



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS - FATECS**  
**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**DISCIPLINA: MONOGRAFIA**  
**ÁREA: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**  
**ORIENTADORA: PROF. Dra. JOANA D'ARC BICALHO FÉLIX**

**MARCELO RIBEIRO SILVA**  
**MATRÍCULA Nº 20754800**

**CATÁLOGO CONSUMO CONSCIENTE**  
**COMO A COMUNICAÇÃO PODE CONTRIBUIR PARA ESCOLHAS**  
**AMBIENTALMENTE CONSCIENTES**

**Brasília/DF, novembro de 2012**

**MARCELO RIBEIRO SILVA**

**CATÁLOGO CONSUMO CONSCIENTE**  
COMO A COMUNICAÇÃO PODE CONTRIBUIR PARA ESCOLHAS  
AMBIENTALMENTE CONSCIENTES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao UniCEUB, sob orientação da professora Dra. Joana d'Arc Bicalho Félix, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

**Brasília/DF, novembro de 2012**

**MARCELO RIBEIRO SILVA**

**CATÁLOGO CONSUMO CONSCIENTE**  
**COMO A COMUNICAÇÃO PODE CONTRIBUIR PARA ESCOLHAS**  
**AMBIENTALMENTE CONSCIENTES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao UniCEUB, sob orientação da professora Dra. Joana d'Arc Bicalho Félix, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Banca examinadora:

---

Prof. Dra. Joana d'Arc Bicalho Félix  
Orientadora

---

Prof. M.Sc. André Luís César Ramos  
Examinador

---

Prof. Esp. Bruno Assunção Nalon  
Examinador

**Brasília/DF, novembro de 2012**

Dedico este trabalho à minha irmã  
Larissa (*in memoriam*) e aos meus pais  
Lucas e Valdete.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, por sempre me apoiarem. À minha orientadora por exigir o melhor de mim, dividir seu conhecimento e suas experiências para divulgação do projeto. Aos professores André, Roberto, Úrsula e Mônica, pelas entrevistas, disponibilidade e atenção durante o curso. À minha namorada Lívia, pela paciência e ajuda. À amiga Virna, por todos os conselhos e revisões. E a todos os amigos que acreditaram no trabalho e contribuíram para sua divulgação.

"A Terra tem o suficiente para as nossas necessidades, mas não o suficiente para a nossa ganância."

*Mahatma Gandhi*

## RESUMO

Pensado e construído a partir da contextualização histórica e do cenário social apresentado, o presente trabalho de conclusão de curso, apresenta-se como um produto. Consiste em estudos e pesquisas para construção e publicação de catálogo que compila produtos e serviços de melhor desempenho socioambiental, contribuindo, assim, com informações que podem estimular mudanças nos hábitos de consumo e escolhas ambientalmente responsáveis. O catálogo fica disponível na internet, permitindo a interação e multiplicação de seu conteúdo com os seus usuários. Para formatar e escolher a plataforma de publicação, foram realizadas entrevistas por *e-mail* com especialistas e mestres da área de Comunicação e Marketing com conhecimento a respeito de produtos e consumo sustentável, gestão de internet e mídias digitais. Como produto final, são apresentadas 24 oportunidades de participação individual em processos socioambientais.

**Palavras chaves:** 1. Sustentabilidade e Marketing Digital; 2. Comportamento do Consumidor; 3. Comunicação e Marketing para a Sustentabilidade.

## **ABSTRACT**

Thought and built from the presented historical contextualization and social scenario, this completion of course work presents itself as a product. It consists of studies and research for construction and publication of a catalog that compiles the products and services with the best socio-environmental performance, thus contributing with information that can encourage changes in consumption habits and responsible choices. The catalog remains available on the internet, allowing the interaction and multiplication of its content between the users. To format and choose the publication platform, interviews with Communication and Marketing masters and specialists who are familiar with sustainable products and consumption, internet management, and digital media are made via e-mail. As a final product, 24 opportunities of individual participation in socio-environmental processes are presented.

**Key words:** 1. Sustainability and Digital Marketing; 2. Consumer Behaviour; 3. Communication and Marketing for Sustainability.



## SUMÁRIO

<b>1. MEMORIAL DESCRITIVO .....</b>	<b>09</b>
1.1 O AMBIENTE E AS POSSIBILIDADES.....	10
1.2 CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE.....	12
1.3 MARKETING DIGITAL.....	14
<b>2. ENTREVISTAS COM PROFESSORES.....</b>	<b>17</b>
2.1 CATÁLOGO SUSTENTÁVEL DA FGV .....	19
<b>3. CATÁLOGO CONSUMO CONSCIENTE .....</b>	<b>20</b>
3.1 ITENS PUBLICADOS.....	24
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>45</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>47</b>
APÊNDICE A: ENTREVISTAS COM OS PROFESSORES.....	47

## 1. MEMORIAL DESCRITIVO

A sociedade vive um momento de produção e consumo crescente, devido ao modelo construído e aplicado à economia pelos governos e corporações após a segunda guerra mundial. O consumo é definido como forma de vida e a felicidade está diretamente representada pelo poder de compra, fundamentado em consumir e descartar a uma velocidade cada vez maior, ignorando o fato que vivemos em um planeta com recursos naturais finitos. Este modelo não se sustenta indefinidamente, devemos buscar sustentabilidade nos processos de extração, produção, distribuição, consumo e tratamento dos resíduos.

O esclarecimento acerca dos impactos ambientais causados por este sistema se torna eficaz graças ao alcance, anacrônico e sem fronteiras, da internet, gerando e divulgando iniciativas que direcionam a mudança dos consumidores e das empresas.

Este projeto visa, de modo geral, levantar e disponibilizar dados sobre produção e consumo sustentável, por meio de um catálogo e comunidade virtual que reflita e discuta o impacto de suas escolhas. Como parte dos objetivos específicos pretende-se informar ao consumidor a existência de produtos de melhor performance socioambiental, viabilizar uma plataforma que promova, com reflexão, discussões acerca do poder de compra dos consumidores e também proporcionar ferramentas para que os próprios usuários compartilhem seus conhecimentos e experiências, quanto ao consumo responsável.

O trabalho utiliza-se de quatro metodologias: pesquisa bibliográfica, entrevistas, pesquisa de cases e construção do produto catálogo. A primeira contempla um estudo dos principais conceitos dentro do contexto de sustentabilidade. A segunda, são entrevistas com especialistas da área de Comunicação e Marketing com conhecimento a respeito de produtos e consumo sustentável, bem como de gestão de internet e mídias digitais, objetivando colher sugestões e dicas para a construção do formato e escolha da plataforma, suporte do catálogo. A terceira faz uma busca em anúncios, revistas, sites e blogs que tratam de sustentabilidade socioambiental. A quarta consiste na construção do catálogo, a

partir do material obtido da terceira metodologia, pensado e leiautado com o software Adobe Illustrator.

O trabalho se justifica para a academia pela grande importância do tema tratado, por contribuir na formação dos futuros profissionais de Comunicação, Marketing e Publicidade despertando-lhes a responsabilidade na conscientização da sociedade quanto ao consumo consciente. Para as empresas e, conseqüentemente, para o mercado, é urgente a adequação e o aperfeiçoamento à nova demanda por ofertas eficientes, que mantenham saudáveis a comunidade e o ambiente. Se propõe, ainda, de forma prática, através do catálogo, a contribuir para o esclarecimento do maior responsável por mudanças no sistema, o consumidor, carente de informações quanto a opções de consumo responsável, que orientem, de forma simples e direta suas escolhas.

## 1.1 O AMBIENTE E AS POSSIBILIDADES

A tendência de diminuir a vida útil dos produtos, ou seja, usá-los cada vez menos e descartá-los, se acentuou após a Segunda Guerra Mundial devido ao salto no desenvolvimento tecnológico, que possibilitou a confecção de produtos melhores e mais baratos a uma velocidade cada vez maior. Como afirma Paulo Leite<sup>1</sup>:

Essa verdadeira 'corrida' de lançamentos é imposta pela redução sistemática dos ciclos de vida mercadológicos dos produtos, devido a fatores como moda, status de um novo modelo, novas tecnologias etc.; encontrando-se exemplos de produtos em que o tempo de elaboração do projeto e de sua realização é maior do que seu ciclo de vida mercadológico.

Pontua-se a existência contemporânea de dois cenários: O primeiro deles, um sistema insustentável, onde os recursos utilizados são insuficientes e o lixo produzido é maior do que a capacidade de reiteração do ciclo. Modelo este, de consumo insaciável que explora os recursos naturais além do limite, gera e não administra os resíduos em excesso, desperdiça o potencial de reuso e reciclagem

---

<sup>1</sup> LEITE, Paulo Roberto. *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade*. São Paulo: Pearson Education, 2003. p. 36.

dos materiais; o segundo, sustentável, que poupa energia e recursos, que é interessante e tecnologicamente viável.

O primeiro modelo é atualmente o prevalecente, é estabelecido e transmitido pela linguagem publicitária, gera enorme problema com o uso ininterrupto de recursos, com a produção de resíduos e o consumismo (consumo inconsciente e vertiginoso).

Com o avanço das comunicações, o acesso à informação tornou-se facilitado, veloz e global. Como consequência desse avanço, os prejuízos ao desenvolvimento ambiental e social, resultantes de gestões empresariais irresponsáveis, são cada vez mais reportados e percebidos pela sociedade.

Uma sociedade mais conectada e esclarecida é capaz de melhor refletir acerca do processo de produção e consumo em que está inserida, tornando-se ciente de sua responsabilidade na utilização de recursos naturais esgotáveis.

A Apple, empresa de tecnologia mais valiosa<sup>2</sup> e uma das mais admiradas<sup>3</sup> do mundo, foi denunciada pelas péssimas condições de trabalho e danos ao meio ambiente provocados por seus fornecedores<sup>4</sup>. Seus consumidores se questionaram que custo o planeta e a sociedade têm pago para que a Apple e seus fornecedores lucrem tanto. Na tentativa de mudar essa imagem negativa, a empresa rapidamente firmou parceria com a Fair Labor Association<sup>5</sup>, para realizar auditorias independentes em seus fornecedores<sup>6</sup>. Mas a Apple não é a única vilã, apenas está

---

<sup>2</sup> HELFT, Miguel ; ASHLEE, Vance. New King of Technology: Apple Overtakes Microsoft. *The New York Times*. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2010/05/27/technology/27apple.html>>. Acesso em: 20 out. 2012.

<sup>3</sup> MOST Admired Companies. Disponível em: <<http://money.cnn.com/magazines/fortune/most-admired/2012/snapshots/670.html?iid=splwinners>>. Acesso em: 11 out. 2012.

<sup>4</sup> MUSGROVE, Mike. Sweatshop Conditions at iPod Factory Reported. *Washington Post*. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/06/15/AR2006061501898.html>>. Acesso em: 12 out. 2012.

<sup>5</sup> FAIR Labor Association. Disponível em: <<http://www.fairlabor.org/>>. Acesso em: 7 out. 2012.

<sup>6</sup> KAHNEY, Leandro. A Apple sem Jobs: Um ano após a morte do líder visionário, a Apple está maior, mais forte e mais leve, graças a Tim Cook, o novo e respeitado presidente. Mas não faltam problemas. *Revista Info*, São Paulo, n. 320, p. 42-47 set. 2012.

em evidência devido a sua posição de sucesso. Seus concorrentes vivem a mesma situação ou ainda pior, e passam a ser cobrados igualmente, pois as práticas corretas começam a se tornar um padrão de escolha do consumidor.

A partir de dados e evidências da situação caótica em que a cultura de consumo desenfreado se encontra e não mais se sustenta, surgiram iniciativas como o tratado internacional Protocolo de Kyoto em 1997 e as conferências ECO-92, Rio+10 e Rio+20, onde mais de 150 países, em conjunto, estabeleceram metas a serem cumpridas por empresas e governos, como por exemplo, as 8 Metas do Milênio, estabelecidas em 2000.

Empresas, produtos e serviços que comunicam suas práticas sustentáveis ganham espaço e a escolha dos consumidores, que estão atentos ao impacto que seus hábitos e escolhas resultam.

Há cerca de trinta anos, a empresa brasileira de cosméticos Natura começou a investir em soluções alinhadas com a sustentabilidade socioambiental. Iniciativas como embalagens compostas com menos plástico, uso de refil, rótulos informando acerca do impacto ambiental de cada produto, substituição de gordura animal, valorização da agricultura e extrativismo familiar como fonte de matéria-prima entre outras, contribuem para que a marca esteja no topo de *rankings* internacionais das empresas mais inovadoras<sup>7</sup>, e das que praticam *clean capitalism*<sup>8</sup>. Posições estas que reafirmam a escolha e a percepção de seus consumidores.

## 1.2. CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE

O consumo é fundamental para a economia de um país, é ele que mantém os ciclos econômico e produtivo funcionando, gerando e mantendo empregos. Ele está presente no cotidiano das pessoas. A todo instante, desde que acordamos estamos

---

<sup>7</sup> THE World's Most Innovative Companies. Disponível em: <<http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies.html>>. Acesso em: 7 out. 2012.

<sup>8</sup> FINAL Result: The Global 100. Disponível em: <<http://www.corporateknights.com/report/8th-annual-global-100-most-sustainable-corporations/final-results-global-100-list>>. Acesso em: 8 out. 2012.

consumindo, seja água, energia elétrica durante o banho, os alimentos que comemos no café da manhã e assim por diante. Consumir é uma das formas como nos relacionamos com o ambiente e as outras pessoas, ele determina identidades, nos define como integrantes de um grupo que se alimenta, se veste e age segundo padrões.

De acordo com Moreira, Pasquale e Dubner<sup>9</sup>, consumo significa a “satisfação das necessidades humanas por meio de produtos e/ou serviços.”

Para que haja o consumo, existe um processo inconsciente, o qual Roger Blackwell<sup>10</sup> chama de processo de decisão de compra. Como o próprio autor define, é uma espécie de mapa da mente do consumidor, que permite entender como e porque ele toma as suas decisões de compra. Dividido em seis etapas que são: a) reconhecimento de necessidade ou problema; b) busca ou coleta de informações, que podem ser uma busca passiva, onde o consumidor se limita a receber informações, que vem por exemplo da propaganda, ou uma busca ativa, onde ele consulta lojas e amigos; c) avaliação das opções através das ofertas de mercado e da importância que dá aos atributos do produto e/ou serviço; d) a compra, sendo influenciada pela facilidade e rapidez, seja numa loja física ou virtual; e) o consumo, que pode levar à satisfação ou insatisfação; f) desinvestimento quanto a problemas ambientais ou sociais que envolvam o produto ou a empresa, e isto é o mais importante.

A crise ambiental mostra que é impossível seguir com a exploração dos recursos naturais da forma que está sendo realizada, por serem finitos. Surge então o consumo consciente, que traz preocupação com o tripé da sustentabilidade: social, econômica e ambiental. Em tal forma de consumo, o consumidor deve se preocupar com suas escolhas, buscando o compromisso ético e responsável, considerando os impactos sociais e ambientais que suas escolhas podem causar nos ecossistemas e em outras comunidades. Sabendo que todo consumo gera impacto positivo e

---

<sup>9</sup> MOREIRA, J. C. T.; PASQUALE, P. P.; DUBNER, A. G. *Dicionário de Termos de Marketing*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003. p.128.

<sup>10</sup> BLACKWELL, Roger. O ABC do consumo. *HSM Management*, v. 02, n. 37, p. 52-57, mar./abr. 2003.

negativo, o consumidor consciente age de forma a diminuir os impactos negativos e a maximizar os positivos, podendo ser também um divulgador do conceito e prática do consumo consciente, exigindo além dos direitos previstos pelas legislações e optando por empresas que estejam em dia com suas obrigações trabalhistas, com o meio ambiente, com a sociedade e com a ética. Podemos citar os consumidores verdes<sup>11</sup>, que são divulgadores das marcas que seguem os princípios do desenvolvimento sustentável.

No Brasil os profissionais da área de Publicidade e Propaganda contam com a regulamentação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), direcionando às ações a seguirem padrões éticos, responsáveis e solidários, objetivando um futuro sustentável:

É papel da Publicidade não apenas respeitar e distinguir, mas também contribuir para a formação de valores humanos e sociais éticos, responsáveis e solidários. O CONAR encoraja toda Publicidade que, ao exercer seu papel institucional ou de negócios, também pode orientar, desenvolver e estimular a sociedade objetivando um futuro sustentável.<sup>12</sup>

### 1.3 MARKETING DIGITAL

Redes sociais são relações humanas por interesses em comum e existem há mais de 3 milênios<sup>13</sup>. As redes sociais *on-line* são a ampliação dessas relações, que foi possibilitada pelas tecnologias da comunicação e da informação e não mais se restringem pelo tempo e espaço geográfico.

O homem não necessita apenas receber, mas também trocar informação. É natural do ser humano compartilhar conhecimento e comunicar suas experiências.

---

<sup>11</sup> RAMOS, André. Criação e Ganhos ambientais no desenvolvimento de produtos e comunicação. In: FÉLIX, Joana D'Arc Bicalho; BORDA, Gilson Zehetmeyer (Org.). *Gestão da Comunicação e Responsabilidade Socioambiental: Uma Nova Visão de Marketing e Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável*. São Paulo: Atlas, 2009. São Paulo, 2009. p. 173-174.

<sup>12</sup> CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. Código e Anexos. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 10 out. 2012.

<sup>13</sup> GABRIEL, Martha. *Marketing na Era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec, 2010. p. 193.

Com a constante evolução das tecnologias as distâncias diminuem, a velocidade e volume de informações, exponencialmente, se multiplicam.

A consolidação das redes sociais *on-line* deve-se ao acesso financeiramente facilitado à banda larga, a internet 3G, a computadores, a *smartphones* e *tablets*, aumentando a mobilidade do acesso e somado a experiência da interatividade proporcionada pela web 2.0.

Para Martha Gabriel<sup>14</sup> “[...] as mídias sociais são plataformas que possibilitam, facilitam e potencializam a conexão de pessoas com outras pessoas, ampliando o alcance das redes sociais pessoais [...]” e “[...] tanto redes sociais como mídias sociais, em sua essência, não tem nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas.” O que categoriza os *sites* Facebook e Twitter como mídias sociais e não redes sociais. A presença dos usuários e do conteúdo gerado por eles nesses *sites* é que são redes sociais.

Na enorme variedade de *sites* de redes sociais *on-line* disponíveis hoje, é importante perceber que a presença dos mesmos usuários em mais de uma é grande. O que se dá da mesma forma que nas presenças sociais *off-line*, pessoas participam de vários grupos de interesses diversos, que definem o que e como cada *site* de mídia social oferece as suas funcionalidades, como por exemplo o LinkedIn, que é direcionado para perfis profissionais, de modo que as informações divulgadas e os assuntos discutidos tornam cada perfil o currículo para os usuários e as empresas.

Nesse novo ambiente, as redes sócias tem dimensões globais, os consumidores conectados que buscam mudanças no comportamento de consumo tem grande força para provocá-las, pois as experiências compartilhadas rápida e facilmente se espalham, obrigando, assim, que as empresas, deem atenção e soluções aos problemas gerados por suas ações inadequadas aos imperativos socioambientais. Como afirma Ricardo Almeida “Diferentemente de qualquer outro

---

<sup>14</sup> GABRIEL, Martha. *Marketing na Era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec, 2010. p. 202.



ambiente, as mídias sociais registram, de forma documental, impressões e opiniões deixadas pelos seus usuários.”<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> ALMEIDA, Ricardo. Métricas e Avaliação de Resultados. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). *Para Entender as Mídias Sociais*. Disponível em: <<http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>>. Acesso em: 29 set. 2012. p. 83.

## 2. ENTREVISTAS COM PROFESSORES

A partir das respostas das entrevistas com os professores Ursula Betina Diesel, mestre em Comunicação, Roberto da Silveira Lemos, especialista em Comunicação e Marketing Digital, André Luís César Ramos, mestre em Educação, que atua em Comunicação e Design, e Mônica Igreja do Prado, mestre em Comunicação, que atua em Comunicação Pública, se dá a escolha da plataforma e da linguagem do projeto.

Os dados coletados foram transformados em tabela, facilitando o olhar qualitativo dos mesmos. A primeira coluna apresenta a síntese das perguntas, da segunda à quinta, respectivamente, a síntese das respostas dos professores: Ursula, Roberto, André e Mônica.

Quadro 1 – Síntese das perguntas e respostas dos entrevistados.

Questões		Ursula	Roberto	André	Mônica
<b>Vantagens da internet para publicação e divulgação</b>	<b>Qualitativos</b>	Sempre conectados	Segmentação de público	Velocidade de acesso	-
	<b>Quantitativos</b>	Grande cobertura de público	Grande cobertura de público	Grande cobertura de público	Grande cobertura de público
	<b>Avaliativos</b>	Instantaneidade de resposta	Instantaneidade de resposta e mensuração automática	Instantaneidade de resposta e mensuração automática	Instantaneidade de resposta e mensuração automática
	<b>Financeiros</b>	Baixo custo	Baixo custo	Baixo custo	Baixo custo
	<b>Estratégicos e logísticos</b>	Alta disponibilidade e distribuição facilitada	Alta disponibilidade	Alta disponibilidade e distribuição facilitada	Alta disponibilidade e distribuição facilitada
<b>Desvantagens da internet para publicação e divulgação</b>		Não se aplica	Alta concorrência e necessidade constante inovação	Alta concorrência e credibilidade das informações	Necessidade de constante inovação
<b>Melhor formato de mídia digital</b>		Rede social	Mais de uma rede social	Rede social e blog	Rede social e blog
<b>Facebook como opção</b>		Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Melhor linguagem</b>		Simplificada	Humor	Simplificada	Simplificada
<b>Desempenho de projetos socioambientais na internet</b>		Bem	Não soube	Em processo	Bem
<b>Carência por ferramenta que filtre produtos e serviços</b>		Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Faria uso de ferramenta</b>		Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Conhecimento de iniciativa semelhante</b>		Não	Não	Não	Greenpeace e Catálogo Sustentável da FGV

Elaborado pelo autor.

## 2.1 CATÁLOGO SUSTENTÁVEL DA FGV

Quando se busca, na ferramenta de pesquisa virtual Google, por “catálogo sustentável”, no resultado, o primeiro da lista é o Catálogo Sustentável<sup>16</sup>, *site* do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getulio Vargas (GVces). Mais de 500 produtos e serviços selecionados por especialistas, com critérios de sustentabilidade, compõem o seu acervo que, devido ao desenvolvimento de uma nova plataforma, encontra-se indisponível.

---

<sup>16</sup> CATÁLOGO Sustentável. *Portal FGV: Fundação Getulio Vargas*. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.catalogosustentavel.com.br/html>>. Acesso em: 7 out. 2012.

### 3. CATÁLOGO CONSUMO CONSCIENTE - PRODUTO DE COMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

O presente trabalho consiste em um catálogo *online* de produtos e serviços sustentáveis, disponibilizado na rede social Facebook. Os itens do catálogo são resultado de pesquisas e publicados no perfil empresarial Rede Empresa Responsável<sup>17</sup> (Figura 1) e pode ser visualizado na página principal do seu *site* (Figura 2), que possui seu perfil do Facebook também inserido no *site*. Tais itens aparecem em forma de texto e novamente em imagem do texto com identidade visual que o distingue do restante do conteúdo próprio da página. Estão salvos na subpágina Fotos e visualizados na Linha do tempo da página principal, os itens numerados e classificados em categorias (de produto ou serviço, e de empresa) para melhor filtragem em eventuais buscas digitais. Os resíduos são classificados segundo o Glossário em Biossegurança<sup>18</sup> da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Quando disponível pela fonte, consta descrição básica, dados técnicos (exemplos: nome, o que é, diferencial, marca, nome da empresa, preço, origem, canal de distribuição, selo e/ou certificação), fonte de origem das informações e contato. Não é propósito do catálogo fiscalizar ou verificar a veracidade das características dos itens catalogados. Se presentes, são citados selos, certificações e explicados seus significados e legitimidade. Quando ausentes, o catálogo estimula os usuários a investigar, denunciar e cobrar das empresas tais informações.

---

<sup>17</sup> REDE Empresa Responsável. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Responsável/115023098522042>>. Acesso em: 21 set. 2012.

<sup>18</sup> FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. *Glossário em Biossegurança*. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.fiocruz.br/biosseguranca/Bis/glossario/Glossario.htm>>. Acesso em: 21 set. 2012.

facebook Pesquise pessoas, locais e coisas Marcelo Voz Página Inicial

Você está publicando, comentando e curtindo como Rede Empresa Responsável — Alterar para Marcelo Ribeiro Silva

Rede Empresa Responsável Linha do tempo Agora Gerenciar Página Criar página

Agora Setembro 2012 2011 Entrou no Facebook

Veja seu anúncio aqui

Rede Empresa Responsável

O MEIO-AMBIENTE

A Rede Empresa Responsável® é um ambiente de interação e busca estimular a sustentabilidade socioamb...

Curtil - Marcelo Ribeiro Silva curtiu isso.

Promova sua página

Bate-papo (Desativado)

Figura 1 - Perfil Rede Empresa Responsável com destaque na “capa”  
 Fonte: <http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?fref=ts>

gestão e comunicação para a sustentabilidade

rede empresa responsável

Quem Somos  
Fale Conosco  
Blog

Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável como Postura Empresarial.

Busca...

Sábado, 27 de Outubro - Responsabilidade social em destaque

*Há muito em que investir*

**Faça parte da Rede**

A Rede Empresa Responsável é um ambiente virtual de interação entre organizações, e trabalha com projetos voltados para a sustentabilidade. Estes projetos são desenvolvidos em parceria com diversos consultores, de acordo com a demanda x know-how do profissional. Não se constitui com empresa, mas sim como promotora de ações de responsabilidade socioambiental. Divulga trabalhos, marcas, estudos e ações relacionadas à gestão.

» Recomenda este site

» Destaque

Cursos de Capacitação

Revista Eletrônica

» Informe-se

Ação Responsável: Escolha Certo

Pesquisas relacionadas à RSE

Empresa e Meio Ambiente

Governança Corporativa

Marketing Verde

Logística Reversa

RSE na Cultura Organizacional

Campanhas

Réguas Cronológica

» Nossos projetos

Produção de Conteúdos  
Cartilhas - Apoiadas  
Lynn e Carol - Projevo

conexões em rede

MATERIA-PRIMA  
a gente faz com você

Eventos Carbon Free

Marketing

Publicidade

**Marketing Verde**

A proposta é minimizar o uso de recursos naturais capitalizando em ganhos de comunicação.

**Resíduos Sólidos**

Lei orienta a reciclagem de lixo por meio da logística reversa.

**Reciclagem**

No Brasil são produzidas diariamente 170 toneladas de lixo. Desse total, apenas 12% é reciclado.

@eventorsse » acompanhe aqui os eventos em RSE

ARQUIVO EVENTOS

**Órgãos Públicos**

Conheça aqui o Decreto que orienta a coleta de resíduos pelos órgãos públicos.

**Cartilha ABP**

Conheça aqui a cartilha Agenda Ambiental na Administração Pública.

**Embalagem Verde**

Conheça a cartilha Meio Ambiente e a Indústria da Embalagem da ABRE.

**Planeta Saudável**

Mais um "P" de Planeta saudável no antigo modelo 4Ps do marketing.

**Escolha certo**

Conheça a Guia de Comunicação e sustentabilidade de do CEBIS.

**Marketing Verde**

A formação de um ambiente de comunicação favorável à Responsabilidade social empresarial.

**Ação Responsável**

Rede Empresa Responsável no Facebook

Curta! Você curte isto.

Rede Empresa Responsável

Esquadrilhas em madeira de demolição

A Talentus Esquadrilhas projeta e fabrica esquadrilhas há 10 anos e inclui madeira de demolição em sua linha de fabricação de decks, escadas, janelas etc. O serviço é oferecido na cidade de Brasília - DF e os valores dos produtos devem ser consultados.

Serviço: Projeção e fabricação de esquadrilhas.

Ver mais

Esquadrilhas em madeira de demolição

737 pessoas curtiram Rede Empresa Responsável.

ARQUIVO

Copyright: 2007-2010

Comunicação e Marketing para a Sustentabilidade - Todos os direitos reservados. ATENÇÃO: Este é um site acadêmico, com o propósito de reunir pensamentos, pareceres, conhecimentos e experiências. Através dos instrumentos de comunicação, objetivo ampliar a consciência acerca do tema responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. Caso discorde de alguma publicação neste espaço, gentileza enviar e-mail que iremos retirar imediatamente seu link, citação ou conteúdo.

» Cursos

Conheça os cursos oferecidos pela Rede Empresa Responsável.

» Biblioteca

Biblioteca Virtual

Biblioteca virtual com compilação de livros de comunicação e responsabilidade social.

» Parceria

Comunicação Integrada: um ambiente de interação, novidades, estudos e casos de comunicação social.

DEFINIR URL RFP-P&P&R-001-08

Figura 2 – Página principal do site Empresa Responsável  
Disponível em: <<http://www.empresaresponsavel.com/>>. Acesso em : 27 out. 2012.

Além de ser fonte segura para todos que procuram soluções de consumo sustentável e responsável, o catálogo se propõe a ser um espaço para discussão e

desenvolvimento de conteúdo pelos usuários. Cada item publicado possui a opção de ser compartilhado e receber comentários e avaliação positiva (opção curtir). Assim a comunidade envolvida gera mais conteúdo relevante ao projeto e também o divulga.

Uma vez que o intuito é valorizar as iniciativas e estimular a comunidade local para a troca de novas ideias recorrentes de práticas sustentáveis, dá-se prioridade à região do Distrito Federal, de modo que os itens possam ser aqui encontrados.

Estão disponíveis, através de uma página no Facebook, vinte e quatro itens publicados no período de 14/10 a 22/10.

A escolha da plataforma como ferramenta de suporte para o catálogo se deve ao perfil do seu enorme sucesso e alcance. O Facebook é um serviço gratuito de rede social com mais de 955 milhões<sup>19</sup> de usuários ativos no mundo e seu acesso é restrito a usuários cadastrados.

No que diz respeito à escolha do perfil, a decisão é pela Rede Empresa Responsável como ferramenta de suporte ao catálogo. Na ferramenta de pesquisa virtual Google, buscando pelos termos “responsabilidade empresarial” e “empresa socialmente responsável”, ela aparece entre os primeiros da lista de resultado. Além de seus valores serem compatíveis com o caráter do projeto, trata-se de uma plataforma<sup>20</sup> *on-line* de interação entre as organizações, que desde 2007 trabalha com projetos voltados para a sustentabilidade socioambiental e sua marca é consolidada no mercado. Dessa forma, estabelece-se parceria com a Empresa Responsável, aceito pela professora Joana d'Arc Bicalho Félix, sócia-presidente da Rede Empresa Responsável.

---

<sup>19</sup> FACEBOOK registra 955 milhões de usuários ativos no final de junho. G1 disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/08/facebook-registra-955-milhoes-de-usuarios-ativos-no-final-de-junho2.html>>. Acesso em: 11 out. 2012.

<sup>20</sup> EMPRESA RESPONSÁVEL. *Conheça a prática da responsabilidade social empresarial*. Disponível em: <<http://www.empresaresponsavel.com/>>. Acesso em: 21 set. 2012.



### 3.1 ITENS PUBLICADOS

Os textos baseiam-se em informações obtidas a partir de buscas em anúncios, revistas, sites e blogs dedicados à sustentabilidade socioambiental.

Os itens estão apresentados com conteúdo visual e escrito, em textos curtos e com linguagem simples, definidos em título, descrição, serviço e/ou produto, contato do responsável e fonte das informações. Para o visual foi criada uma identidade que o diferenciasse do restante do material já publicado pela Rede Empresa Responsável.

O formato é quadrado, o fundo é branco com manchas de tinta verde, associando à ideia de mudança e reforma, a cor verde remete à sustentabilidade. Os itens são numerados para identificação e assinados com a marca Consumo Consciente, nome que remete à prática do seu nome. Os elementos usados na construção da marca foram uma sacola, uma folha com caule e endereço eletrônico. A sacola sugere o ato de comprar, a folha com caule é um elemento da marca Empresa Responsável representando a parceria, o endereço eletrônico dá credibilidade e protege a autoria do projeto. Usou-se o software Adobe Illustrator.

Os itens foram publicados na Linha do tempo (figura 3). Três dias antes da publicação do primeiro item publicou-se um *teaser*, com a marca do catálogo em fundo azul (figura 4), para provocar curiosidade nos usuários assinantes do perfil.

facebook Pesquisar pessoas, locais e coisas Marcelo Voz Página inicial

Você está publicando, comentando e curtindo como Rede Empresa Responsável — Alterar para Marcelo Ribeiro Silva

Rede Empresa Responsável Linha do tempo Agora Gerenciar Página Criar página

**CAIXA VERDE**  
Caixa Verde, um programa de reciclagem pré-consumo, que consiste no descarte de embalagens de plástico e papel, livre de resíduo...Ver mais

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com a Caixa Verde, oferece, gratuitamente, o Caixa Verde, um programa de reciclagem pré-consumo, que consiste no descarte de embalagens de plástico e papel, livre de resíduo de alimentos, em um espaço, no momento em que o consumidor passa pela caixa do supermercado. O serviço é oferecido nas lojas do Pão de Açúcar e das Extra Hipermercado.

Sempre. Sempre de maneira responsável. Empresa. Tudo possível de sustentabilidade e hipermercado.

Curtir · Comentar · Compartilhar  
2 pessoas curtiram isto.  
Escreva um comentário...

157 pessoas viram essa publicação Promover

**ESTAÇÕES DE RECICLAGEM ALO RECIÇLE**  
O Grupo Pão de Açúcar em parceria com a Nokia, oferece, gratuitamente, estações de reciclagem. São pontos de coleta de pilhas, baterias e celulares, disponíveis nas lojas do Extra Hipermercado e nas lojas do Pão de Açúcar.

Sempre. Sempre de maneira responsável. Empresa. Tudo possível de sustentabilidade e hipermercado.

Curtir · Comentar · Compartilhar  
3 pessoas curtiram isto.  
Escreva um comentário...

232 pessoas viram essa publicação Promover

**18/10 - Dia do Médico**  
Seus vitórias são contadas pelos sorrisos daqueles que recuperam o prazer pela vida!

Veja seu anúncio aqui  
Rede Empresa Responsável  
A Rede Empresa Responsável é um ambiente de interação e busca estimular a sustentabilidade social...  
Curtir · Marcelo Ribeiro Silva  
Obtenha mais opções Curtir

1x Bate-papo (Desativado)

Figura 3 - Linha do tempo da Rede Empresa Responsável  
Fonte: <http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?ref=ts>

Rede Empresa Responsável Curtiu · 12 de Outubro

Adicionar uma descrição

Marcar foto Adicionar foto Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

3 pessoas curtiram isto.  
2 compartilhamentos  
Escreva um comentário...

Patrocinado Criar um anúncio

**ClickOn**  
Rodizio japonês no Mormaii Surf Bar, de R\$ 65,40 por apenas R\$ 29,90  
<http://bit.ly/TGlvad>

**Prih Rodrigues** curtiu Internet no Celular de Graça.

**Internet no Celular de Graça**  
Curtir

**POLO SÃO PAULO 1957**  
Polo Réplica 1957 Apenas R\$ 99,90 e FRETE GRÁTIS Estamos nas quartas!  
30.131 pessoas curtiram São Paulo Mania.

Figura 4 - Teaser do catálogo Consumo Consciente  
Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=490359397655075&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387099&type=3&theater>

Ao se clicar nas imagens postadas na Linha do tempo (Figura 3) ou Fotos (Figura 5) o modo de visualização dos itens 1 a 24 são expandidos (Figura 6 a Figura 30).



Figura 5 – Página Fotos

Fonte: [http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?sk=photos\\_stream](http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?sk=photos_stream)



**CONSUMO CONSCIENTE**

CONSUMO CONSCIENTE é um catálogo de produtos e serviços de melhor performance socioambiental. O catálogo faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso de Marcelo Ribeiro Silva, aluno de graduação do curso de Comunicação - Publicidade e Propaganda do UniCEUB-DF.

O catálogo será publicado no Facebook, na fanpage da Rede Empresa Responsável, a convite da própria.

Além de servir como fonte para todos que procuram soluções de consumo sustentável e responsável, os itens postados na rede social abrem para discussão e desenvolvimento de mais conteúdo, uma vez que cada item publicado pode ser comentado, curtido e compartilhado.

Não é propósito do catálogo fiscalizar ou verificar a veracidade das características dos itens. Sempre, quando possível, serão citados selos e certificações que o façam, além de sua fonte de informação.

**Contato:**  
MARCELORS@ME.COM

**CONSUMO CONSCIENTE**  
WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 16 de Outubro

**CONSUMO CONSCIENTE**

CONSUMO CONSCIENTE é um catálogo de produtos e serviços de melhor performance socioambiental. O catálogo faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso de Marcelo Ribeiro Silva, aluno de graduação do curso de Comunicação – Publicidade e Propaganda do UniCEUB-DF.

O catálogo será publicado no Facebook, na fanpage da Rede Empresa Responsável, a convite da própria.

Além de servir como fonte para todos que procuram soluções de consumo sustentável e responsável, os itens postados na rede social abrem para discussão e desenvolvimento de mais conteúdo, uma vez que cada item publicado pode ser comentado, curtido e compartilhado.

Não é propósito do catálogo fiscalizar ou verificar a veracidade das características dos itens. Sempre, quando possível, serão citados selos e certificações que o façam, além de sua fonte de informação.

**Contato:**  
MARCELORS@ME.COM — com Diálogo Uniceub.

Marcar foto Adicionar ... Editar

Escreva um comentário...

Figura 6 – Consumo Consciente

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492084417482573&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387269&type=3&theater>

**PROGRAMA DE COLETA E RECICLAGEM DE LIXO ELETRÔNICO**

A C&A, em parceria com a Nokia, disponibiliza gratuitamente em todas as suas 210 lojas, um coletor onde se podem descartar resíduos eletrônicos, tais como pilhas, baterias e celulares, evitando que sejam jogados em aterros ou lixões comuns. Depois de depositados nas urnas, os objetos que compõem o lixo eletrônico são reutilizados ou reciclados de forma que não agrida o meio ambiente.

**Serviço:** Gestão de resíduo de coleta especial.

**Empresa:** Varejo de moda (C&A). Indústria de telecomunicações (Nokia).

**Contato:**  
<http://site.cea.com.br/site/imprensa>

**Fonte:**  
<http://site.cea.com.br/site/nossas-iniciativas?item=9>  
<http://site.cea.com.br/site/conhecendo-cea>  
Marcações: C&A Brasil

**CONSUMO CONSCIENTE**

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 15 de Outubro

**PROGRAMA DE COLETA E RECICLAGEM DE LIXO ELETRÔNICO**

A C&A, em parceria com a Nokia, disponibiliza gratuitamente em todas as suas 210 lojas, um coletor onde se podem descartar resíduos eletrônicos, tais como pilhas, baterias e celulares, evitando que sejam jogados em aterros ou lixões comuns. Depois de depositados nas urnas, os objetos que compõem o lixo eletrônico são reutilizados ou reciclados de forma que não agrida o meio ambiente.

**Serviço:**  
Gestão de resíduo de coleta especial.

**Empresa:**  
Varejo de moda (C&A). Indústria, telecomunicações (Nokia).

**Contato:**  
<http://site.cea.com.br/site/imprensa>

**Fonte:**  
<http://site.cea.com.br/site/nossas-iniciativas?item=9>  
<http://site.cea.com.br/site/conhecendo-cea>  
Marcações: C&A Brasil

Marcar foto Adicionar ... Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

8 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

Figura 7 – Item 1

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491504647540550&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**BIOCONSCIÊNCIA O BOTICÁRIO**

O Boticário promove gratuitamente a reciclagem de suas embalagens vazias. Os clientes podem entregá-las nas mais de 900 lojas próprias espalhadas pelo país, e a rede se responsabiliza por encaminhá-las à reciclagem e transformá-las novamente em matéria-prima para a utilização em outros processos produtivos.

**Serviço:** Gestão de resíduo reciclável.  
**Empresa:** Rede de franquias em perfumaria e cosméticos.

**Contato:**  
<http://www.boticario.com.br/institucional/sala-de-imprensa/contato>

**Fonte:**  
<http://www.boticario.com.br/1046/institucional/sustentabilidade/Paginas/programa-reciclagem-embalagens.aspx>  
<http://www.boticario.com.br/institucional>  
<http://www.boticario.com.br/1046/institucional/sustentabilidade/Paginas/franquias.aspx>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 15 de Outubro

**BIOCONSCIÊNCIA O BOTICÁRIO**

O Boticário promove gratuitamente a reciclagem de suas embalagens vazias. Os clientes podem entregá-las nas mais de 900 lojas próprias espalhadas pelo país, e a rede se responsabiliza por encaminhá-las à reciclagem e transformá-las novamente em matéria-prima para a utilização em outros processos produtivos.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede de franquias em perfumaria e cosméticos.

**Contato:**  
<http://www.boticario.com.br/institucional/sala-de-imprensa/contato>

**Fonte:**  
<http://www.boticario.com.br/1046/institucional/sustentabilidade/Paginas/programa-reciclagem-embalagens.aspx>  
<http://www.boticario.com.br/institucional>  
<http://www.boticario.com.br/1046/institucional/sustentabilidade/Paginas/franquias.aspx>  
 Marcações: O Boticário

Marcar foto · Adicionar ... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

Escreva um comentário...

Figura 8 – Item 2

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491506684207013&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**PROGRAMA RECICLE SEU CELULAR**

A Vivo promove de forma gratuita um programa de logística reversa e reciclagem de celulares, acessórios e baterias, a partir de urnas instaladas em lojas próprias, autorizadas e revendas da Vivo em todo o país. São, ao todo, mais de 3,5 mil pontos de coleta.

**Serviço:** Gestão de resíduo de coleta especial.  
**Empresa:** Operadora de telefonia celular.

**Contato:**  
<http://www.vivo.com.br/vamostrocariadeiras/>

**Fonte:**  
<http://www.telefonica.com.br/StaticFiles/Institucional/ResponsabilidadeCorporativa/RelatorioSustentabilidade2011.pdf>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 15 de Outubro

**PROGRAMA RECICLE SEU CELULAR**

A Vivo promove de forma gratuita um programa de logística reversa e reciclagem de celulares, acessórios e baterias, a partir de urnas instaladas em lojas próprias, autorizadas e revendas da Vivo em todo o país. São, ao todo, mais de 3,5 mil pontos de coleta.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo de coleta especial.

**Empresa:**  
 Operadora de telefonia celular.

**Contato:**  
<http://www.vivo.com.br/vamostrocariadeiras/>

**Fonte:**  
<http://www.telefonica.com.br/StaticFiles/Institucional/ResponsabilidadeCorporativa/RelatorioSustentabilidade2011.pdf>

Marcar foto · Adicionar ... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

7 pessoas curtiram isto.

4 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 9 – Item 3

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491627454194936&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**PROJETO AUDIBEL ECOCIENTE**

Em todas as unidades Audibel pode-se descartar gratuitamente pilhas e baterias usadas (aparelho auditivo, celular, pilhas comuns etc.), evitando assim que este material tóxico vá para a lixeira comum e consequentemente para os lixões, ou mesmo para as ruas e rios. Há empresas especializadas em reciclar esses materiais e, em união a outros programas de reciclagem, a Audibel trata de descartar as pilhas em local correto, garantindo que tenham o melhor destino. A empresa possui pontos de atendimento em mais de 45 cidades brasileiras.

**Serviço:** Gestão de resíduo de coleta especial.  
**Empresa:** Aparelhos Auditivos.

**Contato:**  
<http://www.audibel.com.br/website/assessorialmprensa.asp>

**Fonte:**  
<http://www.audibel.com.br/website/projetoEcociente.asp>  
<http://www.audibel.com.br/website/audibel.asp>

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 15 de Outubro

**PROJETO AUDIBEL ECOCIENTE**

Em todas as unidades Audibel pode-se descartar gratuitamente pilhas e baterias usadas (aparelho auditivo, celular, pilhas comuns etc.), evitando assim que este material tóxico vá para a lixeira comum e consequentemente para os lixões, ou mesmo para as ruas e rios. Há empresas especializadas em reciclar esses materiais e, em união a outros programas de reciclagem, a Audibel trata de descartar as pilhas em local correto, garantindo que tenham o melhor destino. A empresa possui pontos de atendimento em mais de 45 cidades brasileiras.

**Serviço:**  
Gestão de resíduo de coleta especial.

**Empresa:**  
Aparelhos Auditivos.

**Contato:**  
<http://www.audibel.com.br/website/assessorialmprensa.asp>

**Fonte:**  
<http://www.audibel.com.br/website/projetoEcociente.asp>  
<http://www.audibel.com.br/website/audibel.asp>

Escreva um comentário...

Figura 10 – Item 4

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491628277528187&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ASTA**

Asta é uma organização do Instituto Realice que seleciona e capacita grupos produtivos artesanais. Os produtos são criados em parceria com designers e vendidos porta a porta via catálogo para todo o país. Promove-se, então, o desenvolvimento social e a cria-se também de uma rede de comércio justo. A empresa tem uma linha de atuação especializada em brindes corporativos sustentáveis, sendo referência nacional na utilização de resíduos empresariais para a criação de produtos. Atende a pequenas, médias e grandes empresas produzindo peças únicas, sempre feitas com o reaproveitamento de resíduos sólidos das próprias empresas, que se transformam nos mais variados e exclusivos brindes. Os produtos possuem preços variados.

**Produto:** Produtos e brindes artesanais e sustentáveis.  
**Empresa:** ONG que atua na capacitação de grupos de produção comunitários e processos sustentáveis.

**Contato:**  
[http://www.redeasta.com.br/fale\\_com\\_a\\_gente.html](http://www.redeasta.com.br/fale_com_a_gente.html)

**Fonte:**  
<http://www.realice.com.br/instituto/inst.htm>  
<http://www.redeasta.com.br/sobre-a-asta.html>  
[http://www.redeasta.com.br/asta\\_para\\_empresas.html](http://www.redeasta.com.br/asta_para_empresas.html)

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 15 de Outubro

**ASTA**

Asta é uma organização do Instituto Realice que seleciona e capacita grupos produtivos artesanais. Os produtos são criados em parceria com designers e vendidos porta a porta via catálogo para todo o país. Promove-se, então, o desenvolvimento social e a cria-se também de uma rede de comércio justo. A empresa tem uma linha de atuação especializada em brindes corporativos sustentáveis, sendo referência nacional na utilização de resíduos empresariais para a criação de produtos. Atende a pequenas, médias e grandes empresas produzindo peças únicas, sempre feitas com o reaproveitamento de resíduos sólidos das próprias empresas, que se transformam nos mais variados e exclusivos brindes. Os produtos possuem preços variados.

**Categoria do produto:**  
Produtos e brindes artesanais e sustentáveis.

**Empresa:**  
ONG que atua na capacitação de grupos de produção comunitários e processos sustentáveis.

**Contato:**  
[http://www.redeasta.com.br/fale\\_com\\_a\\_gente.html](http://www.redeasta.com.br/fale_com_a_gente.html)

**Fonte:**  
<http://www.realice.com.br/instituto/inst.htm>

Escreva um comentário...

Figura 11 – Item 5

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491649657526049&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**BICICLETA LIVRE**

Funcionando de maneira informal e com o apoio da atual administração da UnB, o projeto de extensão Bicicleta Livre empresta gratuitamente seis bicicletas para circular pelo campus universitário Darcy Ribeiro, da Asa Norte. Inspirado no modelo europeu, o projeto ainda pretende promover oficinas para reformar as bicicletas doadas ao projeto e cursos que incentivem o uso desse veículo como transporte prioritário.

**Serviço:** Transporte.

**Empresa:** Educação universitária.

**Contato:**  
[http://www.bicicletalivre.unb.br/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=8](http://www.bicicletalivre.unb.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=8)

**Fonte:**  
<http://rodrigobarba.com/blog/2009/06/23/bicicleta-livre-na-unb/>  
<http://www.viaciclo.org.br/porta/noticias/46-noticias/183-bicicletario-unb>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 15 de Outubro

**BICICLETA LIVRE**

Funcionando de maneira informal e com o apoio da atual administração da UnB, o projeto de extensão Bicicleta Livre empresta gratuitamente seis bicicletas para circular pelo campus universitário Darcy Ribeiro, da Asa Norte. Inspirado no modelo europeu, o projeto ainda pretende promover oficinas para reformar as bicicletas doadas ao projeto e cursos que incentivem o uso desse veículo como transporte prioritário.

**Serviço:**  
Transporte.

**Empresa:**  
Educação universitária.

**Contato:**  
[http://www.bicicletalivre.unb.br/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=8](http://www.bicicletalivre.unb.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=8)

**Fonte:**  
<http://rodrigobarba.com/blog/2009/06/23/bicicleta-livre-na-unb/>  
<http://www.viaciclo.org.br/porta/noticias/46-noticias/183-bicicletario-unb>

Marcar foto · Adicionar... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

Escreva um comentário...

Figura 12 – Item 6

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491650077526007&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ROTA DA RECICLAGEM**

A Tetra Pak organiza um site que mostra de forma didática como qualquer pessoa interessada pode participar do processo de separação e entrega das embalagens longa vida para a reciclagem. Informa ainda, através de mapa interativo onde estão localizadas as cooperativas de catadores, as empresas comerciais que trabalham com compra de materiais recicláveis e os pontos de entrega voluntária que recebem embalagens da Tetra Pak em todo o território nacional. O serviço está em constante atualização e qualquer pessoa que conheça alguma iniciativa de coleta seletiva que não esteja listada pode contribuir informando ao site para que possa ser incluída.

**Serviço:** Gestão de resíduo comum.

**Empresa:** Embalagens para alimentos.

**Contato:**  
<http://www.tetrapak.com.br/contato/pages/default.aspx>

**Fonte:**  
<http://www.rotadareciclagem.com.br/index.html?c=oquee>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 15 de Outubro

**ROTA DA RECICLAGEM**

A Tetra Pak organiza um site que mostra de forma didática como qualquer pessoa interessada pode participar do processo de separação e entrega das embalagens longa vida para a reciclagem. Informa ainda, através de mapa interativo onde estão localizadas as cooperativas de catadores, as empresas comerciais que trabalham com compra de materiais recicláveis e os pontos de entrega voluntária que recebem embalagens da Tetra Pak em todo o território nacional. O serviço está em constante atualização e qualquer pessoa que conheça alguma iniciativa de coleta seletiva que não esteja listada pode contribuir informando ao site para que possa ser incluída.

**Serviço:**  
Gestão de resíduo comum.

**Empresa:**  
Embalagens para alimentos.

**Contato:**  
<http://www.tetrapak.com.br/contato/pages/default.aspx>

**Fonte:**  
<http://www.rotadareciclagem.com.br/index.html?c=oquee>

Marcar foto · Adicionar... · Editar

Escreva um comentário...

Figura 13 – Item 7

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491651544192527&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**ONDE ENTREGAR O ÓLEO DE COZINHA USADO**

Com a colaboração de internautas, o Instituto Akatu organiza e disponibiliza em seu site, uma lista nacional com os endereços e/ou sites de mais de 150 postos de coleta de óleo de cozinha espalhados por 11 estados (BA, PE, DF, GO, PR, RS, SC, ES, MG, RJ e SP). Qualquer pessoa pode contribuir para a ONG entrando em contato e informando sobre novos postos.

**Serviço:** Gestão de resíduo químico.  
**Empresa:** ONG que trabalha pelo consumo consciente.

**Contato:**  
<http://www.akatu.org.br/institucional/OAkatu/SaladeImprensa>

**Fonte:**  
<http://www.akatu.org.br/temas/Residuos/Posts/Onde-entregar-o-oleo-de-cozinha-usado>  
<http://www.akatu.org.br/institucional/OAkatu>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 15 de Outubro

**ONDE ENTREGAR O ÓLEO DE COZINHA USADO**

Com a colaboração de internautas, o Instituto Akatu organiza e disponibiliza em seu site, uma lista nacional com os endereços e/ou sites de mais de 150 postos de coleta de óleo de cozinha espalhados por 11 estados (BA, PE, DF, GO, PR, RS, SC, ES, MG, RJ e SP). Qualquer pessoa pode contribuir para a ONG entrando em contato e informando sobre novos postos.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo químico.

**Empresa:**  
 ONG que trabalha pelo consumo consciente.

**Contato:**  
<http://www.akatu.org.br/institucional/OAkatu/SaladeImprensa>

**Fonte:**  
<http://www.akatu.org.br/temas/Residuos/Posts/Onde-entregar-o-oleo-de-cozinha-usado>  
<http://www.akatu.org.br/institucional/OAkatu>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

9 pessoas curtiram isto.

5 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 14 – Item 8

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=491657794191902&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**PROJETO BIGUÁ**

A Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb) recebe em Pontos de Entrega Voluntário Biguá no Distrito Federal e entorno, óleo de cozinha usado em residências, condomínios, escolas, bares, restaurantes, dentre outros. Este óleo coletado é destinado para a produção de sabão e, em um futuro breve, para a produção de Biodiesel.

**Serviço:** Gestão de resíduo químico.  
**Empresa:** Saneamento Ambiental.

**Contato:**  
<http://www.caesb.df.gov.br/index.php/projeto-bigua.html>

**Fonte:**  
<http://www.caesb.df.gov.br/index.php/projeto-bigua.html>

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 16 de Outubro

**PROJETO BIGUÁ**

A Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb) recebe em Pontos de Entrega Voluntário Biguá no Distrito Federal e entorno, óleo de cozinha usado em residências, condomínios, escolas, bares, restaurantes, dentre outros. Este óleo coletado é destinado para a produção de sabão e, em um futuro breve, para a produção de Biodiesel.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo químico.

**Empresa:**  
 Saneamento Ambiental.

**Contato:**  
<http://www.caesb.df.gov.br/index.php/projeto-bigua.html>

**Fonte:**  
<http://www.caesb.df.gov.br/index.php/projeto-bigua.html>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

2 pessoas curtiram isto.

2 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 15 – Item 9

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492203027470712&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**O MEIO AMBIENTE EM PRIMEIRO LUGAR**

O Ecolimp, na área do Distrito Federal, coleta e recicla óleo de fritura usado, fornecendo gratuitamente recipientes apropriados para o seu armazenamento. O serviço é oferecido para empresas e condomínios residenciais. Periodicamente uma equipe busca e substitui os recipientes cheios por vazios. A empresa paga pelo litro de óleo recolhido ou troca por produtos de limpeza.

Serviço: Gestão de resíduos químico.  
Empresa: Reciclagem de óleo de cozinha.

Contato:  
<http://www.ecolimpdf.com.br/contato.php>

Fonte:  
<http://www.ecolimpdf.com.br>

Rede Empresa Responsável  
Curtiu · 16 de Outubro

O MEIO AMBIENTE EM PRIMEIRO LUGAR

O Ecolimp, na área do Distrito Federal, coleta e recicla óleo de fritura usado, fornecendo gratuitamente recipientes apropriados para o seu armazenamento. O serviço é oferecido para empresas e condomínios residenciais. Periodicamente uma equipe busca e substitui os recipientes cheios por vazios. A empresa paga pelo litro de óleo recolhido ou troca por produtos de limpeza.

Serviço:  
Gestão de resíduos químico.

Empresa:  
Reciclagem de óleo de cozinha.

Contato:  
<http://www.ecolimpdf.com.br/contato.php>

Fonte:  
<http://www.ecolimpdf.com.br/>

3 pessoas curtiram isto.  
5 compartilhamentos

Escreva um comentário...

CONSUMO CONSCIENTE

Figura 16 – Item 10

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492244864133195&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ECOPONTO**

O Pátio Brasil Shopping disponibiliza, gratuitamente, o Ecoponto no último sábado e domingo de cada mês, durante o seu horário de funcionamento, montado na sua Praça Central. Se trata de um ponto de descarte de lâmpadas fluorescentes, pilhas e baterias usadas. Todo o material recolhido é encaminhado para uma empresa especializada na descontaminação e reaproveitamento dos materiais.

Serviço: Gestão de resíduo de coleta especial.  
Empresa: Shopping.

Contato:  
[http://www.patiobrasil.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=impressao&id=36&Itemid=19](http://www.patiobrasil.com.br/index.php?option=com_content&view=article&layout=impressao&id=36&Itemid=19)

Fonte:  
<http://www.patiobrasil.com.br/blog/post/Casa-Conforto:Dicas-para-montar-o-quarto-dos-seus-sonhos-PBRSh>  
<http://www.patiobrasil.com.br/mobile/o-shopping.php>

Rede Empresa Responsável  
Curtiu · 16 de Outubro

ECOPONTO

O Pátio Brasil Shopping disponibiliza, gratuitamente, o Ecoponto no último sábado e domingo de cada mês, durante o seu horário de funcionamento, montado na sua Praça Central. Se trata de um ponto de descarte de lâmpadas fluorescentes, pilhas e baterias usadas. Todo o material recolhido é encaminhado para uma empresa especializada na descontaminação e reaproveitamento dos materiais.

Serviço:  
Gestão de resíduo de coleta especial.

Empresa:  
Shopping.

Contato:  
[http://www.patiobrasil.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=impressao&id=36&Itemid=19](http://www.patiobrasil.com.br/index.php?option=com_content&view=article&layout=impressao&id=36&Itemid=19)

Fonte:  
<http://www.patiobrasil.com.br/blog/post/Casa-Conforto:Dicas-para-montar-o-quarto-dos-seus-sonhos-PBRSh>  
<http://www.patiobrasil.com.br/mobile/o-shopping.php>

Escreva um comentário...

CONSUMO CONSCIENTE

WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

Figura 17 – Item 11

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492294880794860&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**PONTO OFICIAL DE DESCARTE DE LIXO ELETRÔNICO DE BRASÍLIA**

Qualquer produto eletrônico que não esteja mais em uso, como baterias, monitores, computadores, placas e teclados podem ser, gratuitamente, descartados no Ponto de Entrega Voluntária, instalado na Rua da Informática (CLN 207/208) pelo Sebrae - DF. Uma vez a cada 15 dias a empresa Dioxil, responsável por fazer a coleta, recolhe o material e depois faz uma reciclagem consciente.

**Serviço:** Gestão de resíduo químico.  
**Empresa:** Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

**Contato:**  
[http://www.sebrae.com.br/uf/distrito-federal/menu\\_SEBRAE%20NO%20DF/onde\\_estamos/Postos%20de%20Atendimento](http://www.sebrae.com.br/uf/distrito-federal/menu_SEBRAE%20NO%20DF/onde_estamos/Postos%20de%20Atendimento)

**Fonte:**  
[http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3250/nome/Brasilia\\_ganha\\_ponto\\_oficial\\_de\\_descarte\\_de\\_Lixo\\_Eletronico](http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3250/nome/Brasilia_ganha_ponto_oficial_de_descarte_de_Lixo_Eletronico)

**CONSUMO CONSCIENTE**  
WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 16 de Outubro

**PONTO OFICIAL DE DESCARTE DE LIXO ELETRÔNICO DE BRASÍLIA**

Qualquer produto eletrônico que não esteja mais em uso, como baterias, monitores, computadores, placas e teclados podem ser, gratuitamente, descartados no Ponto de Entrega Voluntária, instalado na Rua da Informática (CLN 207/208) pelo Sebrae - DF. Uma vez a cada 15 dias a empresa Dioxil, responsável por fazer a coleta, recolhe o material e depois faz uma reciclagem consciente.

**Serviço:**  
Gestão de resíduo químico.

**Empresa:**  
Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

**Contato:**  
[http://www.sebrae.com.br/uf/distrito-federal/menu\\_SEBRAE%20NO%20DF/onde\\_estamos/Postos%20de%20Atendimento](http://www.sebrae.com.br/uf/distrito-federal/menu_SEBRAE%20NO%20DF/onde_estamos/Postos%20de%20Atendimento)

**Fonte:**  
[http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3250/nome/Brasilia\\_ganha\\_ponto\\_oficial\\_de\\_descarte\\_de\\_Lixo\\_Eletronico](http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3250/nome/Brasilia_ganha_ponto_oficial_de_descarte_de_Lixo_Eletronico)

Marcar foto · Adicionar ... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

Escreva um comentário...

Figura 18 – Item 12

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492328467458168&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**13 POSTOS DE COLETA DE LIXO ELETRÔNICO DO SLU-GDF**

Desde o final de 2011, o SLU (Serviço de Limpeza Urbana do Distrito Federal) implantou 13 postos gratuitos de coleta de lixo eletrônico em pontos estratégicos do DF: Asa Sul, Asa Norte, Gama, Taguatinga, Sobradinho, Brazlândia, Ceilândia, Samambaia, São Sebastião, Planaltina, Recanto das Emas, Santa Maria, Paranoá e Itapoá. Porém, há regras para a coleta: os postos não aceitam, por exemplo, lâmpadas fluorescentes e nem produtos da chamada "linha branca", como geladeiras e fogões. Há uma lista com os 32 tipos de equipamentos recolhidos. O material é encaminhado para cooperativas, e há o reaproveitamento daqueles que ainda tenham vida útil.

**Serviço:** Gestão de resíduo químico.  
**Empresa:** Saneamento Ambiental.

**Contato:**  
<http://www.slu.df.gov.br/>

**Fonte:**  
[http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3198/nome/Seguranca\\_para\\_o\\_descarte\\_de\\_lixo\\_eletronico](http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3198/nome/Seguranca_para_o_descarte_de_lixo_eletronico)

**CONSUMO CONSCIENTE**  
WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 16 de Outubro

**13 POSTOS DE COLETA DE LIXO ELETRÔNICO DO SLU-GDF**

Desde o final de 2011, o SLU (Serviço de Limpeza Urbana do Distrito Federal) implantou 13 postos gratuitos de coleta de lixo eletrônico em pontos estratégicos do DF: Asa Sul, Asa Norte, Gama, Taguatinga, Sobradinho, Brazlândia, Ceilândia, Samambaia, São Sebastião, Planaltina, Recanto das Emas, Santa Maria, Paranoá e Itapoá. Porém, há regras para a coleta: os postos não aceitam, por exemplo, lâmpadas fluorescentes e nem produtos da chamada "linha branca", como geladeiras e fogões. Há uma lista com os 32 tipos de equipamentos recolhidos. O material é encaminhado para cooperativas, e há o reaproveitamento daqueles que ainda tenham vida útil.

**Serviço:**  
Gestão de resíduo químico.

**Empresa:**  
Saneamento Ambiental

**Contato:**  
<http://www.slu.df.gov.br/>

**Fonte:**  
[http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3198/nome/Seguranca\\_para\\_o\\_descarte\\_de\\_lixo\\_eletronico](http://camaraempauta.com.br/portal/artigo/ver/id/3198/nome/Seguranca_para_o_descarte_de_lixo_eletronico)

Marcar foto · Adicionar ... · Editar

Escreva um comentário...

Figura 19 – Item 13

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492350194122662&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**ROTA DOS ORGÂNICOS**

Um levantamento do Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) e do FNECDC (Fórum Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor) informa, gratuitamente, a localização de 140 feiras de alimentos sem agrotóxicos, nas 22 capitais do país. O Rio de Janeiro - RJ é a cidade campeã, com 25 feiras orgânicas e agroecológicas. Brasília - DF é a segunda, com 20 feiras.

**Serviço:** Gestão de resíduo químico.  
**Empresa:** ONG de defesa dos direitos do consumidor.

**Contato:**  
<http://www.idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.idec.org.br/em-acao/revista/diferenca-que-incomoda/materia/na-rotas-dos-organicos>

**CONSUMO CONSCIENTE**  
 WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 17 de Outubro

**ROTA DOS ORGÂNICOS**

Um levantamento do Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) e do FNECDC (Fórum Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor) informa, gratuitamente, a localização de 140 feiras de alimentos sem agrotóxicos, nas 22 capitais do país. O Rio de Janeiro - RJ é a cidade campeã, com 25 feiras orgânicas e agroecológicas. Brasília - DF é a segunda, com 20 feiras.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo químico.

**Empresa:**  
 ONG de defesa dos direitos do consumidor.

**Contato:**  
<http://www.idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.idec.org.br/em-acao/revista/diferenca-que-incomoda/materia/na-rotas-dos-organicos>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

7 pessoas curtiram isto.

2 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 20 – Item 14

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492475204110161&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ESTAÇÕES DE RECICLAGEM UNILEVER**

O Grupo Pão de Açúcar oferece, gratuitamente, Estações de Reciclagem em parceria com a Unilever. Se trata de pontos de entrega voluntária de materiais recicláveis (papel, plástico, metal, vidro e óleo de cozinha usado) nas lojas da rede Pão de Açúcar.

**Serviço:** Gestão de resíduo reciclável.  
**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoadeucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupoadeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

**CONSUMO CONSCIENTE**  
 WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 17 de Outubro

**Estações de Reciclagem Unilever**

O Grupo Pão de Açúcar oferece, gratuitamente, Estações de Reciclagem em parceria com a Unilever. Se trata de pontos de entrega voluntária de materiais recicláveis (papel, plástico, metal, vidro e óleo de cozinha usado) nas lojas da rede Pão de Açúcar.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoadeucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupoadeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

3 pessoas curtiram isto.

1 compartilhamento

Escreva um comentário...

Figura 21 – Item 15

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492611367429878&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ESTAÇÕES DE RECICLAGEM EXTRA H2OH!**

O Grupo Pão de Açúcar, em parceria com a H2OH!, oferece gratuitamente as Estações de Reciclagem Extra H2OH!. Se trata de pontos de entrega voluntária de materiais recicláveis (papel, plástico, metal, vidro e óleo de cozinha usado) disponíveis nas lojas da rede Extra Hipermercado.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupopaodeacucar.com.br/assessoria-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupopaodeacucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

**CONSUMO CONSCIENTE**

[WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM](http://WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM)

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 17 de Outubro

**ESTAÇÕES DE RECICLAGEM EXTRA H2OH!**

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com a H2OH! oferece, gratuitamente, estações de reciclagem. São pontos de entrega voluntária de materiais recicláveis (papel, plástico, metal, vidro e óleo de cozinha usado) disponíveis nas lojas da rede Extra Hipermercado.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupopaodeacucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupopaodeacucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

Marcações: H2OH! Brasil

Marcar foto · Adicionar localização · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

6 pessoas curtiram isto.

1 compartilhamento

Escreva um comentário...

Figura 22 – Item 16

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=492664224091259&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**ESTAÇÕES DE RECICLAGEM ALÔ RECICLE**

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com a Nokia, oferece, gratuitamente, estações de reciclagem. São pontos de coleta de pilhas, baterias e celulares, disponíveis nas lojas do Extra Hipermercado e nas lojas do Pão de Açúcar.

**Serviço:** Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupopaodeacucar.com.br/assessoria-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupopaodeacucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

**CONSUMO CONSCIENTE**

[WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM](http://WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM)

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 18 de Outubro

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com a Nokia, oferece, gratuitamente, estações de reciclagem. São pontos de coleta de pilhas, baterias e celulares, disponíveis nas lojas do Extra Hipermercado e nas lojas do Pão de Açúcar.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupopaodeacucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupopaodeacucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

Marcar foto · Adicionar localização · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

3 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

Figura 23 – Item 17

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=493077247383290&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**CAIXA VERDE**

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com o Centro Universitário Positivo – PR, oferece, gratuitamente, o Caixa Verde, um programa de reciclagem pré-consumo, que consiste no descarte de embalagens de plástico e papel, livre de resíduos de alimentos, em urnas especiais, no momento em que o consumidor passa pelo caixa do supermercado. O serviço é oferecido nas lojas do Pão de Açúcar e do Extra Hipermercado.

**Serviço:** Gestão de resíduo reciclável.  
**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoaoeucar.com.br/assessoria-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupoaoeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

**CONSUMO CONSCIENTE**

[WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM](http://WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM)

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 19 de Outubro

**CAIXA VERDE**

O Grupo Pão de Açúcar em parceria com o Centro Universitário Positivo – PR, oferece, gratuitamente, o Caixa Verde, um programa de reciclagem pré-consumo, que consiste no descarte de embalagens de plástico e papel, livre de resíduos de alimentos, em urnas especiais, no momento em que o consumidor passa pelo caixa do supermercado. O serviço é oferecido nas lojas do Pão de Açúcar e do Extra Hipermercado.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoaoeucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupoaoeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>

Marcar foto · Adicionar I... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

Marcelo Ribeiro Silva curtuiu isto.

Escreva um comentário...

Figura 24 – Item 18

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=493242540700094&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**PROJETO CICLO VERDE TAEQ**

50% da composição das embalagens dos Produtos Taeaq, do Grupo Pão de Açúcar, provêm de embalagens recicladas de programas próprios de logística reversa e 50%, de resíduo industrial.

**Serviço:** Gestão de resíduo reciclável.  
**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoaoeucar.com.br/assessoria-de-imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupoaoeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>  
<http://paodeacucarsustentavel.com/internas/blog/premio-abre-sustentabilidade.htm>

**CONSUMO CONSCIENTE**

[WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM](http://WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM)

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 19 de Outubro

**PROJETO CICLO VERDE TAEQ**

50% da composição das embalagens dos Produtos Taeaq, do Grupo Pão de Açúcar, provêm de embalagens recicladas de programas próprios de logística reversa e 50%, de resíduo industrial.

**Serviço:**  
 Gestão de resíduo reciclável.

**Empresa:**  
 Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://imprensa.grupoaoeucar.com.br/assessoria-de-imprensa/>

**Fonte:**  
<http://www.grupoaoeucar.com.br/responsabilidade-socioambiental/ambiental/reciclagem.htm>  
<http://paodeacucarsustentavel.com/internas/blog/premio-abre-sustentabilidade.htm>

Marcar foto · Adicionar I... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

2 pessoas curtiram isto.

2 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 25 – Item 19

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=493349760689372&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**CATA ENTULHO**

A Administração Regional de Samambaia – DF, oferece, gratuitamente, para os seus moradores um serviço de remoção de entulho domiciliar, como fogões velhos, geladeiras, televisores, computadores, colchões, móveis e demais utilitários inutilizados.

Serviço: Gestão de resíduo reciclável.  
Empresa: Administração Regional de Samambaia.

Contato:  
[http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503012.asp?siCD\\_ORIGEM=26673](http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503012.asp?siCD_ORIGEM=26673)

Fonte:  
[http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503017.asp?siCD\\_ORIGEM=26673&ttCD\\_CHAVE=151906](http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503017.asp?siCD_ORIGEM=26673&ttCD_CHAVE=151906)

WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

Rede Empresa Responsável  
Curtiu · 19 de Outubro

**CATA ENTULHO**

A Administração Regional de Samambaia - DF, oferece, gratuitamente, para os seus moradores um serviço de remoção de entulho domiciliar, como fogões velhos, geladeiras, televisores, computadores, colchões, móveis e demais utilitários inutilizados.

Serviço:  
Gestão de resíduo reciclável.

Empresa:  
Administração Regional de Samambaia.

Contato:  
[http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503012.asp?siCD\\_ORIGEM=26673](http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503012.asp?siCD_ORIGEM=26673)

Fonte:  
[http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503017.asp?siCD\\_ORIGEM=26673&ttCD\\_CHAVE=151906](http://www.samambaia.df.gov.br/045/04503017.asp?siCD_ORIGEM=26673&ttCD_CHAVE=151906)

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

Marcelo Ribeiro Silva curtuiu isto.

Escreva um comentário...

Figura 26 – Item 20

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=493561760668172&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**MINHOCASA**

O Minhocasa apresenta soluções simples e práticas para a destinação adequada de resíduos orgânicos transformando-os em adubo natural de excelente qualidade. A instituição oferece diversos serviços (palestras, oficinas, cursos e consultorias) e produtos (sistemas inovadores de minhocultura, compostagem e biofertilização), projetados para grandes e pequenos espaços em áreas urbanas e rurais e vendidos para todo o Brasil via internet.

Serviço: Gestão de resíduos. Compostagem.  
Empresa: Destinação adequada de resíduos orgânicos.

Contato:  
<http://www.minhocasa.com.br/contato.html>

Fonte:  
<http://www.minhocasa.com.br/>

WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

Rede Empresa Responsável  
Curtiu · 21 de Outubro

**MINHOCASA**

O Minhocasa apresenta soluções simples e práticas para a destinação adequada de resíduos orgânicos transformando-os em adubo natural de excelente qualidade. A instituição oferece diversos serviços (palestras, oficinas, cursos e consultorias) e produtos (sistemas inovadores de minhocultura, compostagem e biofertilização), projetados para grandes e pequenos espaços em áreas urbanas e rurais e vendidos para todo o Brasil via internet.

Serviço: Gestão de resíduos. Compostagem.

Empresa: Destinação adequada de resíduos orgânicos.

Contato:  
<http://www.minhocasa.com.br/contato.html>

Fonte:  
<http://www.minhocasa.com.br/>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

2 pessoas curtiram isto.

3 compartilhamentos

Rede Empresa Responsável  
<http://www.facebook.com/minhocasa?ref=ts>

Escreva um comentário...

Figura 27 – Item 21

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=494309947260020&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>



**Descarte Sustentável Carrefour**

Em parceria com o Descarte Certo, o Carrefour oferece um serviço de coleta em domicílio de eletrônicos e eletroeletrônicos que não funcionem. Para consultar os preços e contratar o serviço o cliente deve entrar em contato diretamente com os vendedores do setor de eletro nas lojas Carrefour de todo o país. O programa assegura que o lixo eletrônico receba o tratamento certo, reaproveitando essas substâncias ao máximo e descartando o resto de forma segura para o meio ambiente.

**Serviço:** Gestão de resíduos. Resíduo de coleta especial.  
**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://www.grupocarrefour.com.br/imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupocarrefour.com.br/descarte-sustentavel-carrefour>

**CONSUMO CONSCIENTE**  
 WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 21 de Outubro

**Descarte Sustentável Carrefour**

Em parceria com o Descarte Certo, o Carrefour oferece um serviço de coleta em domicílio de eletrônicos e eletroeletrônicos que não funcionem. Para consultar os preços e contratar o serviço o cliente deve entrar em contato diretamente com os vendedores do setor de eletro nas lojas Carrefour de todo o país. O programa assegura que o lixo eletrônico receba o tratamento certo, reaproveitando essas substâncias ao máximo e descartando o resto de forma segura para o meio ambiente.

**Serviço:** Gestão de resíduos. Resíduo de coleta especial.

**Empresa:** Rede varejista de supermercados e hipermercados.

**Contato:**  
<http://www.grupocarrefour.com.br/imprensa>

**Fonte:**  
<http://www.grupocarrefour.com.br/descarte-sustentavel-carrefour>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

2 pessoas curtiram isto.

3 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 28 – Item 22

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=494389167252098&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**Bioestrutura Engenharia**

A Bioestrutura Engenharia cria e executa projetos de baixo impacto ambiental, como alvenaria estrutural de bloco de concreto e tijolos de solo cimento, sistema wood frame, eucalipto, bambu, tratamento de esgotos por zona de raízes, entre outros. Além disso, oferece cursos de capacitação no uso de tecnologias sustentáveis. Os investimentos são variados e devem ser consultados.

**Serviço:** Capacitação, criação e execução de construções de baixo impacto ambiental.  
**Empresa:** Construção civil.

**Contato:**  
<http://bioestrutura.com.br/index.php/contato>

**Fonte:**  
<http://sebrae-sp.jusbrasil.com.br/noticias/3145657/bambu-e-a-aposta-para-arquitetura-sustentavel-no-df>  
<http://bioestrutura.com.br/>

**CONSUMO CONSCIENTE**  
 WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
 Curtiu · 21 de Outubro

**Bioestrutura Engenharia**

A Bioestrutura Engenharia cria e executa projetos de baixo impacto ambiental, como alvenaria estrutural de bloco de concreto e tijolos de solo cimento, sistema wood frame, eucalipto, bambu, tratamento de esgotos por zona de raízes, entre outros. Além disso, oferece cursos de capacitação no uso de tecnologias sustentáveis. Os investimentos são variados e devem ser consultados.

**Serviço:** Capacitação, criação e execução de construções de baixo impacto ambiental.  
**Empresa:** Construção civil.

**Contato:**  
<http://bioestrutura.com.br/index.php/contato>

**Fonte:**  
<http://sebrae-sp.jusbrasil.com.br/noticias/3145657/bambu-e-a-aposta-para-arquitetura-sustentavel-no-df>  
<http://bioestrutura.com.br/>

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

3 pessoas curtiram isto.

1 compartilhamento

Escreva um comentário...

Figura 29 – Item 23

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=494431590581189&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

**Esquadrias em madeira de demolição**

A Talentus Esquadrias projeta e fabrica esquadrias há 10 anos e inclui madeira de demolição em sua linha de fabricação de decks, escadas, janelas etc. O serviço é oferecido na cidade de Brasília – DF e os valores dos produtos devem ser consultados.

Serviço: Projeção e fabricação de esquadrias.  
Empresa: Construção civil.

Contato:  
[http://www.talentusesquadrias.com.br/?page\\_id=7](http://www.talentusesquadrias.com.br/?page_id=7)

Fonte:  
[http://www.talentusesquadrias.com.br/?page\\_id=2](http://www.talentusesquadrias.com.br/?page_id=2)

CONSUMO CONSCIENTE  
WWW.EMPRESARESPONSAVEL.COM

**Rede Empresa Responsável**  
Curtiu · 22 de Outubro

Esquadrias em madeira de demolição

A Talentus Esquadrias projeta e fabrica esquadrias há 10 anos e inclui madeira de demolição em sua linha de fabricação de decks, escadas, janelas etc. O serviço é oferecido na cidade de Brasília – DF e os valores dos produtos devem ser consultados.

Serviço: Projeção e fabricação de esquadrias.  
Empresa: Construção civil.

Contato:  
[http://www.talentusesquadrias.com.br/?page\\_id=7](http://www.talentusesquadrias.com.br/?page_id=7)

Fonte:  
[http://www.talentusesquadrias.com.br/?page\\_id=2](http://www.talentusesquadrias.com.br/?page_id=2)

Marcar foto · Adicionar l... · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar · Editar

3 pessoas curtiram isto.

4 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 30 – Item 24

Fonte: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=494648140559534&set=pb.115023098522042.-2207520000.1351387273&type=3&theater>

A página Informações/Visão geral (Figura 31) traz dados como Total de opções “curtir”, Amigos e fãs, Pessoas falando sobre isto, Alcance total semanal, Total de assinaturas e gráfico de desempenho dos itens principais. Durante o período de publicação dos itens do catálogo, todos os índices aumentaram.



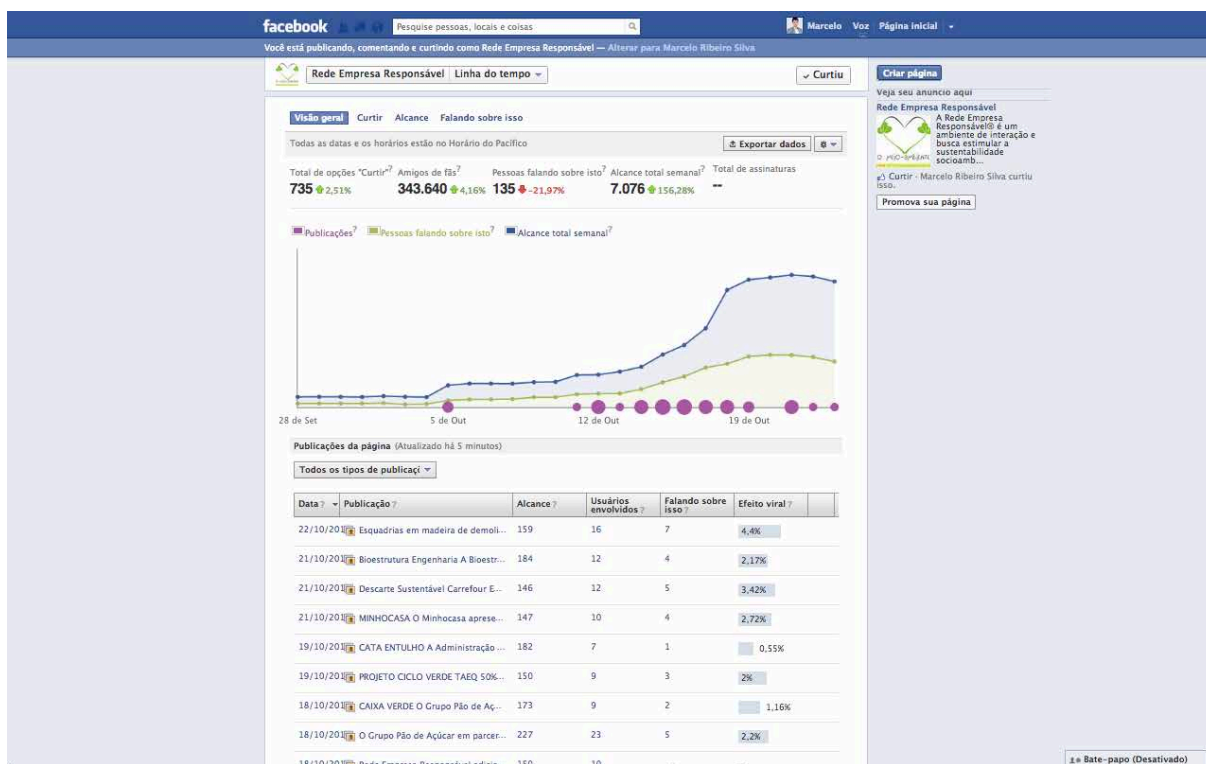


Figura 31 – Página Informações/Visão geral  
 Fonte: [http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?sk=page\\_insights](http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Respons%C3%A1vel/115023098522042?sk=page_insights)

Em seus perfis no Facebook as empresas Asta (figura 32), Pátio Brasil (figura 33) e Audibel (figura 34) “compartilharam”, em suas respectivas Linhas do tempo, as postagens dos itens que citavam suas ações, aumentando, assim, a visibilidade do projeto.

The image shows a screenshot of the Facebook profile page for 'Rede ASTA'. The page is in Portuguese and features a blue header with the Facebook logo and search bar. The main content area displays a post from 'Rede ASTA' dated October 18, 2012. The post includes a photo of a colorful, abstract artwork and text describing the organization's mission: 'A HISTÓRIA POR TRÁS DOS PRODUTOS A Capa de Almofada Favelinha é pintada à mão pelas artesãs do Tecendo Arte. O grupo teve origem a partir do Instituto Musiva, que desenvolve projetos de arte e educação em comunidades do Rio. O Musiva é conhecido pelos trabalhos de mosaico em azulejo. Já o Tecendo Arte se especializou em pintura.' Below the text is a link to the product page: 'http://www.redeasta.com.br/capa-de-almofada-pintada-favelinha.html'. The post has received 23 likes and 7 comments. To the right of the main post, there is a section titled 'ASTA' with a green background and text describing the organization's focus on sustainable products and social development. This section also has 18 likes and 2 comments. On the far right, there is a sidebar with a 'Criar página' button and a list of sponsored posts from various brands like Motorola Brasil, Canal FOX Brasil, Hyundai Motor Brasil, SKYY VODKA, and Bloco do Sargento Pimenta.

Figura 32 – Linha do tempo da Asta  
Fonte: <http://www.facebook.com/redeasta?fref=ts>

facebook Pesquise pessoas, locais e coisas Marcelo Página Inicial

**Pátio Brasil Shopping** Linha do tempo Agora

Pátio Brasil Shopping compartilhou a foto de Any Any. 18 de Outubro

Hoje é Dia do Médico. E aproveitamos esse pensamento fofo do minuto Any Any pra deixar registrada aqui também a nossa admiração pela profissão. Parabéns a todos os médicos do Brasil!!!

Aos Médicos: Obrigada pelo carinho com nossa saúde. Parabéns pelo dia!

8 de Outubro Dia do Médico

“Um amigo me chamou pra cuidar da dor dele, guardei a minha no bolso. E fui?” Clarice Lispector

Minuto Any Any www.anyany.com.br

Curtir - Comentar - Compartilhar 2

6 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

Pátio Brasil Shopping compartilhou a foto de C&A Brasil. 17 de Outubro

Já conferiram a coleção Poderosas do Brasil? Chegou

Pátio Brasil Shopping compartilhou a foto de Rede Empresa Responsável. 18 de Outubro

Bom dia, pessoal.

Começamos a quinta-feira com um super reconhecimento do trabalho sustentável do Pátio Brasil. Todo mundo já conhece o Ecoponto?

No último fim de semana de cada mês vc pode trazer ao shopping suas lâmpadas fluorescentes, pilhas e baterias usadas para reciclagem. É de graça, mas pra natureza, isso não tem preço!

ECOPONTO

O Pátio Brasil Shopping disponibiliza, gratuitamente, o Ecoponto no último sábado e domingo de cada mês, durante o seu horário de funcionamento, montado na sua Praça Central. Se trata de um ponto de descarte de lâmpadas fluorescentes...Ver mais

ECOPONTO

O Pátio Brasil Shopping disponibiliza, gratuitamente, o Ecoponto no último sábado e domingo de cada mês, durante o seu horário de funcionamento, montado na sua Praça Central. Se trata de um ponto de descarte de lâmpadas fluorescentes, pilhas e baterias usadas. Todo o material recolhido é encaminhado para uma empresa especializada na descontaminação e reaproveitamento dos materiais.

Serviço: Gestão de resíduo de coleta especial Empresa: Shopping

Curir (desfazer) - Comentar - Compartilhar

**Criar página**

Agora

Outubro

Setembro

2012

Entrou no Facebook

Patrocinado Criar um anúncio

**Pão de Açúcar**

Curta a página do Pão de Açúcar e receba dicas especiais para seu dia a dia!

Curir - Marcella Godoy Rocha curtiu isso.

**Havaianas Brasil**

Havaianas todo mundo usa. E agora, todos podem curtir também. Clique e confira.

Curir - Wilton Pessoa de Araujo curtiu isso.

**Sebrae**

Clique e compartilhe, de um jeito bem diferente, aquilo em que acredita.

EU ACREDITO

Curir - Vivi Lopes curtiu isso.

**Ajudar é o Melhor Remédio**

Semana do AVC, ajudemos nesta causa! Juntos podemos combater o AVC!

Su me importo

Curir - Marcella Godoy Rocha curtiu isso.

**Hyundai Motor Brasil**

A Hyundai está aquecendo o Salão do Automóvel com o motor mais potente da categoria.

Curir - Daniele Borges curtiu isso.

Bate-papo (Desativado)

Figura 33 – Linha do tempo do Pátio Brasil Shopping  
Fonte: <http://www.facebook.com/patiobrasil?fref=ts>

facebook Pesquise pessoas, locais e coisas Marcelo Página Inicial

**AudibelBrasil** Linha do tempo Agora

2 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

AudibelBrasil compartilhou a foto de Rede Empresa Responsável. 19 de Outubro

Olha só que legal! Projeto Audibel Ecociente foi citado na página da Rede Empresa Responsável que elege os produtos e serviços com melhor performance socioambiental =>

PROJETO AUDIBEL ECOCIENTE

Em todas as unidades Audibel pode-se descartar gratuitamente pilhas e baterias usadas (aparelho auditivo, celular, pilhas comuns etc.), evitando assim que este material tóxico vá para o lixão comum e consequentemente para os rios, ou mesmo para as ruas e ruas. Há empresas especializadas em reciclar esses materiais e, em união a outros programas de reciclagem, a Audibel trata de descartar as pilhas em local correto, garantindo que tenham o melhor destino. A empresa possui pontos de atendimento em mais de 45 cidades brasileiras.

Serviço: Gestão de resíduo de coleta especial. Empresa: Apararhau Audibev.

Curir (desfazer) - Comentar - Compartilhar 1

Você e outras 6 pessoas curtiram isto.

AudibelBrasil 18 de Outubro

Curir - Comentar - Compartilhar 4

4 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

AudibelBrasil 18 de Outubro

Curir - Comentar - Compartilhar 17

5 pessoas curtiram isto.

Escreva um comentário...

**Criar página**

Agora

Outubro

Setembro

2012

2011

Fundada em

Patrocinado Criar um anúncio

**POLO SÃO PAULO 1957**

Polo Réplica 1957 Apenas R\$ 99,90 e FRETE GRÁTIS Estamos nas quartas!

30.131 pessoas curtiram São Paulo Mania.

Bate-papo (Desativado)

Figura 34 – Linha do tempo da Audibel  
Fonte: <http://www.facebook.com/AudibelBrasil?fref=ts>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultado das pesquisas realizadas para este trabalho, nota-se grande quantidade e variedade de opções de serviços de logística reversa, oferecidos, em sua maioria, por redes de supermercados e hipermercados, na gestão de resíduos de coleta especial, químicos e recicláveis, o que prova que muitas empresas já estão preocupadas com a destinação de resíduos. Mas o número reduzido de produtos catalogados em relação aos de serviços revela que a preocupação com a elaboração de produtos ainda está no início.

O trabalho esclarece, também, que as instituições privadas e as ONGs, se comparadas com as instituições públicas, estão à frente no reconhecimento da necessidade de administrar, de forma sustentável, os recursos naturais e os resíduos gerados, apresentando um número maior de ofertas de ações.

O consumidor tem participação direta nas ações das instituições. Mais esclarecido, torna-se mais crítico e muda o seu comportamento de consumo, optando por produtos que impactem menos o meio ambiente e a sociedade, forçando, assim, as empresas a mudarem de postura.

Com o alcance e potencial das mídias sociais e as entrevistas com os professores, evidenciam-se a importância e a responsabilidade da atuação do profissional de Comunicação e Marketing no processo de conscientização e formação de opinião, que resultam em mudanças de comportamento do consumidor e o impacto de suas escolhas no meio ambiente e na sociedade.

O presente trabalho de conclusão de curso, com o objetivo de levantar e disponibilizar dados sobre produção e consumo sustentável, bem como alcançar os objetivos específicos de informar a existência de produtos de melhor performance socioambiental e viabilizar uma plataforma de discussão e disseminação do tema foram alcançados.

Com a publicação dos itens do catálogo, houve aumento no acesso do perfil Rede Empresa Responsável através das opções “curtir” e “compartilhar”. Nos seus perfis no Facebook, as empresas Pátio Brasil, Asta e Audibel “compartilharam” as postagens de itens que citavam suas ações aumentando as visualizações.

Como oportunidade de ampliação do alcance deste projeto, sugere-se acompanhamento e ativação dos usuários, parcerias com perfis de autoridades e demais grupos ligados ao tema existentes na rede do Facebook. Como continuidade ao projeto, deve-se manter regular as postagens de novos conteúdos e atualização das existentes.

Como sugestão de estudos futuros à Academia, propõe-se acompanhar as reações das empresas e consumidores em relação a existência e divulgação de opções de produtos e serviços que busquem menor impacto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKATU: *Perguntas Frequentes*. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/PerguntasFrequentes/Sobre-o-Instituto>>. Acesso em: 8 out. 2012.

ALMEIDA, Ricardo. Métricas e Avaliação de Resultados. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). *Para Entender as Mídias Sociais*. Disponível em: <<http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>>. Acesso em: 29 set. 2012. p. 83.

BLACKWELL, Roger. O ABC do consumo. *HSM Management*, v. 02, n. 37, p. 52-57, mar./abr. 2003.

CATÁLOGO Sustentável. *Portal FGV: Fundação Getulio Vargas*. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.catalogosustentavel.com.br/.html>>. Acesso em: 7 out. 2012.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. Código e Anexos. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 10 out. 2012.

CONSUMO Sustentável: Manual de educação. Brasília: Consumers International; Ministério do Meio Ambiente; Ministério da Educação; Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. 2005. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>>. Acesso em: 8 out. 2012.

EMPRESA RESPONSÁVEL. *Conheça a prática da responsabilidade social empresarial*. Disponível em: <<http://www.empresaresponsavel.com/>>. Acesso em: 21 set. 2012.

FACEBOOK registra 955 milhões de usuários ativos no final de junho. *G1* disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/08/facebook-registra-955-milhoes-de-usuarios-ativos-no-final-de-junho2.html>>. Acesso em: 11 out. 2012.

FAIR Labor Association. Disponível em: <<http://www.fairlabor.org/>>. Acesso em: 7 out. 2012.

FINAL Result: The Global 100. Disponível em: <<http://www.corporateknights.com/report/8th-annual-global-100-most-sustainable-corporations/final-results-global-100-list>>. Acesso em: 8 out. 2012.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. *Glossário em Biossegurança*. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.fiocruz.br/biosseguranca/Bis/glossario/Glossario.htm>>. Acesso em: 21 set. 2012.

INSTITUTO Akatu Diálogos Akatu nº 4. *O Fome Zero e o consumo consciente de alimentos*. 2003. Disponível em: <[http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/nutricao\(2\).pdf](http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/nutricao(2).pdf)>. Acesso em: 9 out. 2012.

GABRIEL, Martha. *Marketing na Era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec, 2010. p. 193.

HELFT, Miguel ; ASHLEE, Vance. New King of Technology: Apple Overtakes Microsoft. *The New York Times*. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2010/05/27/technology/27apple.html>>. Acesso em: 20 out. 2012.

KAHNEY, Leandro. A Apple sem Jobs: Um ano após a morte do líder visionário, a Apple está maior, mais forte e mais leve, graças a Tim Cook, o novo e respeitado presidente. Mas não faltam problemas. *Revista info*, São Paulo, n. 320, p. 42-47 set. 2012.

LEITE, Paulo Roberto. *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade*. São Paulo: Pearson Education, 2003. p. 36.

MOST Admired Companies. Disponível em: <<http://money.cnn.com/magazines/fortune/most-admired/2012/snapshots/670.html?iid=splwinners>>. Acesso em: 11 out. 2012.

MUSGROVE, Mike. Sweatshop Conditions at iPod Factory Reported. *Washington Post*. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/06/15/AR2006061501898.html>>. Acesso em: 12 out. 2012.

RAMOS, André. Criação e Ganhos ambientais no desenvolvimento de produtos e comunicação. In: FÉLIX, Joana D'Arc Bicalho; BORDA, Gilson Zehetmeyer (Org.). *Gestão da Comunicação e Responsabilidade Socioambiental: Uma Nova Visão de Marketing e Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável*. São Paulo: Atlas, 2009. São Paulo, 2009. p. 173-174.

REDE Empresa Responsável. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Rede-Empresa-Responsável/115023098522042>>. Acesso em: 21 set. 2012.

SAAD, Beth. *Estratégias para a mídia digital: Internet, informação e comunicação*. São Paulo, Senac, 2003.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. *Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro. FGV, 2004.

THE World's Most Innovative Companies. Disponível em: <<http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies.html>>. Acesso em: 7 out.

## **APÊNDICE A: ENTREVISTAS COM OS PROFESSORES**

As entrevistas foram realizadas com o objetivo de colher sugestões e dicas para a construção do formato e escolha da plataforma, suporte do catálogo. Entrevistados: Ursula Betina Diesel, Mestre em Comunicação, professora universitária; Roberto da Silveira Lemos, Especialista, atua em Comunicação e Marketing Digital; André Luís César Ramos, Mestre em Educação, atua em Comunicação e Design; Mônica Igreja do Prado, Mestre em Comunicação, atua em Comunicação Pública.

### **1. Quais as vantagens de usar a internet como ferramenta de publicação e divulgação de novos projetos em termos?**

#### **a) qualitativos.**

##### **Ursula Betina Diesel:**

A facilidade de comunicação devido à característica geral dos usuários da rede, seja em relação às linguagens (língua, imagens etc.), seja com relação à periodicidade de acesso e acompanhamento das páginas; não uso de papel e tinta, por exemplo.

##### **Roberto da Silveira Lemos:**

É a mais seletiva das mídias. A internet permite criar um relacionamento por tipo de interesse específico. Nada pode ser melhor do que isso quando o assunto requer segmentação de público.

E falando em inovação, é ainda mais adequado, pois é um espaço onde temos encontrado as melhores soluções de novos arranjos e modelos de negócios. O mundo está sendo reconfigurado em todos os níveis estudados do marketing, com a população da internet e, atualmente, da banda larga.

##### **André Luís César Ramos:**

A internet possibilita acesso muito rápido a muitas fontes de informação, permitindo a verificação de informações, bem como o acompanhamento e discussão junto a *stakeholders* de projetos corporativos.



**Mônica Igreja do Prado:**

(Não entendi).

**b) quantitativos.**

**Ursula Betina Diesel:**

O grande alcance de pessoas, do mundo inteiro, na verdade, e, junto, derivado disso e das características do meio, a velocidade de propagação das informações.

**Roberto da Silveira Lemos:**

A internet tem massa crítica de usuários no país. E milhares de pessoas com interesses distintos. O grande efeito quantitativo na apresentação de produtos é o baixo custo de disponibilização da informação (custo próximo de zero), permitindo que produtos e serviços menos populares sejam viáveis comercialmente. O princípio de Pareto perde sua valia a partir da popularização da internet. O ganho de venda passa a ser em decorrência do efeito cauda longa.

**André Luís César Ramos:**

Do ponto de vista quantitativo a vantagem no uso da internet se mostra ainda mais evidente, na medida em que agrega um grande volume de usuários que podem ser conectados e estimulados a promover discussões de respeito do tema. Além do número de usuários, a internet oferece grande quantidade de informação a respeito de projetos e cases em vários setores da sociedade.

**Mônica Igreja do Prado:**

Se está se referindo à audiência, o custo pode ser menor do que publicar e divulgar em veículos de massa.

**c) avaliativos**

**Ursula Betina Diesel:**

Condição de acompanhar o que está acontecendo em tempo real, de interagir rapidamente tanto com os usuários do catálogo como com os "fornecedores" das informações. Facilidade de ir aprimorando o que e como a coisa está funcionando.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Nenhuma mídia permite melhor avaliação de dados que a internet. É possível acompanhar e medir a experiência do usuário com a página e os produtos/serviços divulgados.

**André Luís César Ramos:**

A possibilidade de discussão entre agentes sociais multiconectados e facilidade de acesso à informação permite que sejam avaliados, por meio de fóruns que relatam experiências pessoais, a qualidade e validade dos projetos ou produtos em questão.

**Mônica Igreja do Prado:**

Se estiver se referindo a medição de resultados, algumas ferramentas prontas podem ajudar mas se for para monitorar a performance vai custar muito caro além da necessidade de contratar empresas especializadas que utilizem softwares de monitoramento e avaliação do que se fala na rede.

**d) financeiros.**

**Ursula Betina Diesel:**

Baixo custo.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Custos reduzidíssimos, quando comparado com qualquer outro meio. Ao utilizar uma plataforma já existente, elimina-se até o custo de implementação de novas tecnologias, o que costuma ser o mais caro em projetos digitais.

**André Luís César Ramos:**

Baixo custo de divulgação, com enorme audiência e com inexistência de matéria-prima física e consequentes resíduos.

**Mônica Igreja do Prado:**

Dependendo do nicho para atuação pode ser muito caro ou muito barato.

**e) estratégicos e logísticos.****Ursula Betina Diesel:**

Facilidade de acesso, caracterização, modificação e, em princípio, garantia de "entrega" do produto catálogo.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Quanto ao estratégico, há um risco, considerando que não é possível garantir a popularidade de nenhuma plataforma da internet. A experiência já mostrou que sites populares atualmente caem no ostracismo, quando substituídos por outra tecnologia. O uso do Twitter teve queda de 25% nos últimos 12 meses. Até o Facebook, hoje o mais popular, pode não sê-lo em algum tempo. Para se ter uma ideia de que se trata de um risco real, o Google + foi melhor avaliado pelos usuários do que o Facebook.

A estratégia deve ser focada na internet como um todo e não apenas em um ou outro site de rede social e deve contemplar todas as variáveis possíveis.

**André Luís César Ramos:**

Possibilidade de alcance com precisão cirúrgica do público alvo pretendido sem limites geográficos ou culturais. A internet reduz as distâncias e dimensões continentais a meros cliques no mouse.

**Mônica Igreja do Prado:**

Pode ser mais simples e menos custoso do que em mídias tradicionais. No entanto, pode deixar de fora parte de seu público alvo, pois o usuário de internet não é o mesmo para todas as coisas, pode ser um heavy user em mecanismos de busca mas pode ser um usuário esporádico de mídias sociais.

**2. Há desvantagens? Caso afirmativa a resposta, quais seriam?**

**Ursula Betina Diesel:**

Sim. A dificuldade em fazer as informações chegarem nesse formato aos não-usuários da rede virtual, a grande maioria da população, eu acho.

**Roberto da Silveira Lemos:**

O risco é inerente a qualquer negócio ou ambiente que atua na web. O maior deles é não obter o engajamento do público e o investimento, que é pequeno, mas existe, ser perdido.

O baixo custo para implementação de qualquer projeto é uma realidade para todos e não apenas para você. Quanto mais barato é um mercado, menos estável ele é. Novos entrantes podem sempre derrubar o seu projeto. O público na internet está ansioso por experiências e não por estabilidade na relação cliente-empresa. Para se ter uma ideia da complexidade e da instabilidade do mercado, em 1937 o tempo médio de vida de uma empresa estadunidense era de 75 anos. Em 2011, havia caído para 15 anos.

Se estabelecer no mercado e obter engajamento tem sido fácil no curto prazo mas tem se mostrado complexo em períodos mais longos.

**André Luís César Ramos:**

Sim, o grande volume de informações presentes na internet pode dificultar o aspecto da credibilidade ou mesmo da localização das informações mais seguras. É preciso dispor de meios que transmitam a segurança que o usuário procura.

**Mônica Igreja do Prado:**

Sim, há desvantagens. Pode haver ruídos de compreensão, pode ser que o projeto fique apenas na fase de lançamento mas não ganhe maturidade, uma vez que a internet é volátil e com alto grau de dispersibilidade assim como pode ser também que o projeto acabe não ganhando no mundo off-line uma tangibilidade que permita uma identificação com coisas concretas da vida das pessoas.

**3. Qual formato (de mídia digital) melhor se aplica aos objetivos desse projeto? Considere as respostas anteriores.**

**Ursula Betina Diesel:**

O de rede social, pois além de tornar acessível, insere na cotidianidade e conta com a propagação via compartilhamentos, seguidores etc.

**Roberto da Silveira Lemos:**

O melhor é sempre integrar mais de uma plataforma, ainda que isso signifique mais custo em tempo, energia e até dinheiro.

**André Luís César Ramos:**

Facebook e blog.

**Mônica Igreja do Prado:**

Se compreendi, o projeto é na verdade um banco de dados estático que deverá ser atualizado periodicamente quando alguma informação presente nos tópicos for alterada.

Usando as fichas como postagem elas serão ultrapassadas por outras mais novas e se não houver uma chamada ou seja novo post que remeta elas o catálogo ficará perdido... talvez como álbum possa ser mais perene.

**4. Para esse projeto, o Facebook é opção? Por quê?****Ursula Betina Diesel:**

Penso que sim. Está aí, é a rede mais usada no Brasil, país do momento e por um bom tempo ainda, eu acho. Além disso, tem um formato de boa visibilidade na rede de amigos em compartilhamento.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Sim, afinal, temos, só no Brasil são cerca de 40 milhões de usuários. Eles lidera no quesito novos usuários (27,5%) e em frequência de uso (88,9%).

**André Luís César Ramos:**

Sim, a dinâmica que o Facebook possibilita converte-se em recurso favorável à disseminação e replicação em escala exponencial.

**Mônica Igreja do Prado:**

Não compreendi a pergunta pois penso que outras estariam disponíveis para um catálogo sustentável e que foram consideradas (como site, blog, página do Facebook, Flickr, Slideshow) durante a concepção estratégica do projeto.

**5. Qual linguagem melhor se insere a esse projeto no cenário da internet?****Ursula Betina Diesel:**

Não sei se entendi bem a pergunta. Mas pensei em uma linguagem simples, direta e leve, que trabalhe com a noção de disponibilidade.

**Roberto da Silveira Lemos:**

O humor é a linguagem com melhor resposta nos sites de redes sociais. É sempre bem vinda. Conteúdos que permitem a identificação do público também gera *recall*. No caso do assunto, não vejo problema utilizar o humor, desde que não seja nada “escrachado”. Humor não é apologia à bagunça. É uma linguagem também de assunto que requer credibilidade. É um erro achar que humor leva à perda de credibilidade.

**André Luís César Ramos:**

Acredito que uma linguagem mais simples, próxima da coloquial, sem rebuscamentos técnicos, possa ser o melhor caminho na construção de um discurso persuasivo.

**Mônica Igreja do Prado:**

Não compreendi. Você quer dizer: qual a melhor linguagem para um projeto como esse do ponto de vista de Língua Portuguesa? Simples, objetiva, direta.

**6. Como projetos socioambientais têm se desempenhado no meio virtual?****Ursula Betina Diesel:**

Acompanho pouco, na verdade. Mas penso que usufruem bem da divulgação mas têm dificuldades com monitoramento e gerenciamento do conteúdo.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Não consegui dado específico de fonte crível.

**André Luís César Ramos:**

Acredito que ainda tenham muito a se desenvolver porque se insere em uma das áreas na qual a sociedade ainda guarda um apego às experiências sensoriais presenciais. É preciso transformar esse olhar tirando proveito da informação e da vivência de outros usuários.

**Mônica Igreja do Prado:**

De modo geral, penso que projetos socioambientais têm muito espaço no meio virtual, o que reflete que as pessoas buscam uma consciência de atuação mais progressistas. Mas, há uma discrepância com a prática cotidiana.

**7. a) Como consumidor, você sente falta de ferramentas que filtrem produtos e serviços com atributos sustentáveis? b) Faria uso de uma ferramenta assim?****Ursula Betina Diesel:**

Sinto falta. Sim, faria uso. Facilitaria muito minha vida, pois economizaria tempo de busca e tornaria real um consumo sustentável que às vezes não ocorre porque não sei onde encontrá-lo.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Sinto falta. Não vejo ninguém liderando esse movimento de maneira absoluta. E, sim, utilizaria. Em especial recebendo a informação via feed de notícias do Facebook. Não tenho o hábito de ir atrás de produto/serviço sustentável, mas tenho preferência quando me aparece a opção.

**André Luís César Ramos:**

Sinto falta e, certamente, faria uso. Atualmente usamos a internet para adquirir basicamente todo tipo de serviço, desde a compra de supermercado até a compra de itens mais complexos, aquisição de passagens aéreas, serviços bancários etc.

**Mônica Igreja do Prado:**

Seria muito interessante ter uma ferramenta que trouxesse esse filtro.

**8. Você já conhece alguma iniciativa semelhante? Se sim qual?****Ursula Betina Diesel:**

Não.

**Roberto da Silveira Lemos:**

Não conheço, justamente por não ter o hábito de ir atrás desse tipo de conteúdo.

**André Luís César Ramos:**

Não conheço.

**Mônica Igreja do Prado:**

Conheço iniciativas semelhantes mas apoiadas em banco de dados para pesquisa e recuperação de informação. A FGV tem um banco de dados que ajuda o consumidor a comprar mais sustentavelmente, assim como o Greenpeace.