

**XV ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e  
PRÉ-ALAS BRASIL**

04 a 07 de setembro de 2012, UFPI, Teresina-PI

GT 19 – Juventudes, territorialidades e identidades.

**CONSUMO E MEIO AMBIENTE: ESTUDO ENTRE JOVENS DA PERIFERIA  
DE FORTALEZA**

**Katiane Farias Teixeira**  
Universidade Federal do Ceará  
[tiannefarias@yahoo.com.br](mailto:tiannefarias@yahoo.com.br)

**Alcides Fernando Gussi**  
Universidade Federal do Ceará  
[agussi@uol.com.br](mailto:agussi@uol.com.br)

## **CONSUMO E MEIO AMBIENTE: ESTUDO ENTRE JOVENS DA PERIFERIA DE FORTALEZA**

### **RESUMO**

Este trabalho trata das mediações do consumo e do meio ambiente entre jovens da periferia de Fortaleza, participantes do Projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental”. Para tanto, parte-se do pressuposto analítico de que o ato de consumir permeia, contextualmente, a construção de distintas identidades juvenis. Nesse sentido, após o término do Projeto, realizou-se uma pesquisa com a aplicação de questionários, contendo questões objetivas e semi-abertas, nas quais os jovens expressaram-se sobre seus hábitos de consumo em interfaces com impactos ambientais. Como conclusões, a pesquisa aponta que os jovens participantes construíram uma reflexão rumo a uma perspectiva política de construção de alternativas de consumo consciente, porém o Programa não levou à modificações na postura cotidiana dos jovens perante os imperativos, nos termos de Baudrillard, da “sociedade de consumo”.

**Palavras- chave:** Juventudes, identidades, consumo, meio ambiente.

### **INTRODUÇÃO**

Este trabalho trata das mediações do consumo e do meio ambiente entre jovens da periferia de Fortaleza, participantes do Projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental”. Para tanto, parte-se do pressuposto analítico de que o ato de consumir permeia, contextualmente, a construção de distintas identidades juvenis.

Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa que tem como objetivo geral realizar uma avaliação do projeto “Formação de Agentes da Cidadania Socioambiental” entre jovens participantes das atividades do referido projeto, verificando em que medida o mesmo permitiu a formação de sua cidadania como consumidores cidadãos. Como objetivo específico se propõe: a) descrever o projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental” no tocante das ações e práticas realizadas; b) conhecer o perfil socioeconômico e educacional dos jovens participantes inseridos nos seus contextos locais; c) avaliar o projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental” na

perspectiva dos jovens; e d) verificar os impactos do Projeto entre os jovens em relação (re)construção das práticas de consumo sustentável.

O projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental”, realizado entre agosto de 2010 a março de 2011, tem como objetivos capacitar agentes de cidadania socioambiental em duas comunidades na periferia de Fortaleza, para defender os direitos e esclarecer os deveres dos cidadãos e cidadãs no que tange a justiça socioambiental, direitos dos consumidores e direitos humanos. Para tanto, foram realizadas oficinas de direitos humanos, consumo consciente, justiça ambiental, oficinas de educomunicação<sup>1</sup>, dentre outras atividades, como forma de sensibilizar e esclarecer o público participante sobre as questões que perpassam a relação do homem *versus* homem e homem *versus* meio ambiente, estimulando o debate sobre aspectos como sociedade, cultura, natureza, consumo e política, na tentativa de refletir sobre quem somos e como cuidamos do lugar onde vivemos.

Esta pesquisa orienta-se por categorias analíticas relacionadas à temática, aqui trabalho, jovem, consumo e meio ambiente. Parte-se da categoria de juventude, da qual se compreende juventudes<sup>2</sup>, em seu plural, compreendendo a diversidade que noção encerra. Posteriormente, as juventudes aqui são estudadas nos marcos da sociedade de consumo, expressão que designa uma sociedade característica do mundo capitalista em que, aparentemente, destaca-se a construção da imagem do jovem consumidor, que se torna uma nova fatia do mercado. Por fim, é trazida a questão ambiental, tendo em vista considerar incontestável a relação intrínseca entre consumo e meio ambiente. Pois o consumo, como instrumento mediador na reprodução do sistema capitalista, contribui para a degradação ambiental, desde a extração de matéria-prima, passando pela produção, até a fase do descarte de resíduos produzidos.

---

<sup>1</sup> Educomunicação consiste no campo de reflexão/ação que une as áreas de Educação e Comunicação (MMA; MEC, 2006).

<sup>2</sup> Não há de fato, um conceito único de juventude que possa abranger os diferentes campos semânticos que lhe aparecem associados. As diferentes juventudes e as diferentes maneiras de olhar essas juventudes corresponderão, pois necessariamente, diferentes teorias (PAIS, 1996, p.36).

## DISCUTINDO JUVENTUDES, CONSUMO E MEIO AMBIENTE

Para Sanches (1996), categorizar a juventude é difícil, por ser uma situação complexa e escorregadia. Trata-se de um termo multifacetado que não pode incorrer nas simplificações terminológicas.

Abreu (1997), observa que a juventude pode ser uma espécie de construção sociológica para determinar faixas etárias, concordando com a simplificação do termo pode conduzir a um perigoso estudo limitante dessa condição.

Para Groppo (2000), esse é um período de uma fase preparatória para a idade adulta, porém o autor ressalta a imprecisão dos limites etários, por serem confusos pelo fato dos ritos de passagem e demarcações de gerações não serem fixo.

De acordo com Groppo (2000), a juventude se apresenta como categoria sociológica, sociocultural inventada pelos adultos, contudo os seus sentidos se tornam cada vez mais difíceis de totalizar, por se constituir como categoria social complexa, diversa e heterogênea. Assim, os gostos, as atitudes, e os comportamentos dos jovens se identificam pela multiplicidade e a ambivalência.

A análise feita por Groppo (Ibid) se faz relevante considerando que,

(...) a juventude é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, para significar uma série de comportamentos e atitudes atribuídos (GROPPO, 2000, p. 8).

Na realidade, a juventude assume faces diferentes de acordo com as condições materiais e culturais que a cercam, de acordo com o território em que se encontra. Jovens de classes populares têm que entrar precocemente no mercado de trabalho de forma a garantir a sua sobrevivência (e às vezes de sua família), enquanto os jovens de classes sociais mais altas possuem condições para se dedicarem mais tempo aos estudos obtendo, assim, uma formação profissional mais ampla e condizente com as exigências do mercado de trabalho. (GROPPO, 2000)

Nesse contexto, existem múltiplas maneiras de viver a juventude, portanto uma agregação arbitrária, qualquer delas, não resume as identificações possíveis. Para diminuir a dificuldade de se estudar o jovem e por reconhecer a sua multiplicidade, passou-se a empregar em especial nos textos e pesquisas nacionais, o termo “juventudes”, no plural (ABRAMO, 2005).

Diante desta panorâmica, surge o convite para um novo olhar sobre a juventude valorizando e acreditando na sua diversidade. Conforme Pais (1996),

Não há de fato, um conceito único de juventude que possa abranger os diferentes campos semânticos que lhe aparecem associados. As diferentes juventudes e as diferentes maneiras de olhar essas juventudes corresponderão, pois necessariamente, diferentes teorias (PAIS, 1996, p.36).

Para este trabalho, não se propõe esgotar o debate entorno da categorização sobre juventude, o que fugiria aos limites do trabalho. Almeja-se apenas compreender como se deu a construção deste conceito e como atualmente é entendido.

Portanto, para este estudo, compreendem-se juventudes e suas diversidades, pois se destacam como elementos caracterizadores das juventudes, as diversas opções e estilos de vida.

Considerando este conceito de juventude, é necessário entender as condições juvenis nas sociedades. Pois, os jovens de hoje vivem em um momento histórico no qual a tensão local/ global se manifesta de maneira contundente. Nunca houve tanta integração globalizada e, ao mesmo tempo, nunca foram tão profundos os sentimentos de desconexão.

A condição juvenil, contemporaneamente, é mediada pelo consumo. Contudo, o consumo faz parte da vida dos seres humanos. Conforme afirma Barbosa (2006), consumir é uma das atividades das mais básicas do ser humano. Para esta autora, pode-se viver sem produzir, mas, não sem consumir.

Para favorecer o esclarecimento sobre o que significa consumo, Barbosa (2006, p.21), observa que esta palavra “deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir; e do termo em inglês *consumation*,

que significa somar e adicionar”. Para esta autora, “no Brasil, o termo consumo ficou mais próximo da primeira dimensão, que tem sentido negativo”.

As origens da sociedade de consumo remontam à Inglaterra do século XVIII, quando ocorreu a chamada revolução do consumo, que emergiu a partir de três elementos principais: o surgimento de uma classe média trabalhadora, responsável pela compra de artigos da vida diária, que estabeleceu as bases para Revolução Industrial; o surgimento da procura por bens “supérfluos”, tais como: brinquedos, cadarços, botões e espelhos, entre outros; e a própria mudança cultural, originada por uma série de fenômenos como aumento de lazer, a leitura de romances e a ascensão da moda (CAMPBELL, 2001).

Sobre sociedade de consumo, Portilho (2005) diz que esta apresenta complicações e não pode ser generalizada, pois a idéia de uma “Sociedade de Consumo” vai além da idéia trivial que todos os membros dessa sociedade consomem, uma vez que todos os seres humanos e todas as criaturas vivas consomem e sempre consumiram. Para Pietrocolla (1986),

Sociedade de consumo tem como meta fundamental produzir mercadorias, vendê-las, produzir outras, vendê-las e assim num eterno círculo vicioso envolver todos os homens numa rede de relações sociais, em que produzir e adquirir mercadorias se torna o eixo condutor de todas as ações humanas (PIETROCOLLA, 1986, p.13).

A expressão Sociedade de Consumo designa uma sociedade característica do mundo desenvolvido em que a oferta excede geralmente a procura, os produtos são normalizados e os padrões de consumo estão massificados. Baudrillard (1995), afirma que a profusão, ou seja, a imensa diversidade de produtos existentes no mercado leva a mistificação da própria racionalidade que eles representam. Seu argumento é pautado no desígnio divino que a abundância representa na coletividade que embute na aquisição de produtos um caráter de salvação e resolução de todos os problemas. Porém, salienta que quando os indivíduos se cercam de objetos técnicos vão sendo reduzidos igualmente a sujeitos funcionais.

Para Padilha (2006), é difícil falar de “sociedade de consumo” sem mergulhar no tema da publicidade e desenvolver uma análise crítica, uma vez que ela não é, de forma alguma, um poder inseqüente, como pode parecer. “Sua atuação é fundamental para o funcionamento da engrenagem consumista” (PADILHA, 2006, p.98).

Discutindo as relações de consumo diante das juventudes, Maria Rita Kehl (2004), mostra que a juventude é considerada um “sintoma em nossa cultura” e tal fato se deve, sobretudo, às mudanças provocadas pela economia capitalista e pela indústria cultural. Dentre essas mudanças, destaca-se a construção da imagem do jovem consumidor. Assim, as pesquisas de marketing passaram a definir a juventude como uma nova fatia do mercado e passando a se organizar a partir dessa lógica mercantil.

Para Kehl (Ibid), na sociedade pautada pela indústria cultural, as identificações se constituem por meio das imagens industrializadas e, nesse caso, a imagem do jovem consumidor, difundida pela publicidade e pela televisão, oferece-se à identificação de todas as classes sociais. Segundo a autora, em nossa sociedade, passamos de um longuíssimo período de juventude direto para a velhice na medida em que ninguém mais quer ocupar o lugar do adulto. Ao contrário disso, os adultos passaram a se identificar com os ideais jovens e a se sentirem desconfortáveis ante as responsabilidades e posicionamentos exigidos pela vida adulta.

Nesse sentido, destaca-se a idéia do consumo como um demarcador entre os jovens, pois os grupos, os espaços de sociabilidades e os seus pares para serem aceitos e estarem integrados, necessitam não compartilhar das mesmas ideologias, a única exigência submetida é consumir, uma vez que o consumo é encarado como uma dimensão essencial na construção identitária dos jovens. (FELIX, 2003).

Nesse caso, qualquer análise sobre a condição juvenil atual deve levar em conta as imagens da juventude disseminadas pela mídia. A televisão que tudo transmite em tempo real e a Internet, com seus mais variados usos, veiculam imagens polares dos jovens de hoje. Por um lado, apresentam padrões de beleza e de consumo que muito poucos podem atingir. Reafirmam a juventude como uma “fatia de mercado” na sociedade de consumo.

Com relação à questão ambiental, Cunha (2009), diz que neste início de século, o mundo vem passando por um importante processo de reorganização, a questão ambiental tenta resgatar sua essência frente às relações sociedade/natureza. A compreensão tradicional das relações entre a sociedade e a natureza desenvolvidas até o século XIX, vinculadas ao processo de produção capitalista, considerava o homem e a natureza como pólos excludentes, tendo subjacente a concepção de uma natureza objeto, fonte ilimitada de recursos à disposição do homem.

Entretanto nos anos 60/70 percebeu-se que os recursos naturais são esgotáveis e que o crescimento sem limites começava a se revelar insustentável. Nesse contexto, emerge a necessidade de se elegerem novos valores e paradigmas capazes de romper com a dicotomia sociedade/natureza (ESMERALDO, 2006).

De acordo com Orsi (2006), é necessário compreender essa crise ambiental como um fenômeno multifacetado, onde cada uma de suas facetas encontra-se abalada. Assim pode-se dizer que o debate em torno da crise ambiental constitui-se em pelo menos alguns elementos básicos, como: i) o social, ii) o ecológico, iii) o político, iv) o tecnológico, v) o econômico e vi) o ideológico/cultural.

De modo geral, a discussão teórica realizada sobre juventudes, consumo e meio ambiente mostrou que a possibilidade ou não de consumir faz parte da construção de identidade sociais. Nós consumimos ou queremos consumir para existir, por necessidade, para sermos reconhecidos, para ficarmos felizes, entre outras razões. A sociedade de consumo cria sem cessar novas necessidades, mesmo que a satisfação de poucos se faça a partir do prejuízo de muitos, e isto se reflete em aspectos sociais e ambientais.

Cabe ressaltar que relacionar Juventude, consumo e meio ambiente, atrelada a perspectiva de uma educação do consumidor enquanto prática de cidadania, significa a tentativa de (re)posicionar os sujeitos na sociedade ampliando a visão usual sobre o consumo, de modo a não restringi-lo à satisfação de necessidades materiais, mas considerá-los na afirmação de sua cidadania diante da sociedade de consumo e dos apelos da mídia. Nesse

sentido, a cidadania transforma-se em ápice de um movimento pela melhoria das condições de vida.

## **METODOLOGIA**

Pode-se dizer que se iniciou com a pesquisa bibliográfica ao longo da investigação. Dmitruk (2004), diz que a pesquisa bibliográfica objetiva levantar informações sobre temas e abordagens já trabalhados por outros pesquisadores, analisando as contribuições teóricas sobre o problema e a temática de interesse. Nesse sentido, o levantamento bibliográfico a ser apresentado concentrou-se, fortemente, em livros e trabalhos publicados por pesquisadores ligados as categorias estudadas, que são: Juventude, Consumo e Meio Ambiente. Para este estudo recorreu-se a autores, tais como: Pais (1994), Carraro (2003), Abramo (2005), Kehl (2004), Baudrillard (1995), Campbell (2006), Orsi (2006), entre autores renomados.

Iniciando a pesquisa de campo, realizaram-se visitas às comunidades beneficiadas pelo projeto e à Associação Civil Alternativa Terrazul. Nestas visitas, foram feitas conversas informais e a coleta de dados através da aplicação de questionário previamente elaborado com perguntas objetivas, mas também com algumas perguntas abertas, onde os entrevistados expressaram seu conhecimento a respeito dos temas.

Salienta-se que a pesquisa de campo é uma fase que é realizada após o estudo bibliográfico, para que o pesquisador tenha um bom conhecimento sobre o assunto, pois é nesta etapa que ele vai definir os objetivos da pesquisa, as hipóteses, definir qual é o meio de coleta de dados, tamanho da amostra e como os dados serão tabulados e analisados (MARCONI & LAKATOS, 1996).

Foi realizada, também, uma pesquisa documental que teve como fontes documentos coletados na Associação Civil Alternativa Terrazul e em sua página na internet<sup>3</sup>, com o intuito de obter informações mais detalhadas acerca das oficinas, metodologias e público participante.

---

<sup>3</sup> Sítio da instituição: <<http://www.alternativaterrazul.org.br/projetos>>.

Sobre este tipo de pesquisa, Figueiredo (2007), acrescenta que o conceito de documento ultrapassa a idéia de textos escritos e/ou impressos. O documento como fonte de pesquisa pode ser escrito e não escrito, tais como filmes, vídeos, slides, fotografias ou pôsteres. Esses documentos são utilizados como fontes de informações, indicações e esclarecimentos que trazem seu conteúdo para elucidar determinadas questões e servir de prova para outras, de acordo com o interesse do pesquisador.

Após a conclusão da pesquisa de campo, a análise dos dados foi feita com base nas respostas dos questionários, que foram tabuladas, buscando conhecer o perfil socioeconômico e educacional dos jovens inseridos nos seus contextos locais, avaliar o projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental” na perspectiva dos jovens participantes e verificar os impactos do Projeto entre os jovens em relação (re)construção das práticas de consumo sustentável.

Em suma, a opção metodológica adotada no presente trabalho constituiu-se em uma combinação de ferramentas de abordagem qualitativa e quantitativa. Haguette (1992) afirma não existir um método melhor do que outro e sim aquele que melhor se ajusta aos propósitos de compreensão do fenômeno estudado. Desse modo, “o problema a ser investigado é que dita o método de investigação” (HAGUETTE, 1992, p.101).

Autores como (Aguilar e Ander-Egg, 1994; Richardson, 1999; Minayo, 2008), consideram que o planejamento da pesquisa, o conjunto de dados e a análise da informação em ambos os métodos não se opõem. Ao contrário, podem-se complementar e interagir, contribuindo para enriquecer e aprofundar as questões estudadas. Concordando com esses autores, a combinação de procedimentos quantitativos e qualitativos se mostra mais adequada para dar conta do presente estudo.

## **RESULTADOS**

Após os estudos e pesquisa de campo, em síntese, se chegou à conclusão de que o Projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental” contribuiu para mobilizar e engajar jovens, estimular a

percepção dos jovens para a temática socioambiental, identificar diferentes formas de atuarem individual e, coletivamente, dentro da temática da sustentabilidade, ampliou a interação e a comunicação entre jovens e organizações de diferentes locais, potencializou o trabalho de jovens, ampliou perspectivas e oportunidades de atuação qualificada de novos profissionais na área ambiental.

Porém, vale ressaltar que, apesar dessas contribuições de reflexão e conhecimento, não foi suficiente para uma mudança de postura dos jovens perante a sociedade de consumo. Modificar os hábitos de consumo é um processo gradativo que necessita ser internalizado paulatinamente. Pois vem carregado de simbologias sociais, ambientais e culturais.

A resistência a essa mudança é compreendida, pois, consome-se o que todos consomem, sem uma análise mais ampla do por que se consome e as consequências naturais desse ato. Para alcançar de fato o (re) posicionamento, faz-se necessário uma re-alfabetização socioambiental, que exige mudança do olhar, do pensar e do agir.

Com relação aos objetivos do Projeto “Formação de Agentes de Cidadania Socioambiental”, que foi de formar agentes de cidadania socioambiental em duas comunidades da periferia de Fortaleza: Serviluz e Parque Santa Rosa, para defender os direitos e esclarecer os deveres dos cidadãos e cidadãs e no que tange a justiça sócio-ambiental, direitos dos consumidores e direitos humanos, pouco se têm avançado, pois os jovens participantes do projeto não estão realizando ações multiplicadoras, sendo a mobilização e articulação um dos maiores desafios citados pela Associação Terrazul.

Apesar disso, é importante destacar a inserção dos jovens no contexto das políticas públicas e na luta por seus direitos. Como fruto de um processo de sensibilização, educação e organização, mesmo que ainda sejam incipientes.

Com base nas observações empíricas e qualificando as ações do projeto com base na construção de práticas sustentáveis dos jovens, percebe-se que ocorreram mudanças significativas nas suas rotinas. Partindo dessas considerações, concluiu-se, com este trabalho que os jovens consumidores

construíram, por meio da participação no Projeto, sentidos políticos que afirmam a sua construção como cidadãos na medida em que se apropriam do conhecimento sobre o lugar onde estão inseridos e das formas de participação política, econômica e social que gestam as bases da inter-relação consumo e cidadania

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni. (Org.). **Retratos da Juventude Brasileira: análise de uma pesquisa nacional**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

ABREU, A. A. de. **Quando eles eram jovens revolucionários**. In VIANNA H. (org). Galeras Cariocas. Rio de Janeiro: Edições UFRJ, 1997.

ACSELRAD, Henri. **Sustentabilidade e desenvolvimento: modelos, processos e relações**. Cadernos de Debate Projeto Brasil Sustentável e Democrático. Nº 4, Rio de Janeiro, FASE, 1999.

ARENDT, Hana. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense, 1989.

**ASSOCIAÇÃO CIVIL ALTERNATIVA TERRAZUL**. Disponível em: <<http://www.alternativaterrazul.org.br>>. Acesso em: 17 de out. de 2011.

BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BATISTA, Gabriela Barbosa. **A Atuação da Organização Não Governamental Associação Civil Alternativa Terrazul na Formação de Ativistas Ambientais**. Curso de Tecnologia em Gestão Ambiental, IFCE, Fortaleza, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.  
BELIK, Walter; DEL GROSSI Mauro. **O Programa Fome Zero no Contexto das Políticas Sociais no Brasil**. Congresso da SOBER em Juiz de Fora. 2003.

- BOZON, M. **Sociologia da sexualidade**. Rio de Janeiro: FGV. 2004.
- BRASIL, Órgão Gestor da Política Nacional de Educação Ambiental. **Juventude, cidadania e meio ambiente: subsídios para elaboração de políticas públicas**. MMA, MEC, Brasília: UNESCO, 2006. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/educacaoambiental/jcambiente.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2011.
- BRASIL. Ministério da Educação. Ministério do Meio Ambiente. **Coletivos jovens de Meio Ambiente**: manual orientador. Brasília, 2006.
- CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANCLINE, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. 6ª Ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.
- CARRANO, Paulo César Rodrigues. **Juventude e cidades educadoras**. Petrópolis, Rio
- CARVALHO, I. C. de M. **Educação ambiental: a formação do sujeito ecológico**. São Paulo: Cortez, 2004.
- CARVALHO, I. C. M. **Ambientalismo e juventude: o sujeito ecológico e o horizonte da ação política contemporânea** In: Novaes, Regina e Vannuchi, Paulo (orgs). **Juventude e Sociedade; trabalho, educação, cultura e participação**. Fundação Perseu Abramo e Instituto da Cidadania, São Paulo, ABC Editora, 2006.
- CASTRO, Elsa M. N. V. de. **Diálogo com a vida: uma educação consciente**. In: MELLO FILHO, Luis E. de. **Meio ambiente e Educação**. Rio de Janeiro: Gryphius, 1999.
- CENTRO DE DEFESA DOS DIREITOS HUMANOS DE PETRÓPOLIS. **A Carta da Terra - Valores e princípios para um futuro sustentável**. Petrópolis. Ed. Stampapa. 2004.
- COELHO, Maria de Lourdes. **Consumo e espaços pedagógicos**. 2ª Edição, São Paulo: Cortez, 2002.
- COHEN, Ernesto. FRANCO, Rolando. **Avaliação de projetos sociais**. 4. ed. Petrópolis, RJ. Ed. Vozes, 1993.
- CRESPO, S. **Uma visão sobre a evolução da consciência ambiental no Brasil nos anos 1990**. In: **Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam**

da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Coordenação André Trigueiro. Rio de Janeiro: Sextante, p. 58-73, 2003.

CRETELLA JR., Jose; DOTTI, Rene Ariel (Org.). **Comentários ao Código do Consumidor**, Forense, Rio de Janeiro 1992.

CUNHA, Sandra Baptista (Org.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

DEBONI, F.; MELLO, S.; Panorama da Juventude Ambientalista. In: **Juventude, Cidadania e Meio Ambiente: Subsídios para a Elaboração de Políticas Públicas**. Brasília: UNESCO, 2006.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1987.

DIAMOND, J. **Colapso: como as sociedades escolhem o fracasso ou o sucesso**. Tradução de Alexandre Raposo. Record. Rio de Janeiro, 2005.

DMITRUK, Hilda Beatriz. **Cadernos metodológicos: diretrizes do trabalho científico**. 6. ed. Chapecó: Argos, 2004.

SCOREL, Sarah. **Vidas ao léu: trajetórias de exclusão social**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 1999.

ESMERALDO, Gema Galgani Silveira Leite. **A Economia Doméstica no Desenvolvimento Sustentável: Reflexões sobre os Paradigmas Contemporâneos**. Revista Oikos (Viçosa, Mg), v. 17, 2006.

FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 2a ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2004.

FISCHER, R. M. **Gestão de pessoas nas organizações do Terceiro Setor**. In: VOLTOLINI, R. Terceiro Setor: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se complementam**. 9 ed. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1985.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 27 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988, 18ª edição.

GALEANO, E. et al. **Reflexões sobre o consumo responsável**. São Paulo: Le Monde Diplomatique Brasil, 2007.

GAUDINO, Edgar G. Interdisciplinaridade e educação ambiental: explorando novos territórios epistêmicos. **Educação Ambiental: pesquisas e tendências**. Michèle Sato e Isabel Carvalho (org) - 1º ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GONÇALVES, Rúbia Cristina Martins. **A Voz dos Catadores de Lixo em Sua Luta pela Sobrevivência**. Mestrado (Mestre) - Curso de Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Sociedade, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2005.

GROPPO, L. A. **Juventude - Ensaio sobre a sociologia e historia das juventudes modernas**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.

GUSMÃO, Sérgio Buarque. **Nem branco, nem preto. 2008**. Disponível em: <http://sergiobg.sites.uol.com.br/pardos.html>. Acesso em: 30 de Nov. de 2011.

HAGUETTE, Teresa Maria F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. 13ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

IDEC & INMETRO. Direitos do consumidor - Ética no consumo. Coleção educação para o consumo responsável. São Paulo, IDEC/INMETRO, 2002.

IDEC. **Consumo Sustentável** - Manual de Educação. Brasília. 2002.

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IDEC. **Publicidade e consumo**. Coleção Educação para o consumo responsável. 2002.

JACOBI, Pedro Roberto. **Consumo e sustentabilidade: como pensar a aprendizagem social?** In: DOWBOR, L.; ANTAS, R.; SILVA, H. (Org.). Desafios do Consumo. Petrópolis: Vozes, 2007.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Org.). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

LEITE, Raquel C.M. **Avaliação de Currículo de Ciências de 1ª a 4ª Série do Ensino Fundamental em Escolas Públicas: o caso da 9ª região em Fortaleza**. Fortaleza, 1998. 145f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Ceará.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARGULIS, M. **La juventud és mas que una palabra:** ensayos sobre cultura y juventud. Buenos Aires, biblos, 1996.

MELO NETO, F. P. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do Terceiro Setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MENDONÇA, Francisco. **Geografia e Meio Ambiente.** São Paulo: Contexto, 1993.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption.** Oxford: Blackwell, 1997.

MINAYO, Maria Cecília Souza de. (Org.). **Pesquisa Social:** teoria, métodos e criatividade. 27 ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2008

MINC, C. *In:* PADUA, S.M e TABANEZ, M.F. Participação Comunitária: elemento chave na proteção de unidades de conservação. **Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências.** Fabio Casino, Pedro Jacobi e José Flávio de Oliveira (org). 1º ed. São Paulo: SMA/CEAM, 1998.

MMA/PNUD - **Agenda 21 brasileira** - base para discussão. Brasília. 2000.

MMA; MEC. **MANUAL DE EDUCOMUNICAÇÃO:** Apoio às atividades da II Conferência Nacional Infanto-Juvenil pelo Meio Ambiente. Luziânia/GO, 23 a 28 de abril de 2006.

NASCIMENTO, Clesley Maria Tavares. **Educação Ambiental: Práxis Educativa Na Conscientização Da Problemática Do Lixo,** Dissertação (mestrado) – PRODEMA (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

NOVAES, R. **Os Jovens e o Meio Ambiente.** In: FELDAMNN, F, CRESPO, S. & DRUMMOND.J. A. (Org) Rio + 10 Brasil: Uma Década de Transformações. Iser; Ministério do Meio Ambiente; Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas. Rio de Janeiro. 2002. p. 56 - 62.

OLIVEIRA, Manfredo Araújo de. Confronto Inevitável. **O Povo,** Fortaleza, p.7, 02 mar.

ORSI, Rafael A. **Gestão participativa dos resíduos sólidos urbanos**, 2006. 136 f. Dissertação (mestrado em Organização do Espaço). IGCE/UNESP, Rio Claro/SP, 2006.

ORTEGA, Rosário. **Estratégias educativas para a prevenção da violência**. Brasília: UNESCO & UCB, 2002.

PADILHA, Valquíria. **Shopping Center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Boitempo, 2006.

PÁDUA, José Augusto. Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário. Cadernos de Debate Projeto Brasil Sustentável e Democrático. Nº 6. Rio de Janeiro, FASE: 1999.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1996.

PAIS, José Machado. **Estudos de juventude**. Lisboa: ICS/IPJ, 1994.

PORTILHO, Fátima. **Limites e possibilidades do consumo sustentável**. In: Educação, ambiente e sociedade: idéias e práticas em debates - Programa de Comunicação Ambiental. Serra, CST, 2004.

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

**Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)**. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/>. Acesso em: 22 de set. de 2011.

RIBEIRO, Dmitri Montenegro. **Licenciamento e Justiça Ambiental: Análise do Projeto de Construção do Estaleiro na Praia do Titanzinho**. 2010. 85 f. Monografia (Bacharel) - Curso de Direito, Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. In. **Revistas de Estudos Feministas**. Vol. 9. n.º1, Florianópolis 2001.

SANCHIS, E. **Da escola ao desemprego**. São Paulo: Ed. Agir, 1996.

SANTOS. S. R. **Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa biomédica.** J Ped. 1999.

SINGER, Paul. **Retratos da juventude brasileira:** análise de uma pesquisa nacional. Org. Helena Wendel Abramo e Pedro Paulo Martoni Branco. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SZAPIRO A. M. ;RESENDE, C. M. **Juventude: etapa da vida ou estilo de vida?** Psicologia & Sociedade, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf>. Acesso em: 22 de set. de 2011.

YOFFE, D. **Captação de recursos no campo social.** In: VOLTOLINI, R. **Terceiro Setor:** planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.