computador. Entre os de 15 a 20, são um carro e um celular novo

**25%** gostariam de trocar o computador nos próximos seis meses





## Esmaltes Infantis

Esmaltes permitidos para crianças são aqueles à base de água e que saem sem necessidade do uso de acetona ou removedor. Por não possuírem solvente, o cheiro dos esmaltes infantis é bem diferente do presente nos esmaltes para adultos.

Os esmaltes também podem possuir substâncias de gosto amargo, para evitar a ingestão acidental por parte das crianças, e cada tonalidade deve ser testada a fim de se avaliar o seu potencial de irritação, sensibilização e toxicidade oral. O rótulo deve possuir orientações e advertências de uso.

## Maquiagens Infantis

Um requisito essencial para a maquiagem infantil é ter baixo poder de fixação e ser facilmente removida da pele com água. Cada tonalidade de blushes e rouges deve ser testada antes de ser comercializada, para se avaliar o potencial de irritação, sensibilização e toxicidade oral. Além disso, a Anvisa permite que as maquiagens contêm substâncias que possuam gosto ruim (amargo) para evitar que a criança leve o produto à boca.

**Atenção:** maquiagens para boneca e outras comercializadas como brinquedos não podem ser utilizadas em crianças, pois não são formuladas com ingredientes próprios para a pele infantil e nem propiciam a segurança necessária.

# COLTAN International

## Compramos COLTAN

COLTAN International S.A. é uma empresa dedicada a comercializar COLTAN a nível internacional.

Na atualidade temos relações e contratos com importantes clientes na CHINA, Coreia, Estonia, Índia e outros países.

Estamos interessados em comprar COLTAN produzido na América e desenvolver relações de negócios a longo prazo.

Se sua empresa está interessada em vender COLTAN,  
por favor preencha os dados do formulário à direita:

Por favor leve em consideração que:

- » Por princípio e política da empresa **NÃO** compramos Coltan produzido no CONGO (África)
- » O concentrado de Tantalita deve ter as seguintes especificações:
  - Ta2O5: 25% min.
  - U3O8 + ThO2: 0.10% max.
  - Granulometry: 10 mm max.
- » Estamos interessados em comprar COLTAN produzido na América

Agradecemos seu interesse em COLTAN International.

Estaremos em contato depois de  
receber sua informação.

Muito obrigado.

### Dados Gerais para Contato:

\* Nome:

\* E-mail:

\* Telefone:

\* Companhia:

1

### Qualidade do Produto:

País de Origem:

Porto de Embarque:

Certificado de Qualidade emitido por (nome da entidade):

% de Ta2O5 (Requerimento mínimo 25%):

% de Nb2O5 (Requerimento mínimo 10%):

2

### Quantidade de Produto e Preço:

Quantidade disponível atualmente  
em quilogramas:

Capacidade de produção e venda mensal  
disponível em quilogramas:

Preço por quilograma  
(CIF Porto Caldera na Costa Rica):

Forma de pagamento preferida:

Contate-nos

3

1

### **Planeje suas compras**

Não seja impulsivo nas compras. A impulsividade é inimiga do consumo consciente. Planeje antecipadamente e, com isso, compre menos e melhor.

5

### **Separe seu lixo**

Recicle e contribua para a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos.

9

### **Contribua para a melhoria de produtos e serviços**

Adote uma postura ativa. Envie às empresas sugestões e críticas construtivas sobre seus produtos/serviços.

2

### **Avalie os impactos de seu consumo**

Leve em consideração o meio ambiente e a sociedade em suas escolhas de consumo.

6

### **Use crédito conscientemente**

Pense bem se o que você vai comprar a crédito não pode esperar e esteja certo de que poderá pagar as prestações.

10

### **Divulgue o consumo consciente**

Seja um militante da causa: sensibilize outros consumidores e dissemine informações, valores e práticas do consumo consciente. Monte grupos para mobilizar seus familiares, amigos e pessoas mais próximas.

3

### **Consuma apenas o necessário**

Refleta sobre suas reais necessidades e procure viver com menos.

7

### **Conheça e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas**

Em suas escolhas de consumo, não olhe apenas preço e qualidade. Valorize as empresas em função de sua responsabilidade para com os funcionários, a sociedade e o meio ambiente.

11

### **Cobre dos políticos**

Exija de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente.

4

### **Reutilize produtos e embalagens**

Não compre outra vez o que você pode consertar, transformar e reutilizar.

8

### **Não compre produtos piratas ou contrabandeados**

Compre sempre do comércio legalizado e, dessa forma, contribua para gerar empregos estáveis e para combater o crime organizado e a violência.

12

### **Refleta sobre seus valores**

Avalie constantemente os princípios que guiam suas escolhas e seus hábitos de consumo.

*Dilma Pimentel*

dilmapimentel @ hotmail.com

© 2012 – Otimiza Consultoria Ltda.

Os autores acreditam que a sustentabilidade é “como um jardim sem portões. Um desses jardins onde qualquer um pode entrar e onde tudo o que é bom e belo não é de ninguém. Não é de ninguém sozinho, pra poder ser ‘de todo mundo’” (Brandão, C. R.; Zahara, I. *O Jardim de Todos*. Campinas: Editora Autores Associados, 2004)

Por este motivo, é autorizada a utilização didática de todo o material contido nesta apresentação.  
Por motivos éticos, é solicitado ao multiplicador informar a fonte do material e manter as referências originais das transparências.

A utilização comercial é proibida - incluindo cursos *in company* - e depende de autorização escrita dos autores.

A lei do direito autoral pune a reprodução de obra intelectual, por qualquer meio, no todo ou em parte, sem autorização do autor ou de quem o represente (art. 184). Cumprir a lei é um dever de cidadania, respeite o direito do autor. Associação Brasileira de Direitos Reprográficos - [www.abdr.org.br](http://www.abdr.org.br).