

2^a

Série

Geografia

**MATERIAL
DIGITAL**

Consumo consciente

**4º bimestre
Aula 11**

**Ensino
Médio**



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

Conteúdos

- Desigualdades regionais e políticas sustentáveis e de consumo consciente.

Objetivos

- Avaliar criticamente campanhas publicitárias e produtos;
- Reconhecer a importância de políticas sustentáveis e de consumo consciente.

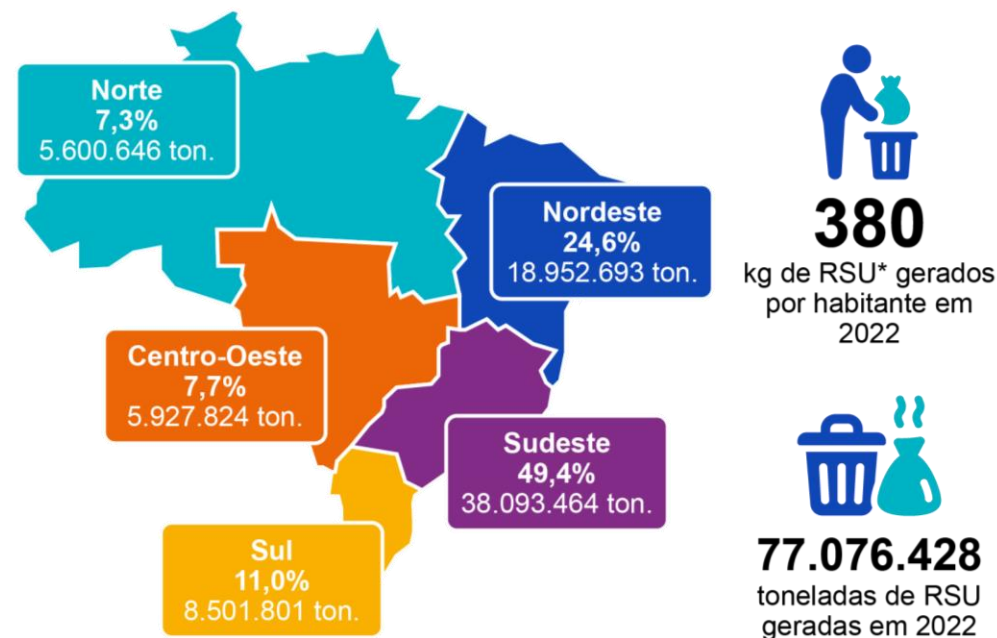
Para começar

Resíduos sólidos

O Sudeste lidera a geração de resíduos no país, concentrando metade do total nacional com 449 kg per capita/ano. Em contraste, o Sul tem a menor geração por habitante (284 kg), e o Norte, a menor participação no volume total (7,3%).

Com base no mapa e dados, reflita sobre as questões a seguir:

- Ao olhar para o total de mais de **77 milhões de toneladas** de resíduos, você já parou para pensar para onde vai o item que você descarta hoje e como a sua escolha por produtos mais duráveis ou recicláveis poderia mudar esse gráfico no futuro?



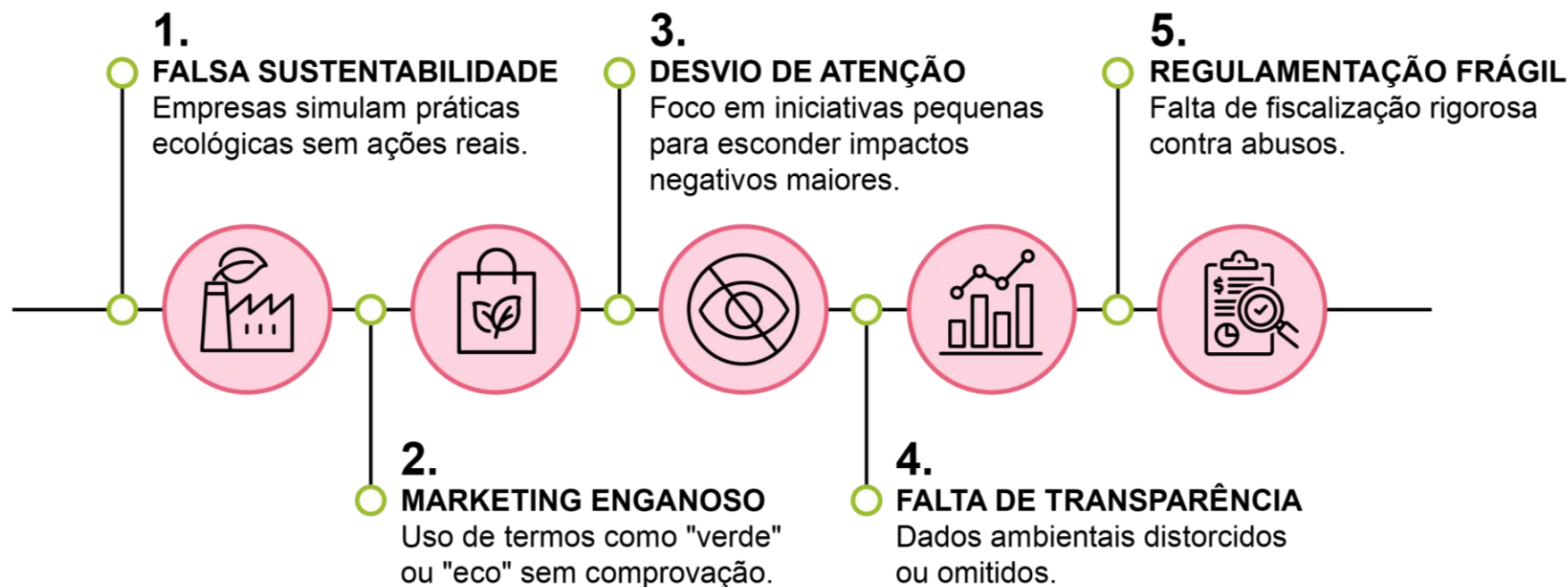
*Resíduos Sólidos Urbanos

Projeções corrigidas com base no Censo de 2022

“Estima-se que o brasileiro tenha gerado uma média de 1,04 kg de RSU por dia em 2022. Aplicando esse valor à população brasileira divulgada pelo Censo Demográfico 2022, estima-se que aproximadamente 77,1 milhões de toneladas de RSU foram geradas no país em 2022. Isso corresponde a mais de 211 mil toneladas de resíduos geradas por dia, ou cerca de 380 kg/habitante/ano.”

Fonte: ABREMA, 2023. Produzido pela SEDUC-SP com © Getty Images

Greenwashing



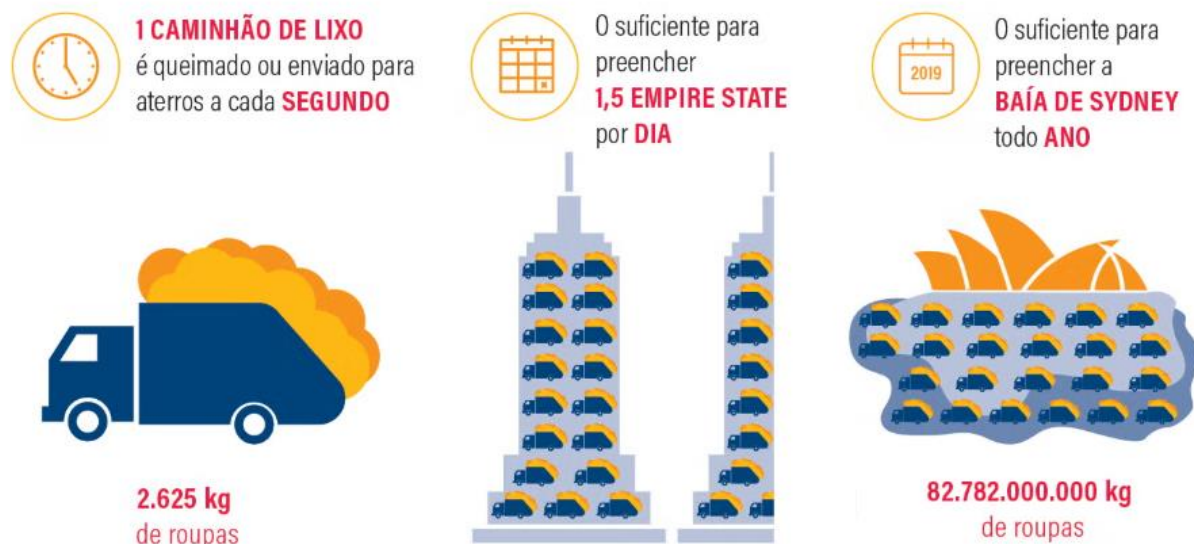
Empresas usam marketing sustentável para esconder práticas poluentes. Aprenda a identificar os sinais e exija transparência.

Para refletir

Como você pode, no seu dia a dia, diferenciar uma empresa verdadeiramente sustentável de uma que só pratica *greenwashing*?

Produzido pela SEDUC-SP
com © Getty Images

ROUPAS: QUAL O TAMANHO DO DESPERDÍCIO?



Fonte: Fundação Ellen MacArthur.

 WORLD RESOURCES INSTITUTE

Pense em quantas peças de roupa são dadas como presente nas festas de fim de ano. Quantas vezes as pessoas vão usá-las antes de jogar fora? Provavelmente, menos do que você pensa. O equivalente a um caminhão de lixo carregado de roupas é queimado ou enviado para aterros a cada segundo no mundo. O consumidor médio comprou 60% mais roupas em 2014 do que no ano 2000, mas manteve cada peça em uso por metade do tempo.

Disponível em: <https://www.wribrasil.org.br/noticias/os-impactos-economicos-e-sociais-da-fast-fashion>. Acesso em: 14 mar. 2026.

Consumo e impactos ambientais

O consumo de bens pode gerar diferentes impactos ambientais:

- extração de recursos naturais;
- geração de resíduos;
- poluição do ar e da água;
- aumento das emissões de gases de efeito estufa.

Segundo a ONU, o consumo global de recursos naturais mais que triplicou desde 1970, aumentando a pressão sobre os ecossistemas.

O que é o consumo consciente?

O consumo consciente envolve considerar os impactos sociais e ambientais ao escolher produtos e serviços.

Isso inclui:

- avaliar a origem dos produtos;
- reduzir desperdícios;
- priorizar produtos duráveis;
- escolher empresas com práticas responsáveis.

A ideia central é que consumidores também influenciam as práticas das empresas e do mercado.

São necessários 2.700 litros de água para fabricar uma camiseta de algodão



Fonte: National Geographic

 WORLD RESOURCES INSTITUTE

Disponível em: <https://www.wribrasil.org.br/noticias/os-impactos-economicos-e-sociais-da-fast-fashion>. Acesso em: 14 mar. 2026.

Para refletir

Suas escolhas de consumo são conscientes?

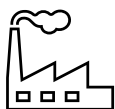
Políticas sustentáveis

Além das escolhas individuais, políticas públicas e regulamentações são fundamentais para promover práticas sustentáveis.

Exemplos:



- incentivos a energias renováveis;



- regulamentação de emissões industriais;



- políticas de reciclagem;



- proteção de recursos naturais.

Essas políticas podem ser adotadas por governos nacionais ou discutidas em acordos internacionais.



O consumo consciente pode ser definido como:

comprar o maior número possível de produtos para estimular a economia.

escolher produtos considerando seus impactos sociais e ambientais.

consumir apenas produtos importados.

priorizar apenas o menor preço.



O consumo consciente pode ser definido como:

×

comprar o maior número possível de produtos para estimular a economia.

escolher produtos considerando seus impactos sociais e ambientais.

✓

×

consumir apenas produtos importados.

priorizar apenas o menor preço.

×

Publicidade e sustentabilidade

Nos últimos anos, muitas empresas passaram a divulgar ações relacionadas à sustentabilidade em suas campanhas publicitárias.

Essas campanhas podem destacar:

- redução de impactos ambientais;
- uso de materiais recicláveis;
- compromisso com a conservação ambiental.

No entanto, nem sempre essas mensagens correspondem totalmente às práticas das empresas. Vimos, na aula anterior, sobre o *greenwashing*, termo que se refere a estratégias de marketing em que empresas utilizam discursos ou imagens ambientais para aparentar sustentabilidade, sem mudanças significativas em suas práticas.

Dados sobre consumo e resíduos

Esse crescimento está diretamente ligado ao aumento do consumo.

Dados disponibilizados pelo Banco Mundial, de acordo com o relatório *What a Waste 2.0*.

Fonte: KAZA et al., 2018. Produzido pela SEDUC-SP com © Getty Images.

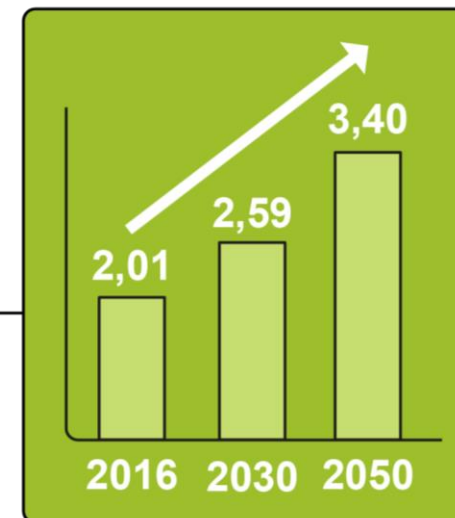


Necessidade de mudança:

- Repensar
- Recusar
- Reduzir
- Reutilizar
- Reciclar

Projeção global de resíduos sólidos urbanos

 Ano	Resíduos sólidos urbanos no mundo 
2016	2,01 bilhões de toneladas
2030 (estimativa)	2,59 bilhões de toneladas
2050 (estimativa)	3,40 bilhões de toneladas



Como identificar se um produto é realmente sustentável?

Envolve avaliar criticamente produtos e informações divulgadas pelas empresas, considerando seus impactos ambientais e sociais. É importante considerar:

SUSTENTABILIDADE DIRETRIZES PARA ESCOLHAS CONSCIENTES

1 INFORMAÇÕES DA EMBALAGEM

Verificar dados sobre composição, origem dos materiais ou processos de produção.

2 CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

Selos e certificações podem indicar que o produto segue determinados padrões ambientais ou sociais.

3 TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA

Empresas comprometidas com a sustentabilidade costumam divulgar informações detalhadas sobre suas práticas ambientais.

4 IMPACTOS DO CICLO DE VIDA DO PRODUTO

Refletir sobre os impactos envolvidos na produção, no transporte, no uso e no descarte do produto.



Sustentabilidade real ou *greenwashing*?

Organizados em grupos, escolham um produto que utilizem no dia a dia (ex.: tênis, cosmético, eletrônico, dentre outros). Vocês devem preencher uma *Checklist* de sustentabilidade usando os quatro pilares do infográfico estudado:



Embalagem: a embalagem é necessária? De que material é feita? Existe instrução clara de descarte/reciclagem?



Certificações: procure selos na embalagem (ex.: FSC, IBD, Cruelty-free). Pesquise se esses selos são autênticos ou apenas “desenhos” da própria marca.



Transparência: entre no site da marca. É fácil encontrar o “Relatório de sustentabilidade”? Eles falam sobre quem fabrica o produto?



Ciclo de vida: de onde veio a matéria-prima? O produto é feito para durar ou tem obsolescência programada?





MAPA DE ANÁLISE CRÍTICA DE PRODUTOS

CRITÉRIO	SUSTENTABILIDADE REAL	GREENWASHING
 Embalagem		
 Certificações		
 Transparência		
 Ciclo de Vida		

Com base no Checklist de sustentabilidade, complete o quadro a seguir:





Questões para debate em sala

Para fechar a atividade, responda às perguntas:

- A. O preço da consciência: os produtos com certificações ambientais costumam ser mais caros? Isso é justo com todas as classes sociais?
- B. Poder do consumidor: o boicote a marcas não sustentáveis funciona ou é apenas uma “bolha” da internet?
- C. Design de interação: como o design do infográfico (cores, ícones e números) ajuda a passar uma sensação de “organização e confiança”?

MAPA DE ANÁLISE CRÍTICA DE PRODUTOS		
CRITÉRIO	SUSTENTABILIDADE REAL	GREENWASHING
 Embalagem	Feito para durar, com ética na extração.	Obsolescência programada e foco apenas no descarte.
 Certificações	Dados abertos e relatórios de impacto detalhados.	Termos vagos como '100% natural' sem provas.
 Transparência	Selos independentes e confiáveis (ex: FSC, IBD).	Selos criados pela própria empresa sem auditoria.
 Ciclo de Vida	Materiais reciclados, biodegradáveis ou minimalistas.	Cores 'eco' apenas para estética, sem instrução de descarte.



- A. Produtos com certificações ambientais geralmente têm custos mais elevados devido aos processos sustentáveis e certificações rigorosas, que agregam valor ecológico, mas podem restringir o acesso a classes sociais menos favorecidas. A justiça social nesse contexto é questionada, pois a sustentabilidade não deveria ser um privilégio.
- B. Boicotes a marcas não sustentáveis podem ser eficazes quando há mobilização massiva e conscientização pública, mas, sem engajamento contínuo, tendem a ficar restritos a nichos, limitando seu impacto real. A ação coletiva é crucial para transformar pressão em mudanças concretas.
- C. Cores harmoniosas, ícones intuitivos e números claros em infográficos facilitam a compreensão visual, transmitindo organização e confiança. Esses elementos visuais estruturam informações complexas de forma acessível, reforçando a credibilidade da mensagem.

Encerramento



COM SUAS PALAVRAS



3 minutos

- De que forma o consumo das pessoas pode influenciar as práticas das empresas?
- Como podemos diferenciar uma iniciativa realmente sustentável de uma estratégia de marketing?

© Getty Images



Referências

ALMEIDA, F. **Os desafios da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESÍDUOS E MEIO AMBIENTE. **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2023**. São Paulo: ABREMA, 2023. Disponível em: https://www.abrema.org.br/wp-content/uploads/dlm_uploads/2024/03/Panorama_2023_P1.pdf. Acesso em: 09 abr. 2026.

BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento sustentável**: das origens à agenda 2030. Petrópolis: Vozes, 2020.

KAZA, S.; YAO, L. C.; BHADA-TATA, P.; VAN WOERDEN, F.; LEVINE, D. What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. Urban Development Series. **World Bank Group**, 2018. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/d3f9d45e-115f-559b-b14f-28552410e90a>. Acesso em: 09 abr. 2026.

LEMOV, D. **Aula nota 10 3.0**: 63 técnicas para melhorar a gestão da sala de aula / Doug Lemov; tradução: Daniel Vieira, Sandra Maria Mallmann da Rosa; revisão técnica: Fausta Camargo, Thuinie Daros. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2023.

Referências

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE. **Rumo a uma economia verde**: caminhos para o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza. Nairóbi: PNUMA, 2011.

REICHART, E.; DREW, D. Os impactos econômicos e sociais da “fast fashion”. WRI Brasil, 6 fev. 2019. Disponível em: <https://www.wribrasil.org.br/noticias/os-impactos-economicos-e-sociais-da-fast-fashion>. Acesso em: 14 abr. 2026.

ROSENSHINE, B. “Principles of instruction: research-based strategies that all teachers should know”. In: **American Educator**, v. 36, n. 1, Washington, 2012. p. 12-19. Disponível em: <https://www.aft.org/ae/spring2012>. Acesso em: 21 ago. 2025.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista**: etapa Ensino Médio, 2020. Disponível em: <https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2020/08/CURR%C3%8DCULO%20PAULISTA%20etapa%20Ensino%20M%C3%A9dio.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

Identidade visual: imagens © Getty Images

Para professores



Habilidade: (EM13CHS205) Analisar a produção de diferentes territorialidades em suas dimensões culturais, econômicas, ambientais, políticas e sociais, no Brasil e no mundo contemporâneo, com destaque para as culturas juvenis.

(EM13CHS502) Analisar situações da vida cotidiana, estilos de vida, valores, condutas etc., desnaturalizando e problematizando formas de desigualdade, preconceito, intolerância e discriminação, e identificar ações que promovam os Direitos Humanos, a solidariedade e o respeito às diferenças e às liberdades individuais.

Slide 3



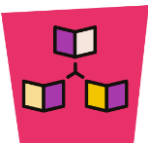
Tempo: 3 minutos.



Dinâmica de condução: inicie a aula convidando os estudantes a refletirem sobre seus próprios hábitos de consumo. O objetivo desse momento é aproximar o tema da realidade cotidiana da turma e mobilizar conhecimentos prévios. Você pode pedir que pensem em situações simples do dia a dia. Finalize explicando que a aula discutirá justamente como o consumo se relaciona com impactos ambientais e sociais e de que maneira consumidores podem analisar criticamente as informações divulgadas pelas empresas.



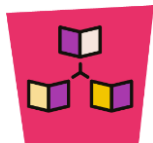
Expectativas de respostas: a quantidade de resíduos gerados anualmente é alarmante, e cada descarte individual contribui para esse impacto. Ao optar por produtos duráveis ou recicláveis, o consumidor reduz a demanda por novos materiais e diminui o volume de lixo. Pequenas mudanças no consumo podem, em escala coletiva, transformar significativamente os índices de resíduos. A conscientização e a ação prática são essenciais para um futuro mais sustentável. A responsabilidade é compartilhada entre indústria, governo e sociedade.



Dinâmica de condução: *greenwashing* é uma prática enganosa em que empresas ou organizações exageram ou falsificam seus compromissos ambientais para parecerem mais sustentáveis do que realmente são. Com o tempo, isso se torna um problema grave porque desvia a atenção de questões ambientais urgentes, engana consumidores bem-intencionados e atrasa mudanças reais em direção à sustentabilidade.

Uma proposta é apresentar este esquema, que auxilia na identificação do *greenwashing*.



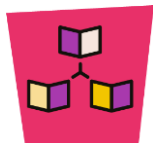


Dinâmica de condução: explique que o consumo é uma atividade central nas sociedades contemporâneas e está diretamente ligado à produção econômica. Procure destacar que cada produto consumido envolve uma cadeia de processos, que inclui extração de recursos naturais, produção industrial, transporte, distribuição e descarte.

Ao apresentar os impactos ambientais associados ao consumo, incentive os estudantes a pensar em exemplos concretos. Você pode perguntar quais produtos do cotidiano exigem grande uso de recursos naturais ou geram muitos resíduos.

Espera-se que mencionem exemplos como eletrônicos, roupas, embalagens plásticas, automóveis ou alimentos industrializados.

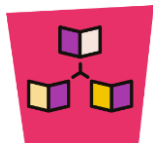
Destaque que o aumento do consumo global nas últimas décadas ampliou a pressão sobre os ecossistemas e contribuiu para o crescimento da produção de resíduos e das emissões de gases de efeito estufa.



Dinâmica de condução: neste momento, apresente o conceito de consumo consciente como uma resposta às consequências ambientais e sociais associadas ao modelo atual de produção e consumo. Explique que essa ideia não significa simplesmente deixar de consumir, mas refletir sobre os impactos das escolhas de consumo.

Conduza a discussão mostrando que consumidores podem considerar diferentes aspectos ao escolher produtos, como a durabilidade, a origem das matérias-primas, as condições de produção e os impactos ambientais envolvidos.

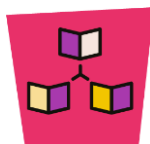
Você pode perguntar se os estudantes já deixaram de comprar algum produto por motivos ambientais ou sociais. Esse tipo de pergunta ajuda a aproximar o conceito da experiência cotidiana da turma.



Dinâmica de condução: explique que, além das escolhas individuais, as políticas públicas também desempenham um papel fundamental na promoção de práticas mais sustentáveis. Destaque que governos podem criar regulamentações, incentivos e programas que orientem empresas e consumidores em direção a práticas menos impactantes.

Peça aos estudantes que reflitam sobre exemplos de políticas ambientais que já conhecem. Caso tenham dificuldade em responder, você pode mencionar iniciativas como programas de reciclagem, leis de controle de poluição, incentivos à produção de energia renovável ou políticas de proteção de áreas naturais.

Ressalte que muitos problemas ambientais possuem dimensão global e, por isso, também são discutidos em acordos internacionais.



Dinâmica de condução: apresente a relação entre publicidade e sustentabilidade. Explique que, à medida que a preocupação ambiental passou a ganhar maior importância social, muitas empresas começaram a destacar ações ambientais em suas campanhas publicitárias.

Conduza a explicação mostrando que essas campanhas podem ter dois significados diferentes. Em alguns casos, refletem mudanças reais nas práticas produtivas. Em outros, podem representar apenas uma estratégia de marketing.

Retome brevemente o conceito de *greenwashing*, discutido na aula anterior, explicando que ele se refere a situações em que empresas utilizam discursos ambientais para construir uma imagem sustentável sem alterar significativamente suas práticas.



O consumo consciente pode ser definido como:



comprar o maior número possível de produtos para estimular a economia.

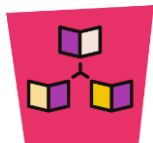
escolher produtos considerando seus impactos sociais e ambientais.



consumir apenas produtos importados.

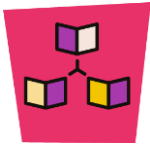
priorizar apenas o menor preço.





Dinâmica de condução: utilize os slides para iniciar a discussão sobre como publicidade e sustentabilidade se relacionam quando estratégias de marketing promovem produtos, serviços ou valores ambientais e sociais, visando não apenas o lucro, mas também a conscientização e mudanças positivas. O desafio está em alinhar discurso e prática, evitando o *greenwashing* (propaganda enganosa “verde”) e garantindo transparência. Quando genuína, essa abordagem pode educar consumidores e impulsionar negócios responsáveis, mas exige compromisso real com impactos mensuráveis e ética corporativa.

Explique que o consumo e a produção de resíduos referem-se ao ciclo em que a aquisição e o uso de bens geram descartes que impactam o meio ambiente. O modelo atual de consumo acelerado aumenta a extração de recursos naturais e a geração de lixo, muitas vezes sem tratamento adequado. Reduzir esse impacto exige mudanças como economia circular, reutilização de materiais e escolhas conscientes por produtos duráveis ou recicláveis. O equilíbrio entre produção, consumo e gestão de resíduos é essencial para a sustentabilidade.



Dinâmica de condução: nesse momento, procure transformar o conteúdo em uma leitura crítica de situações do cotidiano. Explique aos estudantes que muitas empresas utilizam termos associados à sustentabilidade, mas que nem sempre essas informações são suficientes para avaliar se um produto realmente apresenta menor impacto ambiental ou social. Por isso, é importante desenvolver critérios de análise. Você pode iniciar perguntando se os estudantes costumam observar as informações presentes nas embalagens dos produtos que consomem. Caso a turma apresente pouca familiaridade com esse tipo de análise, peça que pensem em exemplos de produtos que utilizam frequentemente, como alimentos, cosméticos ou roupas, e questione quais informações costumam aparecer nas embalagens ou campanhas publicitárias.

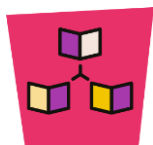
Ao apresentar os critérios, destaque que avaliar um produto envolve considerar diferentes aspectos. Explique que as informações disponíveis na embalagem podem indicar a composição do produto, a origem dos materiais ou características do processo produtivo. Em seguida, mencione que certificações ambientais podem indicar que determinadas práticas seguem padrões estabelecidos por organizações independentes, embora também seja importante verificar a credibilidade dessas certificações. Outro ponto importante é a transparência das empresas. Explique que empresas comprometidas com práticas sustentáveis geralmente divulgam relatórios ambientais ou informações mais detalhadas sobre suas ações, permitindo maior verificação por parte da sociedade.

Por fim, introduza a ideia de **ciclo de vida do produto**, destacando que os impactos ambientais não ocorrem apenas no momento do consumo, mas também na extração das matérias-primas, na produção, no transporte e no descarte. Você pode destacar que esse tipo de análise ajuda consumidores a desenvolver uma postura mais crítica diante das estratégias de marketing e da publicidade ambiental, preparando-os para a atividade prática que será realizada em seguida, na qual eles avaliarão uma campanha publicitária relacionada à sustentabilidade.

Slides 13 a 16



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução: explique aos estudantes que a atividade tem como objetivo analisar criticamente uma campanha publicitária associada à sustentabilidade, observando como as empresas utilizam argumentos ambientais para promover seus produtos. Destaque que o foco não é avaliar a marca em si, mas desenvolver a capacidade de interpretar mensagens publicitárias e identificar se elas apresentam informações consistentes ou apenas utilizam elementos simbólicos associados ao meio ambiente.

Orienta-os sobre como responder à tabela e instrua-os a utilizar fontes para pesquisar o site da marca e analisar o produto físico (caso seja possível).

Slide 18



Tempo: 3 minutos.



Dinâmica de condução: finalize a aula retomando o papel do consumo nas sociedades contemporâneas e sua relação com os impactos ambientais e sociais. Explique que as escolhas de consumo podem influenciar tanto o mercado quanto as estratégias adotadas pelas empresas.

Ao apresentar as perguntas do slide, incentive os estudantes a refletirem sobre como consumidores podem pressionar empresas a adotar práticas mais responsáveis.



Expectativas de respostas: na primeira pergunta, espera-se que os estudantes reconheçam que as escolhas de consumo podem influenciar o comportamento das empresas, especialmente quando consumidores passam a valorizar produtos sustentáveis, reduzir o consumo de produtos de alto impacto ambiental ou pressionar empresas por maior responsabilidade socioambiental.

Na segunda pergunta, é esperado que os estudantes mencionem a importância de analisar informações sobre produtos, verificar certificações ambientais, observar a transparência das empresas e questionar campanhas publicitárias que utilizam termos vagos relacionados à sustentabilidade.

Caderno de exercícios

Para esta aula, são indicados os exercícios **5 e 6 do bloco de conteúdo “Desenvolvimento sustentável”**. Dentro desse conjunto, eles pretendem **consolidar** elementos. Esses exercícios podem ser feitos em casa, de forma autônoma pelos estudantes, ou você pode selecionar alguns para trabalhar em sala de aula.



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**