

**Experiências estéticas e educação ambiental: na busca por uma  
sociedade menos consumista**

*Aesthetic experiences and environmental education: in the search for a less  
consumerist society*

*Experiencias estéticas y educación ambiental: en la busca por una sociedad menos  
consumista*

**Breno Henrique Bianco Zanon**

Discente do Curso de Ciências Biológicas/ Universidade Federal do Paraná  
breno.zanoni@ufpr.br

**Valéria Ghislotti Iared**

Professora Doutora, Universidade Federal do Paraná, Brasil  
valiared@gmail.com

#### RESUMO

Diante do agravamento da crise ambiental, acometida pela sociedade do consumo, são necessárias ações educativas juntamente com a comunidade a fim de se afirmar uma atitude de sensibilização a partir da problematização da nossa realidade em um processo de educação permanente intitulado educação ambiental. Uma possibilidade, é trabalhar o senso de pertencimento com o ambiente natural pelas chamadas experiências estéticas, pois estas desvelam caminhos para a construção de valores éticos e estéticos, os quais podem vir a fomentar posicionamentos políticos em prol da conservação da biodiversidade e sociedades mais sustentáveis. O objetivo deste trabalho é apresentar um ensaio teórico acerca das experiências estéticas como uma ferramenta contra o padrão desenfreado de consumo da sociedade atual. Para tanto, realizamos uma revisão bibliográfica acerca de sociedade do consumo/consumismo; experiências estéticas e experiências estéticas contra o consumismo. Como resultados, argumentamos que a educação estética é essencial nos aprendizados contra o consumismo, pois além de questionar a racionalização da realidade, que entende a natureza como propriedade e submissa ao ser humano, a partir da estética, podem rever nossos valores e relações.

**PALAVRAS-CHAVE:** educação estética; sociedade do consumo; ambiente e sociedade.

#### ABSTRACT

*Faced with the worsening of the environmental crisis, affected by the consumer society, educational actions are necessary together with the community to affirm an attitude of awareness based on the problematization of our reality in a process of permanent education called environmental education. One possibility is to work on the sense of belonging to the natural environment through the so-called aesthetic experiences, as these reveal ways to build ethical and aesthetic values, which may encourage political positions in favor of biodiversity conservation and more sustainable societies. The objective of this work is to present a theoretical essay about aesthetic experiences as a tool against the unbridled pattern of consumption today. For that, we carried out a bibliographic review about the consumer society/consumerism, aesthetic experiences and aesthetic experiences against consumerism. As a result, we argue that aesthetic education is essential in learning against consumerism, because in addition to questioning the rationalization of reality, which understands nature as property and submissive to human beings, from aesthetics, we can review our values and relationships.*

**KEY-WORDS:** aesthetic education; consumer society; environment and society.

#### RESUMEN

*Ante el recrudecimiento de la crisis ambiental, afectada por la sociedad de consumo, se requieren acciones educativas junto a la comunidad para afirmar una actitud de concientización basada en la problematización de nuestra realidad nun proceso de educación permanente denominado educación ambiental. Una posibilidad es trabajar el sentido de pertenencia al medio natural a través de las llamadas experiencias estéticas, ya que estas revelan formas de construir valores éticos y estéticos, que pueden incentivar posiciones políticas a favor de la conservación de la biodiversidad y sociedades más sustentables. El objetivo de este trabajo es presentar un ensayo teórico sobre las experiencias estéticas como herramienta frente al patrón de consumo desenfreado de la sociedad actual. Para ello, realizamos una revisión bibliográfica sobre la sociedad de consumo/consumismo; experiencias estéticas y experiencias estéticas frente al consumismo. Como resultado, defendemos que la educación estética es fundamental en el aprendizaje frente al consumismo, pues además de cuestionar la racionalización de la realidad, que entiende la naturaleza como propiedad y sumisa del ser humano, desde la estética podemos revisar nuestros valores y relaciones.*

**PALABRAS CLAVE:** educación estética; sociedad de consumo; ambiente y sociedad.

## 1. CONTEXTUALIZAÇÃO

O consumo se tornou mecanismo de afirmação de poder, portanto, percebe-se um padrão de consumo inconsequente e justificado pela necessidade de consumir não apenas produtos, mas sentimentos como liberdade e felicidade, portanto, adquirir um produto é entendido como uma forma de ser aceito e pertencente a uma cultura capitalista dinamizada pela busca do lucro (ROSSI, 2021). Esse modelo de consumo tem consequências tanto na sociedade quanto na natureza, como excesso de resíduos, poluição de recursos naturais, discriminação, aumento da desigualdade, entre outros. Diante do agravamento da crise ambiental são necessárias ações educativas juntamente com a comunidade frente a questão do consumismo e, como Loureiro (2007) complementa, a sensibilização da sociedade se concretiza a partir da problematização da nossa realidade, valores e atitudes em um processo de educação permanente intitulada educação ambiental.

A Política Nacional de Educação Ambiental (Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999) define a educação ambiental, no seu artigo 1º, como “Os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade” (BRASIL, 1999, n.p.).

Conforme postulado no Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global, o objetivo da educação ambiental é promover valores e ações visando a transformação humana, social e preservação ecológica (RIO DE JANEIRO, 1992). Assim, cabe ao educador ambiental indagar à sociedade um novo modo de relação com a natureza pautada em uma relação ética para com os seres humanos e outros seres vivos (MUNIZ JUNIOR *et al*, 2021).

É necessário um novo modo de pensar nosso padrão de consumo pautado em uma economia circular que vislumbre a sustentabilidade em seus aspectos econômicos e sociais, diminuindo a vulnerabilidade da vida e da própria dignidade da pessoa humana (FRAGA; FERREIRA; OLIVEIRA, 2020). Uma das possibilidades para enfrentamento da sociedade consumista é trabalhar em uma perspectiva de educação ambiental que promova o senso de pertencimento com o ambiente natural ao problematizar nossas ações relacionando com os impactos socioambientais provenientes do nosso padrão de consumo, pois, ao nos percebermos partilhando a vida com outros seres do mundo, criamos vínculos profundos e permanentes, o que reflete no nosso posicionamento crítico e ético diante dos conflitos ambientais (IARED, 2015).

Argumentamos que as experiências estéticas são um dos caminhos para se propiciar o senso de pertencimento. A incorporação dessas práticas intencionais se mostra como uma possibilidade de se trabalhar a educação ambiental para a construção de valores éticos e estéticos, os quais podem vir a fomentar posicionamentos políticos; ações e novos valores em prol da conservação da biodiversidade. Como Gardner (1999) complementa, cada cultura possui padrões de como o mundo é, de como deveria ser, e tais padrões são pautados em sentimentos, emoções, princípios que transpassam a racionalidade humana. Aqui denominamos esse conjunto de especificações de valores éticos e estéticos. Neste sentido, o senso estético permite uma análise mais ampla da realidade, revendo nossos paradigmas e ações ao nos conectar com as outras formas de vida que nos circulam.

Este trabalho, em forma de ensaio teórico, discute e defende a incorporação das experiências estéticas nas atividades de educação ambiental como forma de ressignificar a nossa relação com a natureza repensando nosso padrão de consumo.

## 2. DESENVOLVIMENTO

Realizamos um levantamento que corresponde à revisão de referências teóricas como livros, artigos científicos (FONSECA, 2002) para reunir e analisar textos publicados, para apoiar o trabalho científico (SOUZA; OLIVEIRA; ALVES, 2021). As buscas foram realizadas nas bases de dados "Periódico Capes (PC)"; "Revista Eletrônica Mestrado em Educação Ambiental (REMEA)" e na "Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDBTD)" com as palavras-chave descritas no quadro 1.

Quadro 1 – Palavras-chave utilizadas e retorno nas bases de dados

N	Palavras-chave	PC	REMEA	BDBTD
1	"Sociedade do consumo"	66	19	6,250
2	"Consumismo"	1.073	7	56,915
3	"Experiências estéticas"	6.295	1	4,059
4	"Experiências estéticas contra o consumo"	7	0	12

Os buscadores "2" e "3" por serem palavras-chave mais amplas retornaram grandes quantidades de artigos para posterior filtragem pela leitura dos resumos para a revisão de literatura, enquanto as palavras-chave "1" e "4" direcionaram melhor a pesquisa para as bases filosóficas e sociológicas que influenciaram a transição da nossa sociedade para uma do consumo. Após filtragem dos artigos que realmente se aproximasse do tema do nosso estudo, propusemos os resultados a partir de três tópicos de análise: sociedade/ cultura do consumo, experiências estéticas e experiências estéticas contra o consumismo.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A visão utilitarista da natureza e a relação totalmente desrespeitosa com o meio ambiente têm forte influência das bases filosóficas e econômicas que pregam a supremacia do ser humano sobre o seu entorno onde as demais formas de vida existem apenas para serem dominadas por nós, estas correntes de pensamentos foram sendo construídas ao longo das sociedades como será discutido posteriormente.

### 3.1. Sociedade/cultura do consumo

Cada período histórico deixa conseqüências em nossa formação como sociedade. Na modernidade, foi legitimada uma racionalização extrema sobre o mundo, deixando em segundo plano a subjetividade do ser humano sobre o seu entorno. A excessiva racionalização do pensamento moderno deixou de lado as emoções e sentimentos que nos permitiam uma

sensibilidade para nossa formação ética (MHULE; CARVALHO, 2016, p. 37). Esta formação ética nos permite analisar nossas ações frente outras formas de vida e entender que nosso padrão de consumo é insustentável.

A pós-modernidade, impactada pelo avanço das tecnologias e internet, é marcada por estímulos visuais e, na contemporaneidade, estamos cercados por uma avalanche de estímulos. Todavia, mesmo cercados por estes, acabamos recebendo tais informações de forma mecânica e mesmo em meio à quantidade de informações, uma percepção crítica do mundo não é estimulada (TAVARES, 2009).

Tristão (2013), em seu trabalho, discute como os paradigmas sociais vigentes influenciam os conceitos e visões sobre ciência e natureza. Tais conceitos tomam diferentes sentidos e significados dentro dos valores sociais vigentes em cada época e sociedade. O paradigma econômico que influencia as bases sociais atuais é a cadeia produtiva. Assim, o valor de determinado produto está na sua finalidade e retorno financeiro. Campos (2006) relata que, a partir da Revolução Industrial, o racionalismo se tornou o *modus operandi* das Ciências e os recursos naturais como água, solo, ventos e até o sol, começaram a ser apossadas e apropriadas por poucos, cujas ambições eram movidas, principalmente, pelo acúmulo de capital. Assim, o indivíduo que conseguia consumir era sinônimo de quem acumulava capital, e nisto se instaura a idéia do consumo como forma de poder, fato que se estende até na contemporaneidade já que o consumo de bens e produtos é muito priorizado pelas sociedades capitalistas. Adquirir um produto ou serviço tem um significado cultural que vai além de seu aspecto comercial; ele também significa *status* e pertencimento a uma sociedade que valoriza esse comportamento (ROSSI, 2021).

Os impactos ambientais provenientes dos processos de globalização são a mais profunda expressão do racionalismo que considera a natureza como fonte de exploração, quando na verdade a Terra não é uma propriedade particular, ou seja, ela não existe em função da sociedade humana, uma vez que é auto emergente, ou seja, ela existe independentemente da existência da cultura humana (CAMPOS, 2006).

A partir dessa racionalidade, a relação ser humano e natureza se tornaram puramente utilitarista, tal a racionalidade é insensível à fragilidade do equilíbrio ecossistêmico do planeta e aos problemas socioambientais globais causados por intervenções antrópicas (TRISTÃO, 2013). A sociedade do consumo originada pelo capitalismo agiliza cada vez mais a destruição ambiental especialmente pela exploração dos recursos naturais e elimina qualquer forma sadia de desenvolvimento humano com a natureza, pois a sociedade atual não entende que o consumo é apenas a ponta final do processo produtivo que acarreta destruição ambiental e exploração excessiva dos recursos naturais.

A racionalização que prega um olhar estereotipado e sem pertencimento com a natureza é um dos motivos que propagaram a chamada sociedade/cultura do consumo. Nesta sociedade, as pessoas são julgadas, categorizadas e valorizadas pelo seu padrão de consumo, ou seja, dá-se mais valor para os aspectos simbólicos dos bens do que ao seu valor utilitário (ROSSI, 2021). Assim, o consumo se torna a palavra-chave da sociedade: o centro de todos os focos de interesse (BAUMAN, 2011); o contexto de bem-estar onde se estimula a sempre estar consumindo pensando que seus bens estão ultrapassados (ROSSI, 2021); o ser humano precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta (ISHERWOOD; DOUGLAS, 2006).

Como a desigualdade é inerente ao sistema capitalista, temos discriminação e desigualdade dentro do consumo visto que usufruir de certos bens materiais e imateriais demanda condições econômicas (SCHNEIDER, 2021), assim, o próprio consumo depende da condição socioeconômica. Podemos perceber este fato pela pandemia do novo coronavírus que escancarou as crueldades ocasionadas pelas desigualdades sociais além de aprofundar desigualdades da geopolítica mundial (SCHNEIDERL, 2021), pois até dia 24 de maio de 2021, 45% das doses disponíveis de vacinas contra a covid-19 haviam sido compradas pelos países mais ricos do mundo, cuja população corresponde a 15% da população global (ARCOVERDE; CORSALETTE, 2021).

Outro fator social inerente ao consumo é o acesso de grupos sociais que historicamente estavam em parte excluídos dessa prática. Pinheiro-Machado e Leitão (2006), em seu trabalho, discorrem como a produção e o consumo de versões falsificadas da bolsa *Louis Vuitton* por pessoas de classes mais baixas levou a crítica de moda a anunciar que a marca em questão era brega e, então, o consumo dela diminuiu radicalmente nas classes mais ricas.

Assim, podemos entender que sociedades sustentáveis são aquelas que além de entender o consumo como problemática ambiental, ao estabelecerem relações harmônicas com a natureza, entendem o consumo como problemática social, na qual todas as pessoas devem ter acesso ao consumo de produtos que elevem sua qualidade de vida independente de sua condição econômica (saúde; educação; lazer; cultura, etc).

Neste sentido atividades que fomentem a sensibilidade, no presente trabalho nos referimos especificamente às experiências estéticas, são essenciais para construção de sociedades que sejam comprometidas tanto com a causa ambiental quanto a causa social, respeitando tanto as demais formas de vida do meio natural, mas também promover mais respeito entre as pessoas dentro de uma sociedade.

### 3.2. Experiências estéticas

Nosso modo de viver como indivíduos é afetado por cada experiência no mundo, como Souza e Galiazzi (2019) complementam, a vivência tem uma forte afinidade estética. Para exemplificar, os autores compararam a vivência no mundo com uma contemplação com uma obra de arte. Ao nos depararmos com tais objetos, os entrelaçamentos sujeito-objeto trazem algo de novo, fora do comum, um estranhamento. Quando superamos essa sensação seguimos na tentativa de entender o que antes nos era estranho, e, nesse processo, entra tanto os elementos presentes na obra de arte, mas, também, a experiência individual do espectador, sua história, preconceitos, gostos etc.

Pereira (2011) defende que nestas experiências faltam palavras para dizer, para descrever ou explicar o que está se passando e como esse sentimento novo que inicia um jogo compreensivo que tem como propósito não o entendimento ou a explicação, mas a compreensão: a sensibilidade, a atenção, a percepção disso que, por enquanto, é só uma substância de conteúdo, ainda sem forma de expressão. À medida que esse diálogo vai acontecendo, pressupostos são confrontados, histórias são revistas e experiências são construídas. Assim, ao praticar experiências que levem em conta a estética buscamos provocar estranhamentos, desconfiar para desfamiliarizar e desnaturalizar aquilo que soa como velha canção aos novos ouvidos, paisagens desgastadas e desbotadas pelo tempo que se tornaram tão familiares aos nossos olhos e às nossas práticas (BASTOS, 2020).

Como Hermann (2010) afirma, a experiência estética ocorre no encontro entre sujeito e objeto estético e isso implica entender que o sujeito se transforma nessa experiência. Também se constitui como uma experiência da verdade no sentido de que aquilo que não está explicitado, que está oculto, também constitui nossa subjetividade e nossa relação com o mundo, consistindo justamente, no deslocamento que se sofre da forma tradicional de racionalidade que nos circunscreve, nos colocando diante do inédito, da novidade da interpretação (PEREIRA, 2011).

A experiência estética implica que o sujeito assuma uma atitude estética, uma abertura para novas percepções. Souza e Galiuzzi (2019) complementam que esta atitude necessita que a percepção racional do mundo seja suprimida e que no lugar se permitam que as interpretações subjetivas e pessoais emergam diante do que se busca compreender.

Pereira (2011) afirma que tal relação não pode ser forçada, ela é uma atitude desinteressada, uma abertura tanto para o objeto em si, mas, principalmente, para efeitos que ele tem em nós, nossas percepções e sentimentos. Tais experiências estéticas podem ocorrer com relação a qualquer objeto, seja ele arte, a paisagem ou outros seres vivos (PEREIRA, 2011), pois a experiência estética reside no potencial que estes objetos possuem de provocar diálogos que estimulem compreensões ampliadas sobre o sujeito e sobre o mundo (SOUZA; GALIAZZI, 2019).

Tendenciados pelo racionalismo somos movidos pelo interesse onde buscamos dominar (conceitual ou materialmente) as realidades que nos cercam e, nesse delírio de poder, impedimos nosso senso criativo de se desenvolver, entrar em jogo com um objeto ou acontecimento, de outro modo, representa conceder-se a possibilidade de, num único lance, configurar a experiência estética e ser configurado por ela (PEREIRA, 2011).

Assim, motivar experiências inquietantes e de estranhamento ao sujeito possibilitam o estabelecimento de diálogos que se afastam da ideia de dominação do estranhado, além de suspender seus preconceitos e se abrir ao novo sentimento que se apresenta (SOUZA; GALIAZZI, 2019).

### **3.3. Experiências estéticas contra o consumismo**

Levando em conta que o racionalismo extremo do ser humano levou à sociedade do consumo, a estética é uma forma de combate a essa cultura, pois a partir das experiências estéticas, podemos nos sentimos interligados à sujeitos e às coisas e, a partir disto, compreender que pertencemos ao lugar em que vivemos e buscamos ter atitudes ambientais (DOLCI; MOLON, 2018).

A base do ser humano está nas relações com o meio, com as pessoas, com a natureza, com o mundo (DOLCI; MOLON, 2018), porém, uma visão utilitarista do mundo não nos permite ter relações saudáveis com a natureza e com outras formas de vida. Práticas que levem em conta a dimensão estética permitem uma relação mais sensível e afetiva com o ambiente.

Nunes e Bomfim (2017) complementam que as questões socioambientais passam por um olhar superficial da população endurecida pela rotina, horários rígidos e violência. Concomitantes com esta afirmação, temos o trabalho de Marin (2012) que afirma que apesar da sociedade apresentar indicações de consciência ambiental, essas não manifestam atitudes frente a problemas locais devido, dentre outros fatores, principalmente, ao crescente individualismo.

Hermann (2005) afirma que a estética sempre se opôs ao racionalismo, o “*aisthesis*”, traz o estranho, o inovador e atua contra os aspectos restritivos da normalização ética (HERMANN, 2005). Assim, nessa dualidade, as experiências estéticas permitem uma nova forma de se perceber no mundo, pois este é um processo que ultrapassa o sentido racional do ser humano ao permitiria uma percepção por inteiro, algo que afetaria a sensibilidade, nos desestabilizando e permitindo mudanças de pensamentos e postura (MHULE; CARVALHO, 2016).

Conforme Tavares (2009) postula, a relação do ser humano com a realidade é mediada pelos processos de significação humana, social, histórica e cultural. Ações que ressignifiquem o meio ambiente são essenciais e, portanto, faz-se urgente pensar nas possibilidades da estética como forma produtiva de compreender as novas exigências éticas diante da pluralidade (HERMANN, 2005), construindo assim uma relação não de submissão à natureza, mas como forma independente á nós (levando em conta o caráter auto emergente da natureza).

Abordar a educação ambiental pelas experiências estéticas potencializa formas alternativas de perceber paradigmas e valores, pois a estética torna-se imprescindível para (re)significar o mundo (TAVARES; BRANDÃO; SCHMIDT, 2009). A partir delas, o ser humano se relaciona com o mundo, não para sistematizar explicações racionais sobre ele, mas como um campo de experiências, de criação de novos modos de viver e de novas subjetividades (MARIN; KASPER, 2009). Uma educação estética modifica quem a vivencia e permite ver o mundo sob uma nova luz (HERMANN, 2005), neste sentido a estética permite a mudança de valores e posturas frente a cultura do consumo.

Dentro das possibilidades de se trabalhar a educação ambiental, as experiências estéticas possibilitam que o ser humano entenda a natureza como um complexo sistema de relações. A idéia de ambiente que buscamos é um ambiente mais amplo, como a atmosfera que circunda a vida do ser humano, assim como as diversas formas de vida do seu entorno, como extensão do individual, social, ecológico, cultural e afetivo (TAVARES; BRANDÃO; SCHMIDT, 2009). O trabalho da estética é problematizar se este sistema de relações está equilibrado, pois estas relações sofrem modificações com o tempo, e sendo positivas ou não, uma postura educacional se faz necessária para problematizar e refletir sobre a situação ambiental em sua complexidade visando à superação da visão utilitarista da natureza que reforçam a noção de que o mundo foi criado para o deleite dos seres humanos (TAVARES; BRANDÃO; SCHMIDT, 2009).

#### 4. REFLEXÕES INICIAIS

Neste trabalho, propusemos relacionar a importância de se inserir a estética nas atividades de educação ambiental na busca por sociedades mais sustentáveis visto que o olhar extremamente racional sobre o mundo tornou a relação ser humano-natureza puramente utilitarista. Assim, o valor do meio ambiente está no seu retorno financeiro. Nesse contexto, visão que se tem da natureza é puramente o local de extração de recursos naturais que alimenta nosso padrão de consumo, o que contribuiu para culminar na crise ambiental que vivemos.

A sociedade ou cultura do consumo se instaura quando o consumo é o pilar central das relações humanas. Consumimos produtos para nos sentirmos aceitos em sociedade e tal consumo é influenciado pelas vias de marketing, nos vendendo uma imagem que o consumo é sinônimo de bem-estar e felicidade. Porém, essa sociedade não entende que o consumo é apenas a ponta final do processo produtivo que ocasiona extrações de recursos naturais

excessivas, aumento no número de rejeitos; aumento da desigualdade e discriminação dentro do próprio consumo.

Sociedades sustentáveis são aquelas que além de superar o sentido utilitarista da natureza, enxergando-a como uma extensão a nossa sociedade, entendem o consumo como problemática social, onde todas as pessoas devem ter acesso ao consumo de produtos que elevem sua qualidade de vida, como vacinas; alimentos; produtos de limpeza e momentos de lazer.

A estética, ao se opor ao racionalismo, permite processos que ressignifiquem a própria existência do ser humano no planeta. Ao estimular nossa sensibilidade ao meio natural, problematizamos nossa realidade, entendemos nosso papel e responsabilidade frente aos problemas socioambientais e nos sentimos pertencentes a um sistema interligado de relações, tanto com outras pessoas como nós e a natureza. Entendemos que a natureza não é submissa, ela não existe para nos servir, mas existe para coexistir conosco.

## 5 REFERÊNCIAS

- ARCOVERDE, L.; CORSALETTE, C. **A desigualdade “escandalosa” na vacinação mundial**. Nexo Jornal, 2021.
- BASTOS, S. N. D. Por um ensino de Biologia que se permita escutar a voz dos passarinhos e desenhar o cheiro das árvores. In: FERREIRA, Marcia Serra *et al.* **Vidas que ensinam o ensino da Vida**. São Paulo: Livraria da Física, 2020.
- BAUMAN, Z. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BRASIL. **Política Nacional de Educação Ambiental**. Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999.
- CAMPOS, Pedro Celso. Ecologia Humana. O pressuposto da Ética na preservação do Meio Ambiente. **Revista de Comunicación Social**, v. 6, n. VI, p. 96-107, 2006.
- DOLCI, Luciana Netto; MOLON, Susana Inês. Educação Estético-Ambiental: o que revelam as dissertações e teses defendidas no Brasil. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 13, n. 2, p. 785-806, 2018.
- IARED, Valéria Ghislotti. **A experiência estética no Cerrado para a formação de valores estéticos e éticos na educação ambiental**. 2015. Tese (Doutorado em Ecologia e Recursos Naturais) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.
- FRAGA, Fellipe Vilas Bôas; FERREIRA, Rui Miguel Zeferino; DE OLIVEIRA, Bruno Bastos. O consumo colaborativo como meio de promoção do desenvolvimento nacional sustentável na sociedade hipermoderna. **Revista Brasileira de Direito**, v. 16, n. 1, p. 1-20, 2020.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GARDNER, H.G. **O verdadeiro, o belo e o bom: os princípios básicos para uma nova educação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
- HERMANN, Nadja. **Ética e estética: a relação quase esquecida**. Edipucrs, 2005.
- HERMANN, N. **Autocriação e horizonte comum: ensaios sobre educação ético - estética**. Ijuí: Unijuí, 2010
- ISHERWOOD, Baron; DOUGLAS, Mary. **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- LOUREIRO, C.F.B. Educação Ambiental crítica: contribuições e desafios. In: MELLO, S.S.; TRAJBER, R. (Org.). **Vamos cuidar do Brasil: conceitos e práticas em Educação Ambiental na escola**. Brasília, DF: Ministério da Educação; UNESCO, 2007.

- MARIN, Andréia Aparecida; KASPER, Kátia Maria. A natureza e o lugar habitado como âmbitos da experiência estética: novos entendimentos da relação ser humano-ambiente. **Educação em Revista**, v. 25, n. 02, p. 267-282, 2009.
- MARIN, Andreia Aparecida. Ética, estética e educação ambiental. **Revista de Educação PUC-Campinas**, n. 22, 2012.
- MUHLE, R. P.; CARVALHO, I. C. M.. Experiência estética no Centro de Pesquisas e Conservação da Natureza Pró-Mata–PUCRS Aesthetic experience in the Center for Research and Conservation of Nature Pró-Mata–PUCRS. **REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**[VI1] . Rio Grande, v. 33, n. 1, p. 37-54, 2016.
- MUNIZ JÚNIOR, Antônio Carlos N. Muniz et al. Educação ambiental e os quirópteros: sensibilização com os alunos do ensino fundamental II. In: Simpósio de Licenciatura em ciências exatas e computação, 4., 2021, Palotina. **Anais [...]** . Palotina: [S.N], 2021. p. 29-34.
- NUNES, Luciana Simões Rodrigues; DO BOMFIM, Alexandre Maia. Estética e Educação Ambiental: primeiras reflexões sobre cenários e imagens no processo de alienação da natureza. **REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 34, n. 3, p. 245-262, 2017.
- PEREIRA, M. V. Contribuições para entender a experiência estética. **Revista Lusófona de Educação**. [S.L], v. 18, n. 18, p. 101-121. dez. 2011.
- PINHEIRO-MACHADO, R.; LEITÃO, D. K. O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil. In: LEITÃO, D. K.; LIMA, D. N. O.; PINHEIRO-ACHADO, R. (org.). **Antropologia e consumo: diálogos entre Brasil e Argentina**. Porto Alegre: AGE, 2006. p. 23-46.
- SOUSA, R. S.; GALIAZZI, M. C. Experiências Estéticas na Pesquisa em Educação Química: Emergências Investigativas na Formação de Professores de Química em uma Comunidade Aprendente. **Revista de Educação, Ciências e Matemática**. [S.I], v. 9, n. 2, 2019.
- SOUSA, Angélica Silva; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.
- TAVARES, Claudia Moraes Silveira; BRANDÃO, Claudia Mariza Mattos; SCHMIDT, Elisabeth Brandão. Estética e Educação Ambiental no paradigma da complexidade. **Pesquisa em Educação Ambiental**, v. 4, n. 1, p. 177-193, 2009.
- TAVARES, C. M. S. **A estética na (re)significação de valores éticos do(a) educador(a) ambiental**. 2009. 88 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação Ambiental, Universidade Rio Grande, Rio Grande, 2009.
- TRISTÃO, Martha. Uma abordagem filosófica da pesquisa em educação ambiental. **Revista Brasileira de Educação**, v. 18, n. 55, p. 847-860, 2013.
- RIO DE JANEIRO. **Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global**, de junho de 1992.
- ROSSI, Jéssica de Cássia. Cultura e consumo. In: SILVEIRA, Guaracy Carlos da *et al.* **Antropologia do consumo**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. p. 25-34.
- SCHNEIDER, Natalia. Consumo: aspectos culturais. In: SILVEIRA, Guaracy Carlos da *et al.* **Antropologia do consumo**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. p. 123-138.
- SILVEIRA, Guaracy Carlos. Consumo: aspectos culturais. In: SILVEIRA, Guaracy Carlos da *et al.* **Antropologia do consumo**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. p. 49-64.