



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS E CIÊNCIAS EXATAS



---

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

---

MARIA SOCORRO FIGUEIREDO DOS SANTOS

**O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS:  
NAS FESTIVIDADES DO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE FÁTIMA –  
FORTALEZA/CEARÁ.**

**RIO CLARO – SP  
2013**

**MARIA SOCORRO FIGUEIREDO DOS SANTOS**

**O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS:  
NAS FESTIVIDADES DO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE FÁTIMA -  
FORTALEZA/CEARÁ.**

Tese apresentada ao Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, de Rio Claro, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dra. Ana Tereza Caceres Cortez.

**RIO CLARO – SP  
2013**

604.6 Santos, Maria Socorro Figueiredo dos  
S237c O consumo e a geração de resíduos sólidos nas  
festividades do Santuário de Nossa Senhora de Fátima -  
Fortaleza/Ceará / Maria Socorro Figueiredo dos Santos. - Rio  
Claro : [s.n.], 2013

124 f. : il., figs., gráfs., forms., tabs., quadros, fots., mapas

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista,  
Instituto de Geociências e Ciências Exatas  
Orientador: Ana Tereza Caceres Cortez

1. Resíduos. 2. Festividades religiosas. 3. Meio ambiente.  
I. Título.

**MARIA SOCORRO FIGUEIREDO DOS SANTOS**

**O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS:  
NAS FESTIVIDADES DO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE FÁTIMA -  
FORTALEZA/CEARÁ.**

Tese apresentada ao Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, de Rio Claro, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia.

Comissão Examinadora

Prof<sup>a</sup>. Dra. Ana Tereza Caceres Cortez (Orientadora)  
IGCE / UNESP / Rio Claro (SP)

Prof. Dr. Manuel Rolando Berrios Godoy  
IGCE / UNESP / Rio Claro (SP)

Prof<sup>a</sup>. Dra. Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza  
IGCE / UNESP / Rio Claro (SP)

Prof<sup>a</sup>. Dra. Tânia Maria Campos Leite  
Convidada

Prof. Dr. Márcio José Celeri  
Convidado

Rio Claro, SP, 18 de março de 2013

A Deus, pela força e coragem recebidas para enfrentar os obstáculos da vida.

Às filhas amadas: Gabriela, Clarisse e Beatriz, fontes de motivação para o crescimento pessoal e profissional.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, por toda oportunidade que a vida me ofereceu para crescer pessoalmente e profissionalmente, conquistando novos espaços.

A todos os professores do curso, pela orientação teórica recebida no decorrer do curso, principalmente nas ocasiões em que me exigiam maior empenho, e pelo compromisso de cada um com a qualificação em processo.

Em especial, à minha orientadora, professora Dra. Ana Tereza Caceres Cortez, pela disponibilidade e compreensão durante a construção desse trabalho, oferecendo-me a orientação necessária à superação das dificuldades encontradas.

A todos os colegas do curso, pela troca de experiências e pela partilha de conhecimento nos encontros acadêmicos, conseqüentemente, de enriquecimento teórico e crítico, permitindo-me visualizar novos horizontes. Sobretudo, à amiga Izaíra Machado Evangelista, pelo apoio e reflexões para a construção desse trabalho.

À Pastoral Social, em especial os membros do movimento em prol da coleta seletiva do santuário de Fátima, pela cordial atenção e apoio durante o trabalho de campo.

À minha família, em especial à minha mãe Marciana Pereira de Figueiredo, às minhas filhas: Gabriela, Clarisse e Beatriz e à minha irmã Gorete, pela paciência nos momentos de ausência para estudo, pelo estímulo e apoio e por acreditarem nas minhas possibilidades, e ao meu querido sobrinho Glaudiney, que, tão gentilmente, orientou-me na elaboração dos gráficos e formatação desse trabalho.

A sustentabilidade real supõe um outro paradigma de relação para com a natureza. Hoje predomina ainda a relação meramente utilitarista, como se ela apenas existisse para atender às nossas necessidades. Esquecemos que nós somos parte da natureza e que ela não é composta apenas pelos seres humanos. Todos os seres são interdependentes e formam a comunidade de vida. A rede, que desta conectividade se deriva, é responsável pelo equilíbrio da vida e do planeta.

Leonardo Boff

## RESUMO

Este estudo apresenta uma análise crítica a respeito do consumo em festividades religiosas, no espaço público, e a conseqüente geração de resíduos sólidos, causando impacto ao ambiente urbano. Aborda, inicialmente, as características da sociedade de consumo, e expõe como a cultura consumista contribui para a geração desses resíduos. Contextualiza o Santuário de Nossa Senhora de Fátima, em Fortaleza-CE, como espaço de devoção e de comercialização de bens simbólicos, ao mesmo tempo em que questiona as políticas governamentais por não contemplarem um gerenciamento satisfatório da ocupação e dos resíduos sólidos produzidos nesse espaço público. Constata, através da análise dos resultados obtidos em pesquisa realizada em dois momentos das festividades religiosas, que há conflito entre os discursos dos agentes sociais envolvidos. Embora estes afirmem se preocupar com a questão da sustentabilidade, a *práxis* não coaduna com esse discurso, pois a conduta comportamental durante a comercialização e descarte dos resíduos sólidos reflete contradição, em função dos impactos ambientais que interferem negativamente na paisagem do lugar. Conclui-se que a reversão dessa realidade só ocorrerá com uma ação integrada dos órgãos públicos, permissionários, fiéis, pastoral da Igreja (esta já vem desenvolvendo trabalho de educação ambiental) capaz de proporcionar a formação de uma consciência cidadã, em que todos os envolvidos sintam-se responsáveis pela sustentabilidade do ambiente em que se encontra o Santuário.

**Palavras-chave:** Festividades Religiosas. Consumo. Meio Ambiente. Resíduos. Santuário de Fátima.

## ABSTRACT

This study presents a critical analysis on the consumption in religious events in public spaces and the generation of solid waste that end up impacting on the urban environment. Firstly, it is discussed the characteristics of the consumer society, and it is also pointed out how the consumer culture contributes in generating that kind of waste. The *Nossa Senhora de Fátima* Shrine in Fortaleza-Ce is assumed as a space for devotion and marketing of symbolic goods, which does not present, though, government policies of occupation and satisfactory management of the garbage produced in this public space. It is noticed through analyzing the results obtained in two occasions of religious festivities that there is conflict between the speeches of social actors involved. While people claim that they care about the issue of sustainability, the practice is inconsistent with this talk, because the behavioral conduct during marketing and disposal of solid waste reflects contradiction that creates negative impacts on the landscape of the place. It is concluded that the reversal of this reality will occur to the extent that there is an integrated action among public agencies, licensees, community and the Church (which has been developing an environmental education action), capable of forming a citizen consciousness, in which all involved feel responsible for the sustainability of the Shrine.

**Keywords:** Religious Events. Consumption. Environment. Waste. Fatima Shrine.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Localização da área de estudo: Fortaleza - CE.....	49
<b>Figura 2</b> – Vista Aérea do Santuário de Nossa Senhora de Fátima. ....	50
<b>Figura 3</b> – Imagem de Nossa Senhora de <i>Fátima no altar-mor do Santuário</i> .....	52
<b>Figura 4</b> – Construção do Santuário de Nossa Sra de Fátima, Fortaleza - CE. ....	53
<b>Figura 5</b> – Santuário de Nossa Senhora de Fátima.....	53
<b>Figura 6</b> – Barracas dos Permissionários na Praça Pio IX, durante Evento Festivo no Entorno do Santuário de Fátima. ....	58
<b>Figura 7</b> – Situação do entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima em Fortaleza CE, no dia seguinte aos eventos.....	58
<b>Figura 8</b> – Quiosques de Divulgação de Serviços no Entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima.....	59
<b>Figura 9</b> – Consumo de Serviço durante as Celebrações no Santuário Nossa Senhora de Fátima.....	59
<b>Figura 10</b> – Praça Pio IX no entorno do Santuário de Fátima em Fortaleza-CE após o evento religioso .....	60
<b>Figura 11</b> – Banner da campanha pró-coleta seletiva. ....	61
<b>Figura 12</b> – Lixeiras internas no Santuário de Fátima .....	65
<b>Figura 13</b> – Lixeiras externas no Santuário de Fátima .....	66
<b>Figura 14</b> – Eco Brechó realizado pelo grupo do movimento pró-coleta seletiva, no Santuário de Fátima em Fortaleza/CE .....	67

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Destino final dos resíduos sólidos, por ano – Brasil 1989 / 2008.....	38
<b>Quadro 2</b> – Coleta e geração de RSU no Estado do Ceará em 2010. ....	38
<b>Quadro 3</b> – Coleta e geração de RSU em Fortaleza CE em 2010. ....	39
<b>Quadro 4</b> – Relatório de produção de resíduo sólido por tonelada da EMLURB.....	63

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Cidade de Origem dos Fiéis. ....	79
<b>Gráfico 2</b> – Nível de Escolaridade dos Fiéis.....	80
<b>Gráfico 3</b> – Nível de Preocupação com o Descarte dos Resíduos no Santuário.....	81
<b>Gráfico 4</b> – Proteção Ambiental Frente Ao Crescimento Econômico.....	82
<b>Gráfico 5</b> – Mercadorias Consumidas No Santuário De Fátima.....	83
<b>Gráfico 6</b> – Motivo da Aquisição de Bens Simbólicos.....	84
<b>Gráfico 7</b> – Nível de Participação dos Fiéis na Produção dos Resíduos.....	85
<b>Gráfico 8</b> – Formas de Acondicionamento dos Resíduos Produzidos no Santuário.	86
<b>Gráfico 9</b> – Importância do Comércio de Bens Simbólicos. ....	87
<b>Gráfico 10</b> – Conhecimento da Campanha Seletiva dos Resíduos Sólidos. ....	87
<b>Gráfico 11</b> – Meio de Conhecimento da Campanha de Coleta Seletiva de Resíduos Sólidos, Lançada no Santuário.....	88

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRELPE – Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

AMC – Autarquia Municipal de Trânsito, Serviços Públicos e Cidadania de Fortaleza

CCN – *Costumer Citizenship Network*

CCPM – Centro Comunitário Presidente Médici

COPMF – Código de Obras e Posturas Municipais de Fortaleza

CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

EIA – Estudo de Impacto Ambiental

HABITAFOR – Fundação de Desenvolvimento Habitacional de Fortaleza

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PROCON – Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor

PET – Poli Tereftalato de Etila – poliéster, polímero, termoplástico ou plástico

PEV – Posto de Entrega Voluntária

PNRS – Política Nacional de Resíduos Sólidos.

PNSB – Pesquisa Nacional de Saneamento Básico

NBR – Normas Brasileiras

RIMA – Relatório de Impacto do Meio Ambiente

RSU – Resíduos Sólidos Urbanos

RMF – Região Metropolitana de Fortaleza

SEMACE – Secretaria de Meio Ambiente do Ceará

SEMAM – Secretaria de Meio Ambiente e Controle Urbano

SER IV – Secretaria Executiva Regional IV

UNEP – *United Nations Environment Programme*

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	13
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLOGIA .....	20
2. CONSUMO E SOCIEDADE DE CONSUMO .....	24
2.1 <i>A Cultura Consumista</i> .....	29
2.2 <i>O Comportamento dos Consumidores</i> .....	32
3. GERAÇÃO DE RESÍDUOS E MEIO AMBIENTE.....	34
3.1 <i>Resíduos Sólidos e Impactos Ambientais</i> .....	39
3.2 <i>Consumo Consciente e Sustentabilidade</i> .....	44
3.3 <i>Consumo e Geração de Resíduos em Eventos</i> .....	47
4. CONSUMO NO SANTUÁRIO DE FÁTIMA.....	49
4.1 Histórico do Santuário de Fátima .....	49
4.2 Manifestações Populares e Religiosidade .....	54
4.3 Consumo e descarte nos eventos religiosos .....	56
4.4 Movimentos pró-coleta seletiva no Santuário .....	61
4.5 Poder Público e Meio Ambiente em Fortaleza .....	67
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	71
5.1 Consumo no Santuário de Fátima e respectivo impacto ambiental .....	71
5.2 Pesquisa de Campo .....	74
5.2.1 <i>A fala dos permissionários</i> .....	75
5.2.2 <i>A fala da representante da Igreja</i> .....	76
5.2.3 <i>A fala do representante da Prefeitura</i> .....	78
5.3 Análise e interpretação dos dados (a fala dos fiéis) .....	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	91
REFERÊNCIAS.....	94
APÊNDICES .....	102
ANEXOS .....	110

## INTRODUÇÃO

Com o avanço do sistema capitalista, o consumo tornou-se um campo de investigação complexo, por envolver várias formas de provisão e não apenas aquelas concebidas no formato tradicional de compra e venda de mercadorias em condição de troca. Como destacam Barbosa e Campbell (2006, p.25), a área de verificação do consumo passou a incluir diferentes:

[...] atividades, atores e um conjunto de bens e serviços que não se restringem necessariamente aos providos sob a forma de mercadorias, embora a maioria dos autores tenda a focalizar em suas análises apenas as coisas adquiridas no mercado.

No Santuário de Fátima (Fortaleza, CE), por exemplo, campo de estudo desta pesquisa, são comercializados produtos e serviços<sup>1</sup> que, *a priori*, não se encaixam no perfil de festividades religiosas, sendo uma evidente demonstração da força do capital, que não escolhe tempo nem espaço para se firmar e obter lucros.

Na sociedade contemporânea, regida pelas leis de mercado, há um consumo excessivo de produtos mais pelo apelo do *marketing* do que pela necessidade. O supérfluo impõe-se como força necessária para a expansão do lucro. Esta prática é chamada de Consumismo, prática esta inevitável em uma sociedade capitalista, na qual os desenvolvimentos político, econômico e social extrapolam a esfera do bem comum e da alteridade.

Nessa linha de pensamento, tem-se que o consumo é “antes uma escolha feita em contextos culturais, políticos e sociais complexos.” (CROSS, *apud* CNN<sup>2</sup>, 2005, p.18). Entretanto, a não consciência nas relações de consumo e pós-consumo tem gerado um descompasso entre sociedade e natureza, conforme certifica Leite (2005, p.45), quando afirma que: “os mais de 6 bilhões de pessoas que habitam hoje o planeta Terra, com seu elevado consumo de energia, água e outros recursos naturais, constituem o principal fator de desequilíbrio ecológico para o meio ambiente global”.

---

<sup>1</sup> Dentre outros, podemos destacar: venda de plano de saúde; oferta de serviço, como massagem terapêutica; serviço de enfermagem, como estratégia de marketing de farmácia; balões, como meio de propaganda de produtos diversos, como se fora outdoor flutuante.

<sup>2</sup> The Consumer Citizenship Network (CCN) é uma rede interdisciplinar de educadores, investigadores e representantes de organizações não-governamentais que partilham o interesse em saber como o papel do indivíduo enquanto consumidor pode contribuir construtivamente para o desenvolvimento sustentado e para a solidariedade mútua. [...] A CCN integra 135 instituições em 35 países, e inclui ainda a UNESCO, UNEP e Consumers International, funcionando assim como um amplo fórum de diálogo e cooperação em investigação e desenvolvimento na área da educação do consumidor. (CCN, 2005, p. 2)

Quando se referem ao consumismo como prática social, Ortigoza e Lombardo (2011) advertem que ele também pode ser considerado como uma ação extremamente prejudicial ao meio ambiente, sendo necessária, para rever esse quadro, uma ação conjunta de medidas a requerer “uma avaliação mais abrangente do papel do Estado e das empresas capitalistas nesse processo.” (p.29).

Em relação ao consumidor, é preciso uma mudança de atitude, a qual requer conscientização, mobilização e organização. Somente uma nova postura poderá construir uma atitude coletiva responsável, capaz de enxergar e minimizar os impactos causados pelo consumo, uma vez que o consumo sustentável significa postura de prevenção. Segundo Cortez e Ortigoza (2007, p.12), “[...] é preciso que nosso consumo seja garantido, mas que seus padrões se modifiquem a fim de minimizar os impactos ambientais do descarte e do uso exagerado dos recursos naturais.”

Paralela à conscientização do consumidor, é necessária também a reutilização dos produtos de consumo para, com esta atitude, minimizar os impactos dos descartáveis. Reciclar os produtos já utilizados, transformando-os em novos produtos, servirá para preservar o meio ambiente - ação esta denominada de pós-consumo. Para que estas ações se efetivem, seja a preservação dos espaços ou o gerenciamento dos resíduos relativos ao consumo, o fator cultural e a educação são fundamentais.

Em relação à precária sustentabilidade do planeta, Leonardo Boff (2012, p.39) afirma que o “tipo de desenvolvimento que temos hoje é absolutamente insustentável, devasta a natureza e gera injustiças sociais, econômicas e ambientais”.

Os eventos de massa, por suas características democráticas de acesso e público alvo, são campos preciosos para observação da intervenção humana no ambiente. No caso das festividades religiosas, as quais trazem consigo o estigma de exaltação moral, seria natural que o público presente praticasse o consumo e o descarte responsável dos resíduos sólidos no meio ambiente, já que, de acordo Boff (2012, p.29), “as igrejas e as religiões [...] têm uma função pedagógica e trabalham com valores”. Entretanto, não é o que acontece no Santuário de Nossa Senhora de Fátima.

Como frequentadora deste Santuário, venho observando, há bastante tempo, que nas festividades que ocorrem todo dia treze de cada mês, quando o Santuário

recebe um grande número de devotos, que vêm, inclusive, da área metropolitana de Fortaleza, produz-se um volume acentuado de resíduos no seu entorno. Esse fato demonstra que não há uma consciência por parte dos agentes sociais aí envolvidos, no que se refere ao uso e gerenciamento correto do espaço por eles ocupado.

Segundo Sá (2007), cerca de seis a sete mil pessoas se fazem presentes nas celebrações religiosas de cada mês<sup>3</sup>, perfazendo uma média de 30 mil fiéis por dia. Observa-se que, no final desse evento, o lixo acumula-se no local, intervindo negativamente na paisagem urbana e, conseqüentemente, gerando impactos ambientais que precisam ser evitados por meio de ação integrada da sociedade civil e do poder público.

Nesse contexto, a presente pesquisa se propõe a analisar os impactos do consumo e geração de resíduos sólidos no entorno deste Santuário, bem como o papel do poder público e da sociedade civil com seus respectivos agentes sociais engajados nesse evento. Vale lembrar aqui que, quando não se têm políticas públicas voltadas para conscientização dos agentes sociais que atuam num determinado espaço, dá-se uma intervenção negativa, que pode trazer grandes impactos ao lugar e/ou entorno onde o evento ocorre.

Com a investigação realizada, foi possível observar que a festividade religiosa do Santuário de Fátima, que pela sua natureza popular organizou-se de forma espontânea, encontra-se em plena expansão. E, mesmo não se caracterizando como um lugar de prática de turismo religioso, o Santuário em questão já faz parte do calendário cultural mais formal do município de Fortaleza.

Desse modo, nas festividades do Santuário de Fátima vem ocorrendo um crescimento desordenado de ocupação dos espaços, especialmente por permissionários<sup>4</sup>, os quais estimulam o consumo, sobretudo de bens religiosos, e, ainda não devidamente esclarecidos quanto ao uso correto do espaço público, fazem o descarte de resíduos sólidos sem nenhum critério em relação à preservação do meio ambiente.

Também contribuem para impactar a realidade do lugar, durante as festividades religiosas, os fiéis que vão mensalmente ao Santuário participar das missas. Lá eles adquirem bens simbólicos e também realizam outros tipos de consumo, tais como: alimentação, bebidas com descarte de embalagens,

---

<sup>3</sup> Com destaque para os meses de maio e outubro, quando há celebração de missa durante todo dia, referência ao período em que ocorreram as aparições de Fátima aos pastorzinhos.

<sup>4</sup> São pessoas que obtêm autorização formal da Prefeitura Municipal de Fortaleza para ocupação do espaço público com fins comerciais.

panfletagens de toda natureza, além de uma inusitada venda de serviços diversos, tais como massoterapia e planos de saúde, que se caracterizam como atividades de consumo do espaço.

Neste estudo, foram abordadas questões relacionadas à ocupação e a uma possível sustentabilidade do espaço urbano<sup>5</sup>, com base no entendimento de que os eventos culturais, independente de sua natureza, projetam-se na organização do espaço e refletem as contradições sociais, políticas e econômicas. De acordo com Santos (1997, p.88), “o espaço é a síntese, sempre provisória, entre o conteúdo social e as formas espaciais”.

A dinâmica espacial desse lugar de representação simbólica pode ser compreendida como uma expressão dialética entre a manifestação da fé no espaço e as diferentes formas espaciais, que se consubstanciam em uma área de consumo, especialmente de bens simbólicos. Tal comercialização acaba gerando resíduos que demonstram as diferentes formas de apropriação do espaço público.

No local aqui analisado, a situação do acúmulo de resíduos sólidos agravou-se após a construção da imagem de Nossa Senhora de Fátima, com 15 metros de altura, a maior do mundo até o presente momento, porque a população, interessada em conhecer esse monumento, desloca-se, cada vez mais e em maior número, para os eventos religiosos que ali acontecem. Outro acontecimento que tende a piorar a situação é a possível transformação do Santuário em Basílica<sup>6</sup>, já que o número de pessoas que irão frequentar o local tende a aumentar com isso.

A fim de requerer, com urgência, políticas públicas que contemplem essa problemática e que venham somar-se à iniciativa do Santuário, na tentativa de minimizar esses impactos ambientais, lançou-se um movimento pró-coleta seletiva dos resíduos produzidos durante as celebrações religiosas. O pároco atual afirma que pretende “transformar o Santuário em um local, também de referência da cidade, de defesa do meio ambiente e da vida” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2009)<sup>7</sup>.

É importante destacar que não é objeto dessa pesquisa a implantação de um programa de educação e coleta seletiva na perspectiva do pós-consumo. O objetivo é, sim, realizar uma análise crítica dessa realidade urbana, impactada pela produção de resíduos sólidos por ocasião do consumo durante as festividades religiosas, bem

---

<sup>5</sup> Monte-Mór (2006, p.12) “a sustentabilidade no espaço urbano tem relação direta com o grau de permeabilidade e integração entre o espaço natural e o espaço social, centrados na conservação das condições ecológicas adequadas às distintas comunidades”.

<sup>6</sup> Segundo Cavalcante (2011) já se encontra em tramitação.

<sup>7</sup> Essa entrevista foi realizada pelo jornal “Diário do Nordeste”, 2009, por ocasião do lançamento da campanha seletiva do lixo.

como fornecer dados para formulação de políticas públicas voltadas para a minimização deste problema.

A expansão da lógica do consumo nos moldes capitalista enfronhou-se no espaço sagrado e se faz presente nos grandes eventos religiosos. Sobre isso, Santos faz uma síntese significativa.

[...] O consumo instala sua fé por meio de objetos, aqueles que em nosso cotidiano nos cercam na rua, no lugar de trabalho, no lar, na escola, quer pela sua presença imediata, quer pela promessa ou esperança de obtê-los. Numa sociedade tornada competitiva pelos valores que erigiu como dogmas, o consumo é verdadeiro ópio, cujos templos modernos são os Shopping Centers e os supermercados, aliás, construídos à feição das catedrais. (SANTOS, 1987, p. 34)

No espaço profano do Santuário de Fátima, observa-se essa mesma conduta e concepção mercantilista. Assim, defendemos a tese de que, para minimizar a problemática dos resíduos sólidos gerados pelo consumo em eventos públicos, são necessárias a conscientização e a mudança de atitude dos agentes sociais envolvidos, através de um conjunto de medidas governamentais e não governamentais.

Sabe-se, entretanto, que modificar os pensamentos ou hábitos das pessoas é um grande desafio, porque lida com valores culturais enraizados na psique a revelar-se no comportamento humano. Até porque, um processo de mudança cultural implica em internalizar novas formas de atitudes e de comportamento e não somente a implementação de um conjunto de medidas de caráter governamental e não governamental.

Sendo assim, vemos o meio ambiente sucumbindo frente ao consumismo e incapaz de acompanhar o ritmo de exploração a que está submetido. Nossa tese, então, é de que, conhecendo-se o problema, chega-se mais perto da solução. E ela pode estar ao nosso alcance. Nesse caso, uma reflexão coletiva a respeito da produção e do destino dos resíduos sólidos, alertando os consumidores para uma postura consciente e responsável, será a garantia de que a sobrevivência do planeta não será comprometida de forma irremediável.

Neste contexto, esta pesquisa tem como **Objetivo Geral**:

- Analisar os impactos do consumo na geração de resíduos no Santuário de Nossa Senhora de Fátima – Fortaleza (CE), no recorte de tempo compreendido entre 2009 e 2011.

Como **Objetivos Específicos**:

- Realizar uma descrição histórica e social do contexto em que está inserido esse santuário metropolitano;
- Conhecer e analisar os hábitos de consumo dos frequentadores, nos dias 13 de cada mês e, especialmente, nos dias 13 dos meses de maio e outubro, quando ocorrem as duas principais festas do santuário, assim como as motivações para o consumo;
- Demonstrar que, em decorrência destas festividades religiosas, o consumo que ali ocorre gera resíduos que interferem negativamente na paisagem urbana local;
- Investigar sobre política e gerenciamento dos resíduos para as festividades religiosas do santuário;
- Contribuir para a formulação de políticas públicas comprometidas com a minimização dos impactos ambientais, em consequência da geração de resíduos provenientes do consumo, essencialmente em função da venda de bens simbólicos.

Com o propósito de realizar estes objetivos, este estudo foi estruturado em cinco capítulos. O primeiro apresenta o referencial teórico, tomado como base para esta investigação, a metodologia e os procedimentos utilizados na pesquisa. Abordam-se, neste capítulo, as temáticas: consumo, cultura consumista, geração de resíduos e meio ambiente.

O capítulo dois reflete sobre o consumo na sociedade capitalista, expondo as características da cultura de consumo e o comportamento dos consumidores na sociedade pós-moderna. No terceiro capítulo, faz-se uma análise dos padrões de produção e consumo, e, a seguir, discutem-se os aspectos relacionados à geração

de resíduos sólidos e seu impacto sobre o meio ambiente, demonstrando que essas intervenções provocam desequilíbrio na natureza.

O quarto capítulo aborda, especificamente, o consumo no Santuário de Fátima. Primeiramente, faz um relato histórico do Santuário, com destaque para as manifestações populares e religiosidade, enfatizando o consumo e a forma de descarte dos resíduos sólidos nos eventos ali realizados. Apresenta, a seguir, a gênese do movimento Pró-Coleta Seletiva com Geração de Renda, organizado pela Pastoral Social desse santuário, com a finalidade de conseguir, através da educação comunitária, meios de amenizar os impactos ambientais no local. Também expõe a necessidade do poder público, como gestor das leis de preservação ambiental, realizar parcerias com a sociedade civil, sobretudo com os agentes sociais ali envolvidos, visando desenvolver ações que minimizem as agressões ambientais, como garantia de uma possível sustentabilidade.

O capítulo cinco concentra a pesquisa de campo e a análise interpretativa dos dados coletados no Santuário de Fátima e seu entorno, com a finalidade de elaborar uma análise crítica dos impactos do consumo e da geração de resíduos sólidos nesse espaço sagrado, por ocasião das festividades religiosas, e apontar diretrizes que ajudem na formulação de políticas públicas de educação ambiental.

Nas considerações finais, apresenta-se uma síntese da tese e algumas proposições teóricas. As observações e conclusões obtidas por meio da leitura dos dados deverão transversalizar todas as abordagens referentes aos hábitos de consumo e os impactos dos resíduos sólidos, no ambiente urbano, com base na conscientização dos agentes sociais<sup>8</sup> entrevistados nesse aporte investigativo.

---

<sup>8</sup> Sempre que se fizer referência à expressão “agentes sociais”, aí estarão inclusos agentes do poder público, fiéis e permissionários.

## 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLOGIA

Ao escolhermos realizar uma análise espacial crítica do consumo e produção de resíduos sólidos num evento religioso, foi necessário recorrer às ciências sociais que apresentam afinidade com o tema, sobretudo as que tratam dos conceitos de consumo, cultura, geração de resíduos e meio ambiente. Para tanto, buscamos pressupostos teóricos na geografia, sociologia, antropologia, psicologia e outras ciências, que foram importantes para complementar o estudo.

Considerando que se trata de um evento religioso pleno de significados e simbolismos, foi preciso um olhar geográfico plural para que pudéssemos dar conta de toda complexidade que permeia esse tipo de investigação, sendo necessário, portanto, extrapolar os limites da análise do concreto, com seus conflitos e contradições, e apropriar-se das expressões culturais, enquanto expressões subjetivadas no espaço urbano. E por ser a metrópole um foco de irradiação das manifestações culturais, buscamos nos embasar nas colocações de Corrêa (2007, p.178), que aponta que “os impactos na paisagem urbana oriundos dos processos de criação e difusão de formas simbólicas constituem-se em outro importante tema a ser considerado, o qual nos remete à temática da paisagem urbana”.

Para fundamentar o trabalho de campo e tornar mais precisas as informações sobre a temática em questão, recorremos a Marconi e Lakatos (2002, p. 83), os quais pontuam que a “pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta”.

Inicialmente, optamos por referenciar o consumo e a cultura do consumo, considerando essencial que a presente pesquisa exponha bases teóricas para analisar esses dois fenômenos. Para tanto, recorremos a conceitos como o de Canclini (2008, p.60), para quem o “consumo é um conjunto de processos socioculturais nos quais se realizam a apropriação e os usos dos produtos”.

A cultura, por sua vez, deve ser referenciada de maneira que englobe a realidade de vida da sociedade. Segundo Santos (1994, p.7), a “cultura diz respeito às maneiras de conceber e organizar a vida social e seus aspectos materiais, o modo de produzir para garantir a sobrevivência e o modo de ver o mundo”. Dessa maneira, entende-se que, para o autor, ao pensar em cultura, é preciso direcioná-la

para a humanidade, englobando as tradições e respeitando a maneira de vida de cada nível social.

Para compreender o comportamento dos consumidores, buscou-se a compreensão de fatores como: o que, quando, como, por que e com que frequência produtos e serviços são adquiridos e utilizados. Samara e Morsch (2005) enfatizam que para compreender o consumidor é necessário um estudo multidisciplinar, em áreas como: antropologia, sociologia, psicologia, religião, entre outras. Portanto, trata-se de uma área de estudo que se apoia em outras áreas do conhecimento para concretizar uma análise completa de um objeto complexo, como é o consumidor, pois, conforme Solomon (2002) e Schiffman e Kanuk (2000), o indivíduo, enquanto consumidor é influenciado culturalmente, socialmente, pessoalmente e psicologicamente.

Sendo o consumo um meio de sustentação do capital e tendo esta pesquisa, como principal objetivo, verificar suas consequências, ou seja, a geração de resíduos e seu impacto sobre o meio ambiente, foi necessário conceituar também outros elementos. Para tanto, utilizamos como referência inicial a concepção de Calderoni (2003, p.49), o qual explica que “o conceito de lixo e de resíduo pode variar conforme a época e o lugar. Depende de fatores jurídicos, econômicos, ambientais, sociais e tecnológicos”. Na visão do autor, é preciso que se entenda que:

Sob o ponto de vista econômico, resíduo ou lixo é todo material que uma sociedade ou agrupamento humano desperdiça. Isso pode ocorrer por várias razões, como sejam, por exemplo, problemas ligados à disponibilidade de informação ou de meios para realizar o aproveitamento do produto descartado, inclusive da falta de desenvolvimento de um mercado para produtos recicláveis (CALDERONI, 2003, p. 51).

Na análise dos dados, recorreu-se ao aporte teórico de autores como Baudrillard (1995), Lefèbvre (1991), Debord (1997), Bauman (2008), Santos (1979), Andrade (87), Boff (2005), Ortigoza (2009) e Cortez (2007), que fazem reflexões sobre questões relacionadas ao consumo, ao consumismo e aos impactos socioambientais dos descartes de materiais na sociedade contemporânea. As concepções teóricas desses autores, entre outros, foram importantes para fundamentar a interpretação dos resultados oriundos dos cruzamentos dos dados representados por gráficos referentes à pesquisa de campo realizada entre 2010 e 2011.

Essa pesquisa, de abordagem essencialmente qualitativa, teve como suporte teórico-metodológico o materialismo histórico-dialético de base marxista. A escolha desse método deve-se à natureza dessa investigação, que se sustenta numa análise espacial crítica do consumo e produção de resíduos sólidos, em evento religioso, no qual a dinâmica da comercialização de bens de consumo caracteriza um tipo de mercantilização em que até o espaço profano, no entorno do Santuário de Fátima, torna-se moeda de troca.

Sabe-se que a produção de resíduos sólidos é uma consequência direta do processo de urbanização, que se acentuou nos últimos quarenta anos (SIRKIS, 2003), com o advento da 3ª Revolução Industrial, que “vem se desenvolvendo e recebendo influência direta da globalização” (PEREIRA, 2005, p.31). Nesse processo, até mesmo as festividades religiosas transformaram-se em espaços voltados para a geração do consumo.

No ambiente religioso do Santuário aqui estudado, o processo não é diferente. Nas relações produtivas, que ocorrem com a participação de diferentes agentes sociais, instaura-se a mesma lógica do capital espoliativo. Desse modo, justifica-se uma abordagem geográfica que analise a produção do espaço em articulação direta com a dinâmica econômica, tendo como interface a representação sociocultural de um evento religioso.

Como diz Lefèbvre (1991, p.139):

[...] somente a análise dialética, que leva em consideração tanto o trabalho social quanto o contexto no qual se insere a forma, somente essa análise atinge o concreto, ou seja, o movimento e os conflitos que ele envolve e desenvolve.

Corroborando com este pensamento, Ortigoza (2009, p.22) afirma que “articular dialeticamente as relações sociais de produção e consumo e a reprodução do espaço significa construir uma análise integrada do problema”

Em razão dos objetivos específicos, esta pesquisa também se assenta sobre uma base investigativa. Como procedimentos técnico-metodológicos, utiliza-se da observação, questionário e entrevistas semiestruturadas e da análise e interpretação dos dados obtidos na pesquisa de campo, envolvendo diferentes agentes sociais: os permissionários, os adeptos, os representantes da paróquia e da prefeitura municipal de Fortaleza. Pretende-se, assim, analisar os impactos dos resíduos sólidos produzidos em função do consumo de bens simbólicos e outros produtos,

durante as celebrações das duas festas pesquisadas, nos dias 13 de outubro/2010 e maio/2011.

Uma das vantagens da técnica da observação direta dos eventos consiste em verificar as distintas espacialidades onde se cruzam os agentes sociais a impulsionar o comércio de bens simbólicos, gerando o descarte de resíduos sólidos no ambiente.

Quanto ao questionário, com abrangência maior, foram aplicados 250 aos adeptos católicos que visitam mensalmente o Santuário de Fátima e 60 aos permissionários legalizados pela Prefeitura Municipal, perfazendo assim todo o universo pesquisado. Para registro das observações diretas, recorreu-se ao diário de campo, no qual foram anotadas as impressões mais significativas, que irão compor e/ou complementar a demais análises de campo.

Nas discussões e análises dos dados, foram consideradas as formas de intervenções dos diferentes agentes sociais no espaço, interagindo em função da venda e do consumo no entorno do Santuário de Fátima, e os respectivos impactos ambientais, a partir da geração dos resíduos sólidos. Foram destacadas as ações que contrariam aquilo que se espera de um público religioso, cujos valores de cidadania, pautados na moral e na ética, deveriam nortear uma conduta responsável, em que a noção de sustentabilidade fosse priorizada.

## 2. CONSUMO E SOCIEDADE DE CONSUMO

Compreende-se consumo como uma etapa do procedimento produtivo que surge após as fases de produção, empilhagem, empacotamento, classificação e negociação dos produtos.

Na sociedade contemporânea, o consumo excessivo, que ocorre quando se utilizam produtos sem a necessidade de seu uso, nomeia-se consumismo. A técnica do consumo não se fundamenta, em último interesse, muito menos na necessidade ou no prazer de se ter um objeto, mas em um identificador de símbolo e de distinção em que o sujeito constrói materiais palpáveis de poder perante a sociedade (BAUDRILLARD, 1995).

Para Debord (1997), nesse tipo de sociedade, onde o consumo torna-se centralidade nas relações sociais, a mercadoria transforma-se numa representação simbólica designada por ele de *reino do espetáculo*. Assim:

O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem. [...] O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo (pp. 28-30).

Nesse sentido, é possível compreender que a sociedade capitalista sinta-se como detentora do espetáculo, ao consumir exageradamente e com isso, às vezes, a sociedade acaba transformando-se em consumo. E esta produção desenfreada torna-se o grande motor da degradação ambiental, promovida pela ganância industrial e pelo consumidor alienado. Bauman (2008, p.41) faz uma distinção entre consumo e consumismo.

O 'consumismo' (grifos do autor) chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade.

Para entender essa relação de consumo, é preciso pensar nele como um fenômeno essencial para as realizações das aspirações, vontades, entre outros, de uma sociedade que tem como força incentivadora o desejo de adquirir produtos

simplesmente pelo prazer de tê-los. Segundo Santos (1980, p. 113), é preciso “o correto conhecimento dos diversos aspectos dessa realidade que nos permite, a um momento da evolução do pensamento científico, definir melhor cada aspecto e, paralelamente, toda a realidade”. Sendo a realidade uma totalidade em contínuo movimento e mudança, o que se busca conhecer é o objeto todo.

Atualmente, a chamada “sociedade de consumo” reproduz um cotidiano individualista e uniforme, antes preocupado com o poder de compra individual do que com interesses coletivos, que possam vir a garantir qualidade de vida a todos, indo na contramão da ética defendida por diversos autores (BOFF, 2005).

A sociedade de consumo, na sua contextura mercadológica efêmera e de significação supérflua, tem, na leitura de Baudrillard (1995), o poder de intervir nas características intrínsecas da mercadoria enquanto valor de uso. Segundo o autor:

Chegamos ao ponto em que o ‘consumo’ invade toda a vida, em que todas as atividades se encadeiam do mesmo modo combinatório, em que o canal das satisfações encontra-se previamente traçado, hora a hora, em que o “envolvimento” é total, inteiramente climatizado, organizado, culturalizado (p.19).

Historicamente falando, a sociedade de consumo teve seu marco inicial na Inglaterra, no fim do século XVIII, com a Revolução Industrial, e, ainda que iniciada com os ingleses, a Revolução serviu de exemplo para a reorganização dos recursos econômicos universais, especialmente no século XIX. Sendo assim, pode-se dizer que nesse período houve a consolidação do capitalismo como modo de produção e organização das relações de trabalho e das condições de vida (PIETROCOLLA, 1989).

Com a ascensão do capitalismo, veio também o marketing e a mídia, que prestavam assessoria ao mercado produtor, no sentido de planejar as relações entre produção e consumo. Para Lipovestsky (2007, p.20), a sociedade de consumo, como expressão semântica,

surge pela primeira vez nos anos 20 do século passado, torna-se popular nas décadas de 50 e 60 e assim chega aos nossos dias como prova do seu uso frequente, tanto na linguagem corrente como nos discursos mais especializados.

A chamada sociedade de consumo é característica do sistema capitalista, em que prevalece a produção de bens supérfluos (BAUDRILLARD, 1995). Eles inundam

o mercado e atraem os consumidores através da sedução da publicidade. O objetivo deste tipo de sociedade é produzir mercadorias e vendê-las, visando prioritariamente à obtenção de lucro, num círculo vicioso envolvendo a todos.

O mercado capitalista produz uma cultura de consumo, que reduz o indivíduo à condição de consumidor, como consequência da automatização do sistema de produção. Nessa concepção, Giddens (2002, p.53) afirma que:

As novas formas referentes ao consumo estão relacionadas com os meios de comunicação, com alta tecnologia, com as indústrias da informação (buscando expandir uma mentalidade consumista, a serviço dos interesses econômicos) e com as maneiras de ser e de ter do homem pós-moderno.

A característica principal do mercado capitalista é apresentar um grande número de bens, mercadorias, experiências, imagens e signos novos para que o homem pós-moderno deseje e consuma. Pode-se dizer que a publicidade, além de estratégia, é também uma arte do capitalismo, tendo, portanto, juntamente com as imagens da mídia, uma grande importância na dinâmica de crescimento do capitalismo tardio<sup>9</sup>, através da manipulação do consumo. Esta dinâmica está totalmente vinculada à capacidade de rapidez do mercado em explorar novas possibilidades, apresentar novos produtos, bem como de criar novas necessidades e novos desejos. (SIQUEIRA, 2005)

Como consequência do curto tempo de vida dos produtos/serviços e, logo, do consumo, temos a efemeridade de modas, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e valores. E no campo específico das mercadorias, a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade e da descartabilidade. (HARVEY, 1992)

Outrora, era possível estabelecer uma relação de permanência maior com o objeto consumido. A economia contemporânea, ao contrário, demonstra incomparável transitoriedade, em consonância com a velocidade própria dos tempos modernos, nos quais já não é mais viável e nem economicamente racional conceber produtos e serviços de longa duração, com maior custo, sabendo que, rapidamente, serão ultrapassados e substituídos. Isto acaba levando à inclinação por escolhas de objetos baratos, que não podem ser consertados e que sejam descartáveis, ainda que eles possam durar menos, impulsionando o consumo e o estabelecimento de

---

<sup>9</sup> Na visão de Jameson (2000, p. 22) capitalismo tardio é “a nova divisão internacional do trabalho, a nova dinâmica vertiginosa de transações bancárias internacionais e das bolsas de valores (incluindo as imensas dívidas do Segundo e do Terceiro Mundo), novas formas de inter-relacionamento das mídias [...], computadores e automação, a fuga da produção para áreas desenvolvidas do Terceiro Mundo, ao lado das consequências sociais mais conhecidas [...]”.

uma ligação efêmera com uma sucessão de objetos, os quais vão se tornando obsoletos (SIQUEIRA, 2005).

Ao forçar as pessoas a lidarem com a descartabilidade, com a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea, o capitalismo pós-moderno fez com que, em alguns casos, o indivíduo perdesse sua capacidade de organizar coerentemente seu presente e seu futuro, como extensão de um projeto significativo de vida.

Para Hobsbawm (1982, p.21), o pós-capitalismo

foi o triunfo de uma sociedade que acreditou que o crescimento econômico repousava na competição da livre iniciativa privada, no sucesso de comprar tudo no mercado mais barato (inclusive trabalho) e vender mais caro

A sociedade-cultura pós-moderna de consumo está associada à complexidade humana, ou seja, envolve seus valores, desejos, hábitos, gostos e necessidades, numa escala extremamente intensificada. No contexto pós-moderno, do mercado capitalista, as questões estéticas da vida cotidiana e o triunfo do signo retratam a subordinação da produção ao consumo, sob a forma de *marketing*, com uma ascensão cada vez maior do conceito de produto, do *design* e da publicidade. Essa estratégia publicitária começou a firmar-se a partir do século XVIII, com o despontar da tendência da individualidade do consumo, quando as “necessidades” sofreram uma dramática metamorfose em estilo, variedade e disponibilidade” (MCKENDRICK, apud MCCRACKEN, 2003, p. 37).

Seguindo a tendência de consumo desenfreado, cuja mercadoria adquire uma dimensão simbólica, como objeto de poder e de afirmação social, Baudrillard (1995) considera que nesta cultura pós-moderna não há profundidade, já que a velocidade e urgência contaminam os sentidos e o real perde sua expressão, necessitando que tudo seja maximizado para ser relevante. O autor afirma que “até o mais marginal, o mais banal, o mais obscuro estetiza-se, culturaliza-se, ‘musealiza-se’. Tudo é dito, tudo se exprime, tudo toma força de um signo” (1996, p.22). Desse modo, quando tudo é estetizado, os indivíduos precisam ser inseridos em um universo de imagens e objetos que, descontextualizados, evocam sonhos e desejos para um hiperconsumo.

É na sociedade do capitalismo tardio que ocorre a incorporação de uma vasta gama de associações de imagens e símbolos, que podem ou não ter relação com o produto a ser vendido, processo este que recobre o valor de uso inicial dos produtos e torna as imagens mercadorias. O valor destas imagens confunde os valores de

uso e troca, e a substância é suplantada pela aparência. Produz-se, simultaneamente, a mercadoria como signo e o signo como mercadoria, e essa transformação da mercadoria em signo foi o destino do capitalismo no último século.

Na concepção de Baudrillard (1989), a condição de existência no pós-modernismo é pautada principalmente pelo consumo. Toda essa efemeridade e multiplicidade atribuídas aos consumidores são qualidades absorvidas pelo mercado, conforme descrito por Bauman (2001). A lógica do consumo é fragmentada, mesclada, diversificada, temporária e contraditória.

No contexto capitalista pós-moderno, a pluralidade dos padrões de consumo é considerada através de um processo governado pelo jogo da imagem, do estilo, do desejo e dos signos. Na visão de Giddens (2002), é essa mercantilização do consumo que participa diretamente dos processos da contínua reformulação das condições da vida cotidiana. Geradora da chamada 'experiência mercantilizada' da vida, essa mercantilização estimula o crescimento econômico, ao estabelecer padrões regulares de consumo promovidos pela propaganda e outros métodos, que também forçam as pessoas a lidarem com a descartabilidade, com a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea. Quem corrobora essa condição é Harvey (2005), ao citar o pensamento marxista que reforça e exemplifica essa constante valorativa e efêmera da mercadoria como determinante de padrões de consumo e produção.

A produção da mais-valia relativa [...] exige a produção de consumo novo; exige que o círculo do consumo dentro da circulação se expanda como fez anteriormente o círculo da produção. Inicialmente, a expansão quantitativa do consumo existente; em segundo lugar, a criação de novas necessidades, propagando as necessidades já existentes num círculo maior; em terceiro lugar, a produção de novas necessidades, e a descoberta e a criação de novos valores de uso (MARX, *apud* HARVEY, 2005, p.72).

Assim como há a "lógica do capital", que estimula a produção, há também a "lógica do consumo", para incentivar o consumo (SIQUEIRA, 2005). As imagens conduzidas pelos meios de comunicação social são mescladas com códigos sem significância, embaçando as distinções entre comércio e cultura e fomentando um sistema utilitarista de produção e consumo.

A compreensão de Baudrillard (1995) sobre os padrões de consumo e produção leva a crer que o consumo não deve ser compreendido apenas como o de valores de uso, de utilidades materiais, mas, primordialmente, como consumo de

signos, o que é muito bem explorado pela publicidade, pela mídia e pelas técnicas de exposição. É possível, portanto, estabelecer um vínculo entre o padrão de consumo e o modo das pessoas se relacionarem em sociedade. A desigualdade no acesso aos bens materiais e simbólicos atinge, inclusive, a estruturação das instituições cotidianas, tornando o consumo um sistema global que molda as relações dos indivíduos no capitalismo pós-moderno e é reconfigurado por tecnologias variáveis que determinam os padrões de consumo (SIQUEIRA, 2005).

Pode-se dizer que a produção simultânea tenha proporcionado a formação da identidade individual e coletiva dos consumidores e, conseqüentemente, os padrões de consumo. O consumidor pós-moderno representa papéis distintos e simultâneos ou um a cada momento, criando um processo que influencia o consumo. (HARVEY, 1994),

## **2.1 A Cultura Consumista**

Nos estudos sociológicos, dentro da visão de Lévi-Strauss (1982), a cultura surgiu no momento em que o homem convencionou a primeira regra. A proibição do incesto, por exemplo, é citada como padrão de comportamento comum a quase todas as sociedades humanas:

Em toda parte onde se manifesta uma regra podemos ter certeza de estar numa etapa da cultura [...]. a proibição do incesto apresenta, sem o menor equívoco e indissolúvelmente reunidos, os dois caracteres nos quais reconhecemos os atributos contraditórios de duas ordens exclusivas, isto é, constituem uma regra, mas uma regra que, única entre todas as regras sociais, possui ao mesmo tempo caráter de universalidade (LÉVI-STRAUSS, 1982, p. 47)

No entanto, para White (*apud* LARAIA, 2008), o processo cultural começou a ocorrer quando o cérebro humano tornou-se capaz de gerar símbolos<sup>10</sup>, momento considerado como da passagem do estado animal para o humano. Afinal, todo o comportamento humano origina-se no uso de símbolos e, sem os mesmos, o homem manteria comportamentos ligados à sua origem mais selvagem. Foi observada ainda a importância da mitologia na explicação da origem da cultura.

---

<sup>10</sup> CASSIRER, Ernst. A Filosofia das Formas Simbólicas. "Segunda parte: O Pensamento Mítico". Volume 2/2. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

Na área organizacional, Kotler (1998, p.162) afirma que “a cultura é o determinante mais fundamental dos desejos e do comportamento de uma pessoa”, já que o desenvolvimento, a continuação e a propagação da cultura no âmbito mercadológico têm como fundamento a satisfação dos seus colaboradores no ambiente de trabalho.

Para Schiffman e Kanuk (2000, p. 286), cultura é “a soma total das crenças, valores e costumes aprendidos, que servem para direcionar o comportamento de consumo dos membros de determinada sociedade”. Assim, os membros de uma sociedade propagam suas culturas e, através da mídia, os gestores administrativos fazem entender que a cultura do consumo faz parte do sucesso da empresa e, conseqüentemente, é essencial para a concretização da produção necessária ao seu desenvolvimento e crescimento no mercado globalizado.

Segundo Slater (2002, p.14-16):

A cultura do consumo define um sistema em que o consumo é dominado pelo consumo de mercadoria, e onde a reprodução cultural é geralmente comprometida com algo a ser realizado por meio do exercício do livre-arbítrio pessoal na esfera privada da vida cotidiana. [...] O consumo é sempre e em todo lugar um processo cultural, mas ‘cultura do consumo’ é singular e específica: é o modo dominante de reprodução cultural desenvolvida no ocidente durante a modernidade.

Sabe-se que a cultura do consumo não é a única maneira de efetivar o consumo e reproduzir a vida cotidiana, e sim uma forma dominante de alcance prático, com profundidade ideológica que estrutura e subordina, de alguma maneira, todas as outras. Cultura aqui é entendida a partir do conceito de Taylor, referendado em Laraia (2008, p.28), que afirma que é “todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética”. Sendo assim, pode-se dizer que o consumo faz parte da cultura de um povo, pois, a maneira de satisfação das necessidades básicas humanas (alimentação, sono, respiração, atividade sexual, dentre outras) difere de acordo com a cultura.

Geertz (1973, p.15) afirma que “o homem é o animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu”. Dessa afirmação é possível entender que, ao mesmo tempo, o homem produz sua cultura e também é o produto da mesma. A comunicação oral e a fabricação de instrumentos foram fatores importantes para o desenvolvimento cultural, pois permitiram que os indivíduos transmitissem as suas experiências, bem como a preocupação com a distinção entre o orgânico e o

cultural, que é evidenciada por Laraia (2008), fundamentada em Kroeber, ao pontuar que a cultura exerce influência mais definitiva do que os condicionantes genéticos e fisiológicos. Partindo desta premissa, tem-se que a inteligência e as habilidades não são guiadas geneticamente, mas constroem-se a partir da cultura. Para Laraia (2008, p.17), “qualquer criança humana normal pode ser educada em qualquer cultura, se for colocada situação conveniente de aprendizado”.

Com o nascimento da vida cultural humana, um novo fenômeno passa a existir, baseado na satisfação das necessidades. Este fenômeno é o consumo. O consumo é então orientado de acordo com a cultura da região e, sendo a cultura passível de transformações ao longo do tempo, o consumo também sofre essas transformações.

A cultura consumista que se alastra e se impõe como traço cultural da sociedade pós-moderna tem como forte aliada a propagação na mídia. Em toda parte do mundo, a mídia incentiva as pessoas a adquirirem vários produtos e a substituírem os mais antigos por outros, mais modernos, provocando a insensatez do uso indiscriminado dos recursos naturais. (MENEZES et al, 2005).

Barth (2007, p. 95) teoriza sobre a cultura consumista como sendo a representação de uma crise social manifestando-se em duas frentes: econômica e ecológica. Sobre isso, é possível afirmar que:

O consumismo representa a fórmula pós-moderna da liberdade. O ideal de consumo da sociedade capitalista não tem outro horizonte, além da multiplicação ou da contínua substituição de objetos (ainda em perfeito estado de uso) por outros cada vez melhores. O resultado disto é cultura do desperdício, onde se vive para consumir e essa é a única imagem valorizada.

Observa-se que essa lógica consumista é reproduzida no Santuário de Fátima, na cidade de Fortaleza-CE, de forma peculiar. Embora não se tenha uma produção de bens simbólicos, calcada no descarte, como se verifica com mercadorias de outra natureza, há uma determinação em função do lucro de reproduzir em série, cada vez mais, diferenciados símbolos sagrados, tais como: imagens de santos, terços, medalhas, livros de oração e outros.

## **2.2 Comportamento dos Consumidores**

As bases para entender o comportamento do consumidor englobam o seu pensar e o agir diante da oferta de produtos e serviços. O estudo do comportamento do consumidor passa por duas funções principais: o entendimento do consumo como parte da vida das pessoas e a capacidade das empresas de compreendê-las, já que entender o pensar e o portar-se do consumidor é fundamental para o sucesso de um produto ou serviço no mercado. (SCHIFFMAN e KANUT, 2000).

As atitudes dos consumidores diante das ofertas de produtos se dão indiferentes à tipologia dos produtos, pois não se trata simplesmente das mercadorias e sim da função utilitária, referente às atitudes formadas com base na geração de satisfação ou insatisfação diante dos produtos, expressando assim valores fundamentais de um indivíduo.

Conforme o pensamento de Samara e Morsch (2005, p.2), o estudo do comportamento do consumidor é

o estudo que tem como objeto conhecer profundamente o comportamento das pessoas, suas necessidades, seus desejos e suas motivações, procurando entender o processo de como, quando e por que elas compram.

Quem também corrobora com esse pensamento é Schiffman e Kanut (2000, p.5), quando se referem a tal comportamento “como a maneira como os indivíduos tomam decisões de gastar seus recursos disponíveis (tempo, dinheiro, esforços) em itens relacionados ao consumo”.

Na visão de Medeiros e Cruz (2006, p.2), “o comportamento do consumidor caracteriza-se pelas atividades mentais e emocionais realizadas na seleção de compra e uso de produtos/serviços para a satisfação de necessidades e desejos”. Assim, as organizações estão constantemente buscando compreender e influenciar o comportamento do consumidor, induzindo desejos e criando necessidades.

Para Aranha e Martins, (1993, p.52), “consumo é um ato humano por excelência, no qual o homem atende a suas necessidades”, especificamente quando se trata de algo que possa contribuir para o engrandecimento da pessoa como ser humano. Contudo, Canclini (2008) ressalta que os processos socioculturais também são motivadores do consumo, diferentemente do que dizem Aranha e Martins, que focam o consumo como produto somente da necessidade.

Observando os hábitos de consumo contemporâneo, é fácil apreender que não se consome só o que se necessita; os seres humanos acabam consumindo mais por desejo do que por necessidade. Essa observação da conduta humana surgiu das reflexões filosóficas de Sêneca, no século XIII, ao analisar as práticas cotidianas perdulárias do Império Romano, no governo de Nero.

Durante o processo de consumo, Brito (2008, p.24) diz que o comportamento do indivíduo:

Enfoca determinadas experiências e imagens desconectadas, isoladas, e que não se articulam em sequências coerentes, sendo este enfoque feito com intensidade e imediatismo. Isto quer dizer que não constituem mais uma lógica compreendendo processos e relações sociais reais; a necessidade de consumo reduz-se a significantes (estilos, referências, imagens, objetos) que podem circular independentemente de seus contextos originais.

Sendo assim, o comportamento de consumo das pessoas pode ser entendido como um fato social e deve ser compreendido como uma parcela de responsabilidade de cada segmento social: governo, comunidade e academia. O hábito de consumir às vezes representa para o sujeito algo indispensável ou, como enfatiza Ariely (2008), um valor simbólico, ou seja, a representação do objeto passa a transmitir para o consumidor algo tão expressivo que o faz desejá-lo, de tal maneira, que às vezes sua atitude se torna incoerente a ponto de, em alguns casos, provocar-lhe desequilíbrio comportamental.

### 3. GERAÇÃO DE RESÍDUOS E MEIO AMBIENTE

O desenvolvimento acelerado das cidades, promovendo um maior consumo de mercadorias industrializadas e de produtos descartáveis, tem aumentado, ano a ano, a geração dos resíduos, o que vem resultando na insuficiência de espaço para o seu destino final, constituindo, assim, um dos grandes problemas para o meio ambiente.

O impacto dos resíduos sólidos no meio ambiente ocasiona, também, dificuldades de sobrevivência para o homem, pois a produção excessiva dos resíduos sobrecarrega o ambiente e, conseqüentemente, prejudica a qualidade de vida de todos nós, seja pela poluição do ar, da água, do espaço, entre outros.

Todos os aspectos intrínsecos do simbolismo e sua decorrente compreensão e valorização são derivados do conceito de *habitus*<sup>11</sup>, conforme descreve Bourdieu (2007), enfatizando que se trata de estruturas estabelecidas e consolidadas ao longo da vida dos indivíduos. Assim, é possível afirmar que o *habitus* exerce influência significativa nos processos de escolha, no comportamento, nas ações e, principalmente, na percepção do valor simbólico transmitido por produtos e serviços.

Segundo Guerra (2010, p.14), ainda existe uma concepção “utilitarista de que se consome apenas em função das necessidades – ou de que, porque a sociedade os produz, estes bens precisam ser consumidos”. Entretanto, na sociedade contemporânea o termo “necessidade” sofre uma ampliação, e por isso consome-se o supérfluo como se fosse necessário.

Nesse contexto, um dos desafios do século XXI é o de associar desenvolvimento econômico a uma postura de sustentabilidade ambiental. Tal desafio parte da ideia, hegemonicamente difundida, de que o desenvolvimento econômico não é compatível com o comportamento sustentável, sendo considerado até um entrave ao crescimento da economia. Porém, tal ideia não constitui uma verdade absoluta.

Houve um tempo, precisamente no século XIX, que ainda se podia acreditar que os recursos naturais eram infinitos. Tal crença proporcionou sua exploração indiscriminada, o que resultou no que vemos hoje, um meio ambiente exaurido,

---

<sup>11</sup> Entendido como um sistema de esquemas individuais, socialmente constituído de disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), adquirido nas (e pelas) experiências práticas (em condições sociais específicas de existência), constantemente orientado para funções e ações do agir cotidiano. (BOURDIEU, 2007)

quase sem condições de se recuperar. Isso passa a exigir da coletividade uma postura consciente em relação ao consumo, pautando as escolhas em critérios sociais, econômicos e também ecológicos. A relevância da discussão do referido tema é pela necessidade urgente de se pensarem em alternativas ao consumo alienado.

A preocupação com a sustentabilidade e com a utilização dos recursos naturais deve levar em conta o equilíbrio entre o que se consome e a capacidade do planeta de produzir e renovar seus recursos. Este é um fato que precisa de atenção, pois o homem tem manifestado um comportamento que poderá levar ao esgotamento dos recursos, que tornam viável a vida (LEANDRO, 2008).

Nas últimas décadas, podemos perceber que uma atenção especial tem sido dada às questões ambientais. Isto deve, principalmente, ao agravamento do problema, devido à ação humana e sua maneira de reproduzir-se em sociedade. Com o aumento do consumo aumenta-se a produção e, conseqüentemente, o descarte, e isto resulta numa excessiva produção de resíduos sólidos.

As diversas transformações sociais, financeiras, políticas e culturais pelas quais tem passado a sociedade pouco têm modificado a relação do ser humano com o meio ambiente. Ao contrário, cada vez mais são estimuladas ações de consumo que promovem o desequilíbrio ambiental, em função de um modelo de “desenvolvimento” que esgota os recursos para satisfazer uma pequena parcela da população, visto que não promove a justiça social (PLANS, 2007). Estas atitudes vêm se refletindo na natureza, que vem dando respostas mais significativas e preocupantes, a cada dia. Sobre isso, Boff (2005, p.26) adverte que:

Devemos estar atentos a certos ambientalismo políticos que escondem, por detrás de seus projetos, uma atitude de permanente violação ecológica. Esse ambientalismo político quer uma harmonia entre sociedade e ambiente, mas não renuncia a atitude de saque do ambiente natural, desde que não afete o habitat humano.

O autor descreve uma visão antropocêntrica vigente, segundo a qual o ser humano pode e quer dominar a natureza, e o que se quer, na verdade, é somente uma trégua para que a natureza se recupere dos danos para em seguida ser devastada novamente (BOFF, 2005). Porém, como entende Andrade (1987), a natureza, após uma intervenção humana, é capaz de se regenerar, porém não em

sua forma primária, inicial. “Por isso, precisa-se de uma ecologia que saiba articular a justiça social com a justiça ecológica” (BOFF, 2005, p.27).

O autor enfatiza ainda “que emerge a exigência de uma ética que não apenas se restrinja ao comportamento dos seres humanos entre si, mas que se estenda a sua relação para com o meio ambiente (ar, terra, água, animais, florestas, processos produtivos, etc)” (BOFF, 2005, p. 34). Compreende que tanto a natureza como os seres humanos devem estar conectados, formando uma totalidade, protegendo-se e cuidando um do outro, e que a exploração do ser humano sobre o meio ambiente só tende a prejudicá-lo. Portanto, é preciso se ter consciência e compreender que quando se preserva a natureza se está cumprindo com a responsabilidade de cidadão, já que o meio ambiente também tem seus limites de vida.

Esta maneira de pensar encontra afinidade na citação de ORTIGOZA, (2009, p. 235), para quem

a visão de mundo predominante no mundo contemporâneo e, decorrente disto, a forma como a sociedade se organiza em seu processo produtivo acabam envolvendo o social, econômico, cultural e o ideológico numa dinâmica geral, onde o consumo é a maior essência. Os problemas ambientais têm como base o processo de produção e reprodução da vida e do espaço, o qual está centrado nas formas como os homens se relacionam com os homens e a sociedade como um todo se relaciona com a natureza.

Conforme esta autora, a problemática ambiental tem como centralidade a maneira utilitária dos homens se relacionarem com a natureza, esquecendo-se da finitude de seus recursos e da dependência que todos os seres vivos têm em relação ao equilíbrio do planeta.

Entende-se por consumo todo produto que é adquirido para suprir uma necessidade ou desejo do homem de possuir algo, e quando esse consumo se torna exagerado tende a causar desequilíbrio à natureza, já que é dela que se extrai grande parte dos produtos consumidos pela sociedade. Numa advertência quanto aos prejuízos trazidos por essa conduta consumista, Berríos (2007, p.88) destaca que “[...] o aumento do consumo significa intervir nos sistemas naturais para obter os insumos necessários, gerando uma série imensa de detritos como fruto do metabolismo das sociedades”.

Diversos teóricos, tais como Leff (2001) e outros, destacam que as problemáticas do ambiente (enchentes, poluições, entre outros) são consequências da ação do ser humano que vive no mundo globalizado. O próprio Leff (2001, p.9)

ênfatiza que “a degradação ambiental, o risco de colapso ecológico e o avanço da desigualdade e da pobreza são sinais eloquentes da crise do mundo globalizado”. Sendo assim, é preciso que o ser humano tenha mais responsabilidade ao utilizar a natureza para o seu consumo, procurando reverter suas ações negativas para com o meio ambiente.

Na visão de Pereira (2005, p.39), as diversas maneiras de abuso dos “recursos naturais, produção e consumo” colaboram para a ampliação dos resíduos sólidos. Estes, por sua vez, não são gerenciados adequadamente, especialmente nas regiões que abrigam populações de baixa renda, sendo descartados em locais públicos, solos desativados e margens de rios (MONTEIRO et al., 2001)

Como se sabe, toda mudança requer uma mobilização e organização para se construir uma nova consciência coletiva e isto também é válido quanto ao ato de consumir e criar condições objetivas que proporcionem um novo modelo de consumidor consciente, capaz de compreender os desequilíbrios ambientais causados pelo consumo exagerado.

Entende-se que o consumo, sendo uma ação social, precisa ser um elemento estimulador de transformação, que possibilite alterações no modelo de desenvolvimento da sociedade contemporânea, que é precária e desonesta, pois ainda se pauta no desenvolvimento econômico, que prioriza uma minoria detentora dos recursos financeiros, enquanto grande parte da sociedade sofre o ônus do crescimento irresponsável.

Geralmente o Poder Público, seja ele municipal ou estadual, tem tendências a valorizar os espaços mercantilistas por ter o poder aquisitivo mais elevado. Contudo, também é notório que existe a preocupação, por parte de alguns órgãos governamentais e de alguns estabelecimentos privados, com a preservação do meio ambiente, mas é preciso um comprometimento que priorize as questões socioambientais no geral. Em investigação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), a Pesquisa Nacional de Saneamento Básico – PNSB (2008) informa que,

Em oito anos, o percentual de municípios que destinavam seus resíduos a vazadouros a céu aberto caiu de 72,3% para 50,8%, enquanto os que utilizavam aterros sanitários cresceram de 17,3% para 27,7%. Ao mesmo tempo, o número de programas de coleta seletiva dobrou, passando de 451 em 2000 para 994 em 2008, concentrando-se, sobretudo, nas regiões Sul e Sudeste, onde, respectivamente, 46% e 32,4% dos municípios informaram ter coleta seletiva em todos os distritos (IBGE, PNSB, 2008, p. 1).

Portanto, pode-se dizer que houve uma valorização do ambiente com relação ao destino apropriado para os resíduos, já que no período de 2000 a 2008 a coleta dos resíduos sólidos foi por meio da seleção de categorias, ou seja, seletiva. Segundo o IBGE (2010), os locais denominados de lixões configuram-se como espaço final dos resíduos, na maioria dos municípios no Brasil, conforme mostra o Quadro 1.

**Quadro 1** – Destino final dos resíduos sólidos, por ano – Brasil 1989 / 2008.

<b>ANO</b>	<b>Vazadouro a céu aberto (%)</b>	<b>Aterro controlado (%)</b>	<b>Aterro sanitário (%)</b>
<b>1989</b>	88,2	9,6	1,1
<b>2000</b>	72,3	22,3	17,3
<b>2008</b>	50,8	22,5	27,7

Fonte: IBGE (2010 – PNSB – 2008)

Observa-se que, apesar de ainda existirem diversos “depósitos” de lixos a céu aberto, houve, nos últimos anos da pesquisa, uma significativa mudança com relação ao destino dos resíduos, pois o quadro 1 expõe que essa prática tinha um percentual de 88,25% em 1989 e em 2008 caiu para 50,8% dos municípios brasileiros. De acordo ainda com o IBGE (2010, p.3), a Região Nordeste ainda registra o maior número de municípios que têm como destino dos seus resíduos sólidos os lixões (89,3%).

Através dos dados da Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais - ABRELPE (2011, p.50 -51), verifica-se que no Estado do Ceará e no município de Fortaleza há uma produção diária significativa de resíduos sólidos, como se observa nas tabelas a seguir.

**Quadro 2** – Coleta e geração de RSU no Estado do Ceará em 2010.

<b>UF</b>	<b>População Urbana 2010 (hab.)</b>	<b>RSU coletado por (t/dia)</b>	<b>RSU coletado por (kg./hab./dia)</b>
<b>Ceará</b>	6.343.990	6.794	1.071

Fonte: Pesquisa ABRELPE 2010

**Quadro 3 – Coleta e geração de RSU em Fortaleza CE em 2010.**

<b>Cidade</b>	<b>População Urbana 2010(hab.)</b>	<b>RSU coletado por (t/dia)</b>	<b>RSU coletado por (kg/hab./dia)</b>
<b>Fortaleza</b>	2.447.409	3.400.00	1.389

Fonte: Pesquisa ABRELPE 2010

Observando os dados das pesquisas realizadas pelo IBGE (2010) e ABRELPE (2010), e direcionando um olhar para as manchetes dos jornais televisivos da atualidade, pode-se dizer que, apesar de uma preocupação constante das Organizações Governamentais e Não Governamentais, ainda é possível observar no Estado do Ceará, especialmente nas cidades ao redor de Fortaleza, uma grande destinação de resíduos sólidos a céu aberto. Segundo Gonçalves (2011, p.1), “o Ceará conta com 284 lixões e apenas oito aterros sanitários”. Entende-se assim que há uma má gestão por parte dos detentores do poder público com relação ao meio ambiente no referido Estado.

Ultimamente, nota-se que a preocupação com o desequilíbrio ambiental parte mais dos estabelecimentos privados, tais como shopping, supermercados, entre outros, que expõem vasilhames de coleta seletiva do lixo em lugares visíveis e de fácil acesso, especificando por cores e grafias o destino de cada resíduo. Apesar de separados por coleta seletiva, os resíduos sólidos, na maioria das vezes, são expostos, em alguns municípios, a céu aberto, devido à falta de aterro sanitário adequado e à ausência da responsabilidade dos órgãos públicos, ampliando assim o impacto ambiental. Espera-se que com a implantação da Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS), concluída no Estado, essa situação se reverta já que ela reúne um conjunto de medidas e ações com vistas a uma gestão integrada e um gerenciamento adequado dos resíduos sólidos.

### **3.1 Resíduos Sólidos e Impactos Ambientais**

A Política Nacional de Resíduos Sólidos – PRNS, Lei nº 12.305/2010<sup>12</sup>, de 02 de agosto de 2010, no capítulo II Definições art.3º § XV e XVI, define rejeitos e resíduos sólidos como:

<sup>12</sup> <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?Codlegi=636>

XV - rejeitos: resíduos sólidos que, depois de esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, não apresentem outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada;

XVI - resíduos sólidos: material, substância, objeto ou bem descartado, resultantes de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos, cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnicas ou economicamente viáveis em face da melhor tecnologia disponível.

Sendo assim, entende-se que o lixo, rejeitos ou resíduos pode ser considerado como algo de serventia relativa, já que ambos são descartáveis e o que é denominado de lixo ou rejeitos ou resíduos, por algumas pessoas, pode ser sinônimo de renda para outras, já que em algumas cidades existe o processo de reciclagem.

Conforme Monteiro et al. (2001, p.1),

A Associação Brasileira de Normas Técnicas [...] define “resíduos sólidos” como os restos das atividades humanas, consideradas pelos geradores como inúteis, indesejáveis ou descartáveis, podendo se apresentar no estado sólido, semi-sólido ou líquido, desde que não seja passível de tratamento convencional.

Na maioria das vezes, não se busca fazer uma diferenciação entre o que é lixo ou rejeitos e o que são resíduos<sup>13</sup>, pois ambos, quando não têm um destino correto, ocasionam impacto ao meio ambiente. Com relação à pesquisa no Santuário de Fátima, observou-se que esses dois elementos são protagonistas no período dos eventos festivos consagrados à Virgem de Fátima, devido à falta de conscientização dos frequentadores do local, dos visitantes, moradores, assim como dos vendedores ambulantes.

---

<sup>13</sup> Na presente pesquisa optou-se usar o termo Resíduos sólidos –RS ou Resíduos sólidos urbanos –RSU e rejeitos, restringindo-se o termo lixo apenas nas citações, como também nas entrevistas, quando utilizado pelos entrevistados.

Segundo Lima (1995, p.53):

A origem e a produção dos resíduos sólidos são influenciadas por diversos e complexos fatores, como: aumento populacional, intensidade de industrialização, área relativa de produção, variações sazonais e climáticas, hábitos e costumes da população, nível educacional, poder aquisitivo, equipamentos de coleta, segregação e sistematização no ponto de origem, leis e regulamentações específicas.

Os resíduos sólidos decorrentes do consumo, não tratados devidamente, causam modificações desastrosas no ambiente, proporcionando uma paisagem inadequada no espaço onde são expostos. Soares (2010, p.2) afirma que "estas alterações precisam ser quantificadas, pois apresentam variações relativas, podendo ser positivas ou negativas, grandes ou pequenas".

A elaboração de projetos para avaliar os impactos dos resíduos sólidos decorrentes das atividades e ações que impulsionam o consumo é algo importante para que se possa manter a qualidade de determinado ambiente no período da prática ou após a execução destas atividades e ações. E mais, avaliar e colocar projetos em prática é consentir que o progresso econômico, o ambiente saudável e a qualidade de vida trilhem um só caminho.

Na opinião de Tauk (2003), para desenvolver um projeto voltado para a eliminação dos lixões, nas áreas públicas ou privadas, é necessário que se tenha noção da estrutura física do espaço, ou seja, é preciso verificar a hidrosfera, biosfera, atmosfera e a litosfera, bem como todo sistema social do ambiente. O método para a verificação de impacto proporciona subsídios para a avaliação e desenvolvimento do projeto, pois este deve compreender de imediato os aspectos: preservação, conservação, proteção do ambiente, com ações voltadas para o desenvolvimento e ampliação do fator econômico. Soares (2010) relata que o Estudo de Impacto Ambiental – EIA sugere que para analisar o impacto ambiental é necessário ter como pilar quatro elementos básicos, para que se possa entender como se pode realizar uma avaliação exclusiva:

1. Desenvolver uma compreensão daquilo que está sendo proposto, o que será feito e o tipo de material usado;
2. Compreensão total do ambiente afetado. Que ambiente (bi geofísico e/ou socioeconômico) será modificado pela ação;
3. Prever possíveis impactos no ambiente e quantificar as mudanças, projetando a proposta para o futuro e
4. Divulgar os resultados do estudo para que possam ser utilizados no processo de tomada de decisão (SOARES, 2010, p.3).

Nesse sentido, é preciso que se tenha conhecimento da realidade de cada ambiente, pois, como se sabe, cada espaço tem uma significação diferente para os indivíduos que o habitam, sendo necessário que o EIA procure acatar as normas que constituem a lei de Política Nacional do Meio Ambiente. Na visão da autora, é preciso:

1. Observar todas as alternativas tecnológicas e de localização do projeto, levando em conta a hipótese da não execução do projeto; 2. Identificar e avaliar os impactos ambientais gerados nas fases de implantação e operação das atividades; 3. Definir os limites da área geográfica a ser afetada pelos impactos (área de influência do projeto), considerando principalmente a "bacia hidrográfica" na qual se localiza e 4. Levantar em conta planos e programas do governo, propostos ou em implantação na área de influência do projeto e se há a possibilidade de serem compatíveis (SOARES, 2010, p.4).

Portanto, para a realização de um projeto, no caso de um aterro sanitário, é necessária a existência de um relatório que contenha todas as avaliações do ambiente e informações que contribuam para a elaboração de outro documento importante, com relação ao impacto ambiental, que é o Relatório de Impactos ao Meio Ambiente – RIMA, o qual engloba as notificações que enfatizam todas as avaliações das ações que constam no EIA.

Segundo Valdetaro e Quezado (2000, p.6), de acordo com a Secretaria de Meio Ambiente do Ceará – SEMACE, o referido relatório tem que conter:

Objetivos e justificativas do projeto e sua relação com políticas setoriais e planos governamentais; Descrição e alternativas tecnológicas do projeto (matéria-prima, fontes de energia, resíduos etc.); Síntese dos diagnósticos ambientais da área de influência do projeto; Descrição dos prováveis impactos ambientais da implantação da atividade e dos métodos, técnicas e critérios usados para sua identificação; Caracterizar a futura qualidade ambiental da área, comparando as diferentes situações da implementação do projeto, bem como a possibilidade da não realização do mesmo; Descrição do efeito esperado das medidas mitigadoras em relação aos impactos negativos e o grau de alteração esperado; Programa de acompanhamento e monitoramento dos impactos; Conclusão e comentários gerais.

Este roteiro é uma exigência da própria Secretaria do Meio Ambiente Federal, pois a mesma tem como meta a preparação do Roteiro Básico do Estudo de Impacto Ambiental – EIA, bem como do Relatório de Impactos ao Meio Ambiente – RIMA, para só então desenvolver um trabalho voltado para a destinação adequada do lixo e, conseqüentemente, para a valorização do meio ambiente e a melhoria da qualidade de vida.

Atualmente, a preocupação com a destinação final dos resíduos parece, finalmente, estar conseguindo seduzir, cada vez mais, a atenção de especialistas, governantes e da população, de modo geral. Porém, ainda é possível observar a existência de muitos lixões. Os resíduos produzidos pelas pessoas são recolhidos pelos serviços municipais e geralmente são designados para os lixões a céu aberto. As Leis, com relação ao destino dos resíduos sólidos, engatinham em busca de uma política para o seu tratamento adequado. Atualmente, segundo a ABRELPE (2010, p. 12):

A destinação mais comum para o lixo coletado tem sido os aterros sanitários. Um aterro sanitário ideal deve promover a gestão integrada dos resíduos sólidos (da fonte geradora até a destinação final). Para complementar o sistema é importante que haja espaço para abrigar um condomínio de negócios sustentáveis, no qual micro e pequenas indústrias possam transformar o lixo em novas matérias-primas. Alguns dos mais bem sucedidos casos de aterro pertencem ao setor privado.

Muitas pessoas reclamam do problema da destinação inadequada do lixo, mas algumas têm boas ideias. A partir dessas ideias, surgiram, por exemplo, as ecoindústrias de grãos e sacolas, vassouras PET, tijolos ecológicos, papel reciclado, artefatos de fibra de coco, produção de biocombustível e separador de água e óleo (ABRELPE, 2010).

Chiapani (2011) destaca que a sustentação destas indústrias não é tão simples assim, porque acreditar no produto ambientalmente adequado ainda é um empecilho para o cidadão. Os empresários que agem nesse campo sustentável, na maioria das vezes, não têm estímulo fiscal, nem recurso social para estruturar suas indústrias. “E uma indústria de econegócios possui alto custo financeiro. Principalmente se a transformação da matéria-prima for de grande escala e exigido licenciamento ambiental” (p.2). Desse modo, embora o industrial possa ter acessibilidade à matéria-prima com pouco ônus, para poder fomentar e ser concorrente no mercado ele terá um dispêndio financeiro bem maior, porque concorrer com “uma empresa que está no mercado utilizando a matéria virgem é muito mais difícil do que executar a ação de vender um produto ecologicamente correto” (p.2).

Ainda assim, reconhece-se que as ecoindústrias conectadas aos aterros sanitários são magníficas com relação a destinações dos resíduos sólidos a serem reaproveitados, pois, quanto mais resíduos são reciclados, maior é a vida útil do aterro. As ações voltadas, tanto para os aterros, como para o procedimento de

reciclagem, exigem tempo, por ser um processo arrastado e necessitado de muitos ajustes.

Chiapani (2011, p.4) ainda afirma que “existe uma expectativa com as novas políticas do setor, que inclui a logística reversa (carro-chefe da Política Nacional dos Resíduos Sólidos)”, mas, infelizmente, há carência de indústrias para trabalhar diretamente com os resíduos que as próprias indústrias lançam no meio ambiente. “Em alguns aterros no Brasil, as ecoindústrias ficam situadas em locais que se denominam de condomínio de econegócios” (idem, 2011, p.4), onde os gastos são divididos entre os detentores do poder público e as empresas privadas.

### **3.2 Consumo Consciente e Sustentabilidade**

O termo sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável teve seu marco histórico em 1987, quando da elaboração de um relatório denominado de *Nosso futuro comum*, publicamente conhecido como Relatório *Brundtland*. Sobre desenvolvimento sustentável, Finco e Waquil (2006, p.12) afirmam ser

O desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais.

Este conceito contradiz a lógica de um desenvolvimento associado ao progresso ilimitado, sendo que, nas visões de Locatelli (2000), Mousinho (2003), Spínola (2001) e tantos outros autores, para se

Adotar a ética da vida sustentável, os consumidores deverão reexaminar seus valores e alterar seu comportamento. A sociedade deverá estimular os valores que apóiem esta ética e desencorajar aqueles incompatíveis com um modo de vida sustentável (SPÍNOLA, 2001, p. 213).

Deste modo, o consumo sustentável passa a ser indispensável na construção de uma nova sociedade, preocupada com o equilíbrio entre o desenvolvimento socioeconômico e a preservação do meio ambiente.

Nos estudos de Jacob (2006), entretanto, compreende-se que o termo consumo sustentável encontra-se situado em um patamar fantasioso. Existe a alternativa pelo consumo sustentável, tanto nos países ricos como nos países

pobres, encorajando as ações para atender às necessidades do ser humano de maneira aceitável, utilizando-se o mínimo dos recursos naturais e respeitando os limites ecológicos do planeta, porém poucas ações saem da teoria.

Assim, para que haja um consumo sustentável, é preciso uma mudança de atitude dos próprios consumidores. A responsabilidade para a preservação do planeta é de todas as pessoas, parte sempre de uma mudança de comportamento, que se reflete em um consumo responsável, sustentável, consciente, proveniente de uma educação voltada para formação integral do ser humano, enquanto ser finito, interagindo numa natureza possuidora de recursos, muitos deles não renováveis.

Para Canclini (2008), essa mudança de atitude da sociedade só ocorrerá quando houver uma reflexão acerca do comportamento que guia as práticas cotidianas. E vai além, afirmando que uma forma propositiva de consumo seria restringi-lo apenas ao necessário, substituindo-se o consumo privado de produtos pelo consumo público, ou até mesmo pelo consumo mínimo ou nenhum consumo, quando possível, no caso dos supérfluos. (WWI<sup>14</sup>).

Entende-se que toda mudança requer uma mobilização e organização para se construir uma nova consciência coletiva e acredita-se que isto também é válido quanto ao ato de consumir e criar condições objetivas que proporcionem um novo modelo de consumidor consciente, capaz de observar os impactos causados pela cultura consumista. Como expõe Leandro (2008, p.1), de uma forma simplificada, consumo consciente “significa consumir atento ao impacto que determinados produtos e serviços podem causar ao meio ambiente”, impedindo, quando possível, ações que o afetam negativamente.

É preciso esclarecer, porém, que essa mudança de comportamento não é tarefa fácil, visto que a relação com o meio ambiente de forma desrespeitosa faz parte do costume da população e, de acordo com Boff (2008, p. 46), “os costumes estão sempre circunscritos a hábitos, valores e opções dentro de determinada cultura”.

A prática do consumo parte sempre da escolha do indivíduo, baseado no contexto cultural ao qual está inserido. Para que o consumo consciente torne-se uma realidade, é preciso que haja conscientização de cada um na sociedade,

---

<sup>14</sup> O World Watch Institute (WWI), sediado em Washington, destaca-se na promoção de uma sociedade ambientalmente sustentável, na qual as necessidades humanas sejam atendidas sem ameaças à saúde da natureza. Busca atingir seus objetivos através de pesquisas interdisciplinares e políticas, montando cenários sobre as emergentes questões globais, e difundindo os resultados através de publicações, editadas em vários idiomas. No Brasil, é associado à UMA - Universidade Livre da Mata Atlântica, instituição do terceiro setor, dedicada à promoção do desenvolvimento socioeconômico ecológico integrado, para a divulgação de suas informações e publicação dos seus trabalhos.

disseminando o conceito da responsabilidade no ato de consumir. Vê-se, portanto, que é preciso uma mudança na cultura, para que a escolha do consumidor seja pautada, também, nas balizas da sustentabilidade (BOFF, 2008).

Também não basta apenas a mudança da consciência do consumidor, é preciso que o mercado também mude e que ele se paute pela sustentabilidade. Porém, fala-se em consumo consciente – e não em produção consciente – pelo fato de que a produção é baseada na demanda do consumidor. Dessa forma, se o consumidor passar a exigir os chamados “produtos verdes”, a indústria adaptar-se-á, oferecendo esse tipo de produto (LEITE, 2009).

É preciso mostrar que existem dois comportamentos a serem considerados aqui: a compra e o consumo em si. Sobre a compra, diz-se que o consumo consciente é aquele que privilegia empresas responsáveis ecologicamente. Porém, só isso não basta. É preciso mudar também o modelo de consumo em si, diminuindo a quantidade consumida, comprando apenas o necessário ou reciclando e reutilizando os produtos que seriam descartados como rejeitos. “O consumo consciente é uma das ferramentas para se atingir o novo modelo econômico – desenvolvimento sustentável – que traz reflexões e mostra a necessidade de se criarem redes para sua implementação” (SAMPAIO *et al*, 2009, p. 146).

O consumidor que adota uma postura consciente tem o poder de revolucionar, se agir em coletividade, podendo mudar relevantemente o modo de produção. Observa-se, então, que o consumo sustentável significa uma postura de prevenção. Nesse sentido, para o cidadão ter “uma nova postura de consumidor consciente, exige-se, antes de tudo, a existência de uma política de conscientização, com envolvimento de protagonistas sociais” (SOUZA, 2009, p.1). Além de empresas e consumidores, é preciso entender que uma mudança cultural, como a proposta para que se mudem os hábitos de consumo, afeta todo o ciclo econômico – indústrias, fornecedores, consumidores e governo. É por isso que, apesar de ser urgente essa mudança de paradigma de consumo, ela não constitui tarefa fácil. Uma das razões para essa dificuldade é que a sustentabilidade é associada a um desenvolvimento parcial não completo.

Por fim, diante da abrangência do tema e da complexa rede de agentes e objetos que se entrelaçam nesse contexto, faz-se necessária uma reeducação ambiental, que sirva de ferramenta para a modificação da relação do ser humano com o meio-ambiente, visto que "a finalidade da educação ambiental é formar uma

população mundial consciente e preocupada com o ambiente e problemas com ele relacionados” (UNESCO, 1977, p.2)

### **3.3 Consumo e Geração de Resíduos em Eventos**

A realização de eventos na sociedade neocapitalista e o consumo decorrente destas atividades têm sido grande fonte de geração de resíduos. No entanto, acredita-se que, a partir dessa constatação, grandes alternativas possam surgir, e a aglomeração de pessoas também possa se tornar uma oportunidade de despertar nas pessoas a consciência ambiental.

O consumo, a cultura e o comportamento do consumidor são objetos de estudo neste trabalho, e merecem a atenção dos organizadores de eventos que estejam dispostos a desenvolver uma prática colaborativa para um mundo sustentável, seja através da destinação adequada dos resíduos, seja na otimização e minimização dos processos de descarte na realização de eventos.

Conforme Ribeiro (2010, p.21), “com efeito, o consumo/mercado religioso não difere rigorosamente do consumo cultural. A fé do peregrino não se sustenta apenas com promessas e votos, mas também com o consumo”. Em muitos casos, o espaço sagrado transforma-se em mercadoria e geralmente a exploração desse local, quando não bem projetada, provoca impacto ambiental.

Falando em termos práticos, alguns pontos devem ser observados para que seja possível a implementação de estratégias para minimizar os impactos ambientais do consumo em eventos nos centros urbanos, especialmente nos entornos dos templos religiosos. Como exemplo, é possível citar a investigação sobre a existência de algum sistema de coleta seletiva no local em que é realizado o evento e/ou na própria cidade. Detalhes como este auxiliam bastante na minimização destes impactos. Hoje existem hotéis, centros de convenções e bons espaços de eventos trabalhando em projetos que levam em consideração as questões ambientais, desde seus preparativos, sua divulgação, até sua execução.

O consumo ocorrido em eventos diversos, sem planejamento adequado, pode tomar uma proporção muito maior do que se imagina, gerando um volume de resíduos maior do que a capacidade de coleta que o local possa ter. Os promotores de eventos devem traçar estratégias junto a cooperativas, projetos e consultores ambientais, dentre outros, tais como: párcos, pastorais, para reduzir a geração

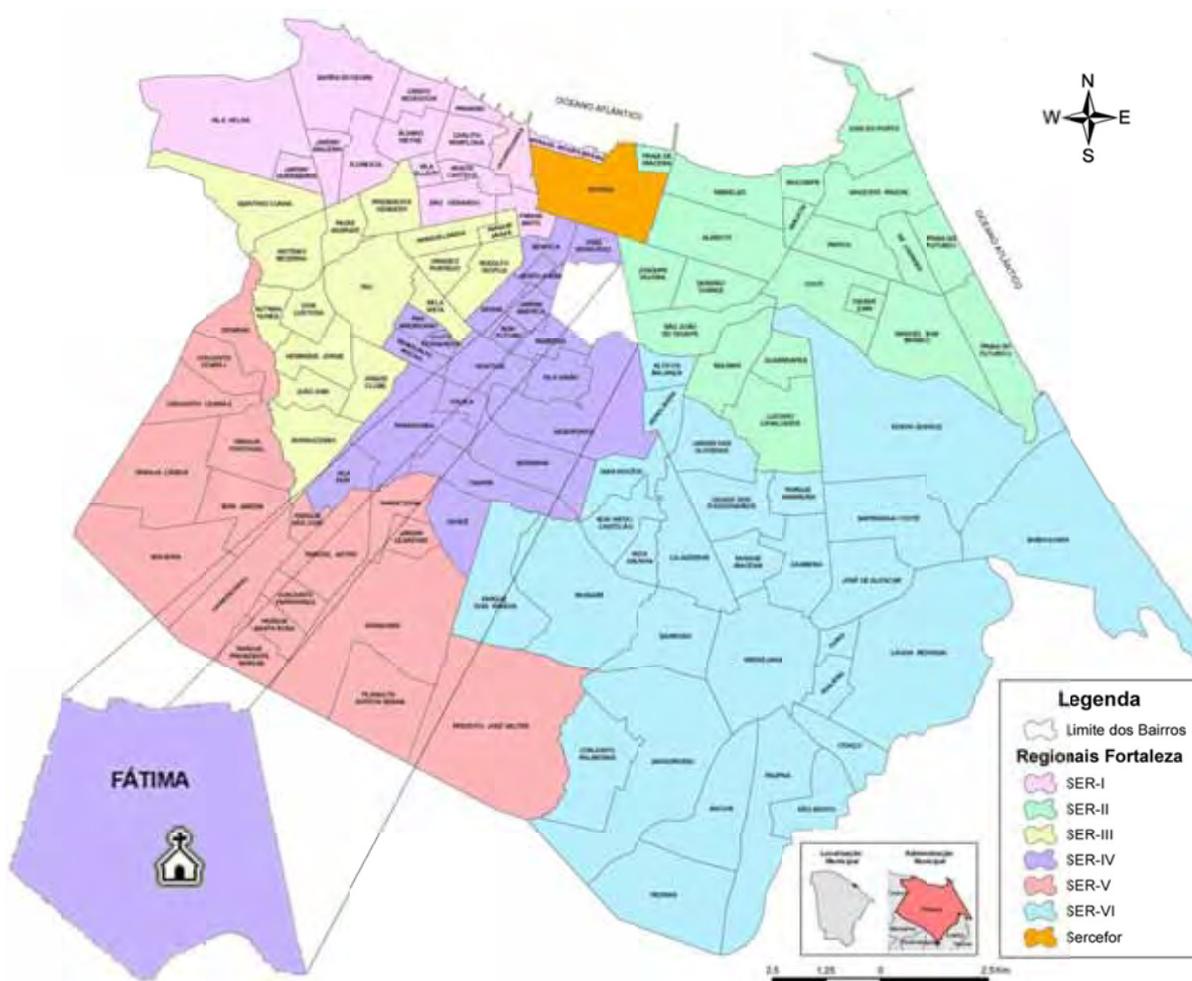
destes resíduos, antes mesmo que o evento aconteça, como veremos a seguir, na iniciativa do Santuário em lançar um movimento em prol da coleta seletiva dos resíduos sólidos durante as festividades dos dias 13 de cada mês.

## 4. CONSUMO NO SANTUÁRIO DE FÁTIMA

### 4.1 Histórico do Santuário de Fátima

O santuário de Nossa Senhora de Fátima situa-se na cidade de Fortaleza, capital do Ceará, no semiárido do Nordeste, banhada ao norte pelo Oceano Atlântico (FIGURA 1).

**Figura 1** – Localização da área de estudo: Fortaleza - CE.



Fonte: <http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/140x.htm>.

O bairro de Fátima teve sua primeira denominação de Redenção. Em 1954, houve a construção da Igreja de Nossa Senhora de Fátima e a inauguração da Paróquia. Somente em 1955 é que o Bairro recebeu oficialmente o nome de Fátima (NOBRE, 2009), e abriga hoje um monumento em homenagem a Nossa Senhora de

Fátima, como se observa na FIGURA 2. A importância do Santuário para a cidade se deve a sua posição inclusiva no movimento religioso de Fortaleza

**Figura 2** – Vista Aérea do Santuário de Nossa Senhora de Fátima.



Fonte: CAVALCANTE (2011).

Pode-se deduzir que o Santuário de Fátima, ao longo de sua história, foi demarcando um lugar com singularidades que permitiram a construção de valores culturais e uma identidade religiosa que foi sendo internalizada pelos moradores e assimilada pelos visitantes.

Com a expansão das ações religiosas e difusão da homenagem ao dia da aparição de Nossa Senhora de Fátima aos pastorezinhos<sup>15</sup>, essa dinâmica espacial, no entorno do santuário, começou a se modificar, configurando outra concepção de espaço, com a finalidade não mais unicamente religiosa ou contemplativa. Tornou-se então construção social estruturada num campo de força e de valores simbólicos (BOURDIEU, 2007).

A constituição desse espaço profano, em articulação com a hierarquia da Igreja católica e com a permissão de ocupação e uso do espaço dado pelo poder

<sup>15</sup> A nomenclatura “de Fátima”, título atribuído à Mãe de Jesus, surgiu em decorrência de a aparição ter ocorrido na cidade de Fátima, em Portugal. No início do século XX, no ano de 1917, na cidade de Fátima, em Portugal, três crianças, Lúcia, Jacinta e Francisco, afirmaram ter visto a aparição de Nossa Senhora inúmeras vezes. Tal fato difundiu-se no mundo inteiro e, tendo o evento acontecido na cidade nomeada de Fátima, nasceu, então, mais uma das muitas faces da mãe de Jesus, para os católicos: Nossa Senhora de Fátima.

público, começou a se transformar com a instalação de um pequeno mercado informal constituído de barracas padronizadas, que passaram a comercializar bens simbólicos<sup>16</sup> e outros produtos e serviços.

Essa dinâmica produtiva no espaço urbano, como lugar de trocas simbólicas, deu-se em função tanto do pluralismo religioso quanto da lógica mercadológica que se impunha no âmbito institucional das religiões, como uma estratégia de aproximar o diálogo entre economia e cultura nas representações sociais em que estão interligados o sagrado e o profano (ROSENDAHL, 2003).

Coerente com a lógica do capital, o espaço no entorno do Santuário de Fátima enquadra-se na análise teórica de Corrêa e Rosendahl (2010, p.9), quando argumentam que:

Nessas conexões há, além das dimensões políticas e do lugar, uma dimensão 'economia', manifesta nos bens simbólicos, mercados e redes, que se situam no espaço profano e em diversos outros locais, próximos e distantes envolvendo produtores, distribuidores e consumidores de bens simbólicos.

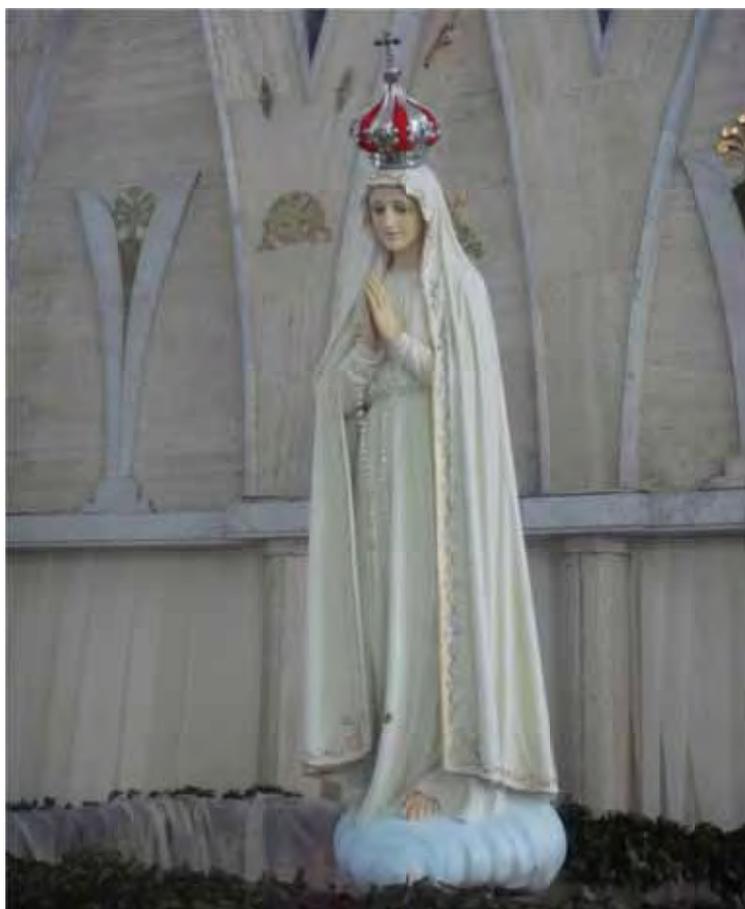
Nessa perspectiva de lugar, é possível definir essa categoria geográfica como um espaço pluridimensional, onde se travam relações sociais e produtivas, clivadas por conflitos e contradições, cujo uso e apropriação do espaço ocorrem em função do consumo de bens simbólicos, tornando o lugar "produto direto da reprodução do capital, mediando as relações sociais e redefinindo-as, a partir da criação de modelos e padrões estipulados pelo consumo da mercadoria" (CARLOS, 2007, p.43).

A ideia da imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima surgiu em Portugal e teve como marco inicial o dia 13 de maio de 1947. Após percorrer muitos países, em outubro de 1952, a imagem aportou no Ceará. Por ocasião da segunda peregrinação ao Brasil, ficou acertado que a visita se encerraria em Fortaleza. Isso motivou a construção de um Santuário em homenagem à Santa, na capital cearense. No ano seguinte, conforme programação, a imagem peregrina retornou a Fortaleza, ficando exposta no Santuário, ainda em construção (FIGURA 3).

---

<sup>16</sup> De acordo com Pierre Bourdieu, um bem simbólico se configura quando a um objeto artístico ou cultural é atribuído valor mercantil, sendo consagrado pelas leis do mercado ao status de mercadoria. Para esses objetos é formado um grupo consumidor, bem como de produtores de bens simbólicos. Fonte: BOURDIEU, Pierre. O mercado dos bens simbólicos. In: A economia das trocas simbólicas. (org. Sérgio Miceli). 6ª edição. São Paulo: Perspectiva, 2007. Pp. 99-181

**Figura 3** – Imagem de Nossa Senhora de *Fátima* no altar-mor do Santuário.



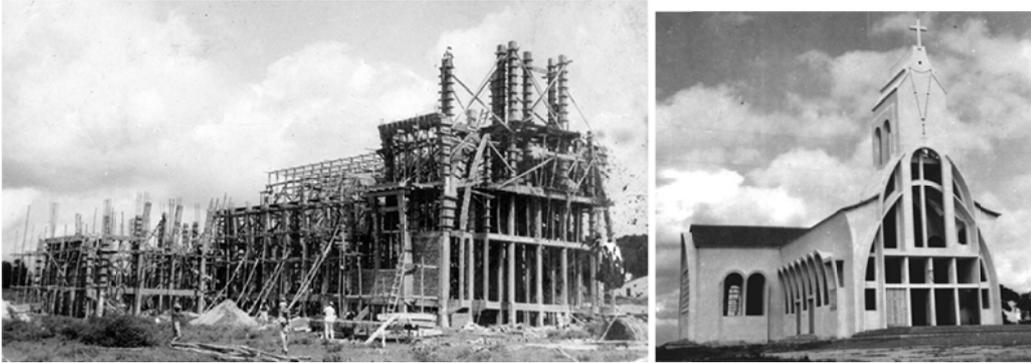
Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011)

Conforme documentado por Faheina (2001), o terreno onde se construiu a Igreja de Nossa Senhora de Fátima foi uma doação de um morador do bairro<sup>17</sup> e sua inauguração ocorreu em dezembro de 1952, após missa campal. Os recursos para a construção do Santuário foram provenientes de várias fontes, sobretudo doações da comunidade local (FIGURAS 4 e 5).

---

<sup>17</sup> Coronel Pergentino Ferreira era proprietário de grandes lotes de terra do bairro Redenção, hoje Fátima. Ele cedeu esse loteamento para construção da Igreja anexa a sua fazenda de gado.

**Figura 4** – Construção do Santuário de Nossa Sra de Fátima, Fortaleza - CE.



Fonte: <http://blogsantuariodefátima.blogspot.com.br/p/historia-do-santuario.html>. acesso 15 de fevereiro/2011.

**Figura 5** – Santuário de Nossa Senhora de Fátima.



Fontes: Foto a esquerda, arquivo Josino (2011), demais fotos arquivo Fontes (2011).

Sobre a construção de um espaço sagrado, Castells (2000, p.22) comenta “que sua construção pode ocorrer por instituições dominantes como a Igreja”. Neste caso aqui, a Igreja católica construiu o Santuário de Nossa Senhora de Fátima dotando-o de significado religioso e cultural.

Em requerimento datado de 25 de agosto de 1999, o Padre Manoel Lemos de Amorim demonstra as qualidades vinculadas ao local com o objetivo de fundamentar a elevação da sede da matriz de Fátima, em Fortaleza, a Santuário

arquidiocesano. Exemplificando as qualidades exigidas para a oficialização do Santuário, Cavalcante (2011, p.55) relata o “enorme curso de peregrinos ao local, sobretudo nos dias 13 de maio e 13 de outubro”, períodos das principais solenidades a Nossa Senhora de Fátima. Comenta também que todo mês, especialmente no dia 13, já denominado por tradição como Dia da Peregrinação, existe a frequência constante dos fiéis, devido às celebrações das 11 missas nesse dia, que é consagrado à Santa do Santuário.

Observando-se que as características apresentadas no Código de Direito Canônico, especialmente na 3ª parte, capítulo III, o qual reza sobre os espaços e templos sagrados, mais especificamente no seu capítulo III<sup>18</sup>, entendemos que as qualidades exigidas para ser dada a denominação de Santuário à igreja de Nossa Senhora de Fátima existem. No entanto, ainda não foi concedido a ela, oficialmente, o título de Santuário, embora já tenha o reconhecimento popular, motivo pelo qual esse estudo optou pelo uso dessa terminologia.

## 4.2 Manifestações Populares e Religiosidade

As manifestações populares são historicamente destacadas na cultura brasileira, principalmente as que acontecem através dos eventos religiosos. No Período Colonial, as festas religiosas tiveram grande influência na construção da sociabilidade dos povos, facilitando assim a inserção de simbologias a partir de processos históricos de ocupação de um novo território (DEL PRIORE, 2000).

As festas religiosas e as procissões são consideradas as manifestações populares mais antigas do Brasil e encontram-se relatadas por viajantes que contam que, já na época do descobrimento, as comemorações de ordem religiosa e festivas estavam presentes nas atividades dos portugueses e dos indígenas (TINHORÃO,

<sup>18</sup> Código de Direito Canônico (3ª. Parte – Capítulo terceiro) Cân. 1230 – Sob a denominação de Santuário, entende-se a Igreja ou outro lugar sagrado, aonde os fiéis em grande número, por algum motivo especial de piedade, fazem peregrinações com a aprovação do Ordinário local.

Cân. 1231 – Para que um santuário possa dizer-se nacional, deve ter a aprovação da Conferência dos Bispos; para que possa dizer-se internacional, requer-se a aprovação da Santa Sé.

Cân. 1232 – § 1. Para aprovar os estatutos de um santuário diocesano, é competente o Ordinário local; para os estatutos de um santuário nacional, a Conferência dos Bispos; para os estatutos de um santuário internacional, somente a Santa Sé. § 2. Nos estatutos devem ser determinados principalmente a finalidade, a autoridade do reitor, o domínio e a administração dos bens.

Cân. 1233 – Poderão ser concedidos determinados privilégios aos santuários, sempre que as circunstâncias locais, o afluxo de peregrinos e principalmente o bem dos fiéis parecerem aconselhá-los.

Cân. 1234 – § 1. Nos santuários, ofereçam-se aos fiéis *meios de salvação mais abundantes*, anunciando com diligência a palavra de Deus, incentivando adequadamente a vida litúrgica, principalmente com a Eucaristia e a celebração da penitência, e cultivando as formas aprovadas de piedade popular. § 2. Os documentos votivos da arte popular e da piedade sejam conservados em lugar visível nos santuários ou em locais adjacentes, e sejam guardados com segurança (grifos nossos) (CNBB, 1983, 535 *apud* CAVALCANTE, p.83).

2000). Pode-se citar a primeira missa rezada em terra brasileira, pelo Padre Frei Henrique, como a primeira atividade religiosa organizada pelos portugueses, mostrando assim a força do catolicismo e a presença da Igreja nestas expedições. Ressalta-se que as religiões realizam festas sagradas buscando reproduzir a história da manifestação do Espírito Divino na natureza e na história. (BARROS, 2002).

Para Amaral (1999, p. 52), “[...] pode-se dizer que a festa é uma das vias privilegiadas no estabelecimento de mediações da humanidade [...]”. Para a autora, a festa brasileira está ligada à religião desde o Período Colonial e é responsável pela forma de organização da sociedade brasileira.

A população brasileira é profundamente religiosa, tendo como principal característica homenagear as datas santificadas pela Igreja. Estes momentos de festas populares são vividos coletivamente, como é possível observar em procissões, pagamento de promessas e demais outras manifestações da crença católica. A apropriação do espaço público para a ocorrência destas manifestações traz em si a característica de modificar o ambiente e seu entorno.

As significações para a religiosidade são diversas, o que em muitos casos gera dificuldades para uma definição precisa com relação ao tema. Na visão de Faria e Seidl (2005, p.2):

Alguns autores definem religiosidade como atributos relativos a uma religião específica e distinguem religiosidade de espiritualidade, definindo a primeira como adesão a crenças e a práticas relativas a uma igreja ou instituição religiosa organizada, e a segunda como a relação estabelecida por uma pessoa com um ser ou uma força superior na qual ela acredita.

As autoras conceituam a religiosidade exteriorizando a individualidade relacionada à espiritualidade, já que é um fato exclusivamente pessoal, que proporciona ao ser humano superar sua transcendência pessoal, por meio de sua suscetibilidade ‘extra consciente’, e fonte de sentidos para eventos na vida. Acredita-se que o individualismo não se propaga em todos os círculos da sociedade, apenas se reproduz diretamente naquilo que as pessoas entendem ser um direito nato, ou seja, sua liberdade de consciência. (FARIA e SEIDL, 2005, p.2)

É fato que este individualismo, considerado normal, afeta o sujeito em todas as suas dimensões e relacionamentos. O indivíduo sente-se livre para assumir suas decisões, seguindo apenas os impulsos de sua consciência, sem ter o senso de responsabilidade social. Por vezes, suas atitudes ocasionam conflitos que, talvez,

poderiam ser evitados caso ele seguisse orientações de um superior ou mesmo de um segmento religioso. Mas o individualismo leva o sujeito a agir apenas com o que manda sua própria consciência. ( FARIA e SAID, 2005)

Worthington, Kurusu e McCullough (*apud* FARIA e SAID, 2005, p.381) informam que o indivíduo religioso é o que “possui crenças religiosas e que valoriza, em alguma medida, a religião como instituição”. Já um sujeito espiritualizado é o que “acredita, valoriza ou tem devoção a algum poder considerado superior, mas não necessariamente possui crenças religiosas ou é devoto de alguma religião institucionalizada”. Sendo assim, a religiosidade não é conflitante com a espiritualidade.

### **4.3 Consumo e descarte nos eventos religiosos**

A comercialização de produtos religiosos tem se tornado indispensável na vida das pessoas, principalmente na dos católicos, fato este confirmado por Ribeiro (2010, p.19), quando diz que “as massas de romeiros, de preferência sob o comando da Igreja, ultrapassam os limites. O que era mercado religioso somente por parte da Igreja, perde espaço para as empresas de turismo e organizadores de excursão”.

Entende-se, assim, que o turismo religioso é um fator essencial para o crescimento e redimensionamento dos recursos financeiros da localidade. Devido ao grande consumo dos objetos religiosos, hoje, empresários de ampla visão investem no ramo da religiosidade, função esta que antes era exclusiva da Igreja. A importância de eventos religiosos para a economia do país é realçada por Moura ao afirmar que:

A beleza das festas que celebram as vidas dos santos nem sempre conservam a autenticidade de suas origens devocionais, mas constituem-se num dos principais atrativos turísticos do Brasil, tanto nos grandes centros como nas cidades mais humildes (...) As festas, grande motor do turismo nacional, constituem, assim, um dos grandes patrimônios culturais de nosso país. (MOURA, *apud* RIBEIRO, 2010, p. 16)

Conforme observado anteriormente, a economia, em uma cultura com bases capitalistas, tem como principal impulsionador o incentivo ao consumo. No Santuário de Fátima, em Fortaleza, a questão do consumo e sua conseqüente geração de resíduos, por ocasião dos eventos realizados neste espaço público, têm afetado de forma explícita o equilíbrio ambiental do local.

No Santuário de Fátima, há uma grande variedade de produtos comercializados em espaço aberto, sobretudo os bens simbólicos, tais como: imagens, fitas, terços, anéis, camisas com imagens ou frases bíblicas, CDs de música (gospel, instrumental-religiosa), adesivos e decalques para carros com motivos religiosos e uma imensa lista de produtos de natureza não religiosa. Como consequência desse consumo, são produzidos vários tipos de resíduos sólidos.

Por ocasião dos eventos ali realizados, o lugar transforma-se num verdadeiro mercado, onde produtos religiosos e outros serviços são comercializados e/ou divulgados. O imenso volume de resíduos gerados acaba, então, acarretando sérios problemas à população itinerante, bem como aos moradores que vivem no entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima. Estes últimos sofrem durante todo o ano, pois é grande o fluxo de peregrinos e excursionistas que o visitam todos os meses.

Vale dizer aqui que este fluxo de fiéis ajudou a crescer e fez prosperar o Bairro de Fátima, tornando-o um dos maiores centros de religiosidade da capital cearense. Mas, junto aos benefícios, são deixadas toneladas de resíduos sólidos. (FIGURAS 6 e 7).

**Figura 6** – Barracas dos Permissionários na Praça Pio IX, durante Evento Festivo no Entorno do Santuário de Fátima.



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011)

**Figura 7** – Situação do entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima em Fortaleza CE, no dia seguinte aos eventos.



Fonte: SANTOS, M.S.F. dos (2011).

Diante desta problemática, faz-se necessário envolver grande parte da população (moradores) e os visitantes (excursionistas e peregrinos) responsáveis pela produção desses resíduos, numa visão integrada da realidade, no intuito de que juntos possam desenvolver uma postura participativa, com a conscientização dos problemas ambientais e dispostos a defender o meio ambiente e o espaço religioso.

É preciso também alertar essa população sobre a maneira equivocada de como ela vivencia a sua religiosidade e como suas atitudes causam impactos no entorno deste templo sagrado, contribuindo com a sujeira da cidade, denegrindo a paisagem ambiental e favorecendo o surgimento de doenças. Nas figuras 8 e 9, é possível observar a atenção dos fiéis que se voltam para a divulgação e venda de diferentes serviços, tais como: planos de saúde, produtos farmacêuticos, serviço de massagem, propaganda com balões, com autorização para uso do espaço mediada pela própria administração da paróquia.

**Figura 8** – Quiosques de Divulgação de Serviços no Entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima.



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011).

**Figura 9** – Consumo de Serviço durante as Celebrações no Santuário Nossa Senhora de Fátima.



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011).

Berger e Luckmann (2004, p.61) observam que isso ocorre devido à necessidade de sobrevivência das Igrejas frente à concorrência cada vez maior entre elas. Assim: “Se quiserem sobreviver, as Igrejas devem atender sempre mais aos desejos de seus membros. A oferta das Igrejas deve comprovar-se num mercado livre. As pessoas que aceitam a oferta tornam-se um grupo de consumidores”.

Nas celebrações que ocorrem nos meses de maio e outubro, o grande fluxo de fiéis e comerciantes costuma deixar marcas visíveis da falta de um pós-consumo consciente e da responsabilidade pelos resíduos gerados. Os permissionários, por sua vez, sedentos de maiores lucros, e cientes “da liberdade e da concorrência no mercado de bens simbólicos”, acabam “elevando também a diversificação e o volume de produtos e serviços religiosos” (BIANCO, 2007, p. 06).

**Figura 10** – Praça Pio IX no entorno do Santuário de Fátima em Fortaleza-CE após o evento religioso



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011)

O que se observa no dia seguinte ao evento é sempre um retrato fiel da distância que ainda é preciso percorrer para que o indivíduo possa conviver em harmonia com o ambiente, usufruindo do espaço de forma consciente e sem agressões.

#### 4.4 Movimento pró-coleta seletiva no Santuário

O movimento pró-coleta seletiva da Paróquia Nossa Senhora de Fátima é uma iniciativa da Pastoral Social da mesma, tendo como objetivo intervir, de forma afirmativa, na destinação dos resíduos sólidos produzidos durante os eventos religiosos, como forma de minimizar os impactos desses resíduos sobre o ambiente.

Sendo assim, o projeto visa proporcionar orientação para o descarte dos resíduos deixados pelos permissionários e adeptos, e também colaborar com o grupo de catadores<sup>19</sup>, através do projeto “Reciclar é uma Maravilha”, na perspectiva de reciclagem dos resíduos sólidos produzidos e descartados nas festividades.

**Figura 11** – Banner da campanha pró-coleta seletiva.



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011)

<sup>19</sup> Originário da Comunidade Maravilha, moradores de uma favela localizada no entorno do bairro de Fátima.

O Movimento Pró-Coleta Seletiva teve início em 2009, com a elaboração de um plano de ação pelo grupo da Pastoral Social, tendo a participação de voluntários. O plano de ação foi lançado no dia 13 de maio do mesmo ano, através de campanha publicitária escrita, televisada e falada, versando sobre o tema “coleta seletiva”. Foram também confeccionados coletes com o slogan e logomarca do movimento, para serem usados pelos componentes do grupo e voluntários, no dia 13 de cada mês, encarregados de orientar os permissionários e adeptos quanto aos cuidados com o descarte dos resíduos produzidos em função do consumo de bens simbólicos e outros produtos, como as embalagens de alimento e bebidas.

Com o avanço do projeto, organizou-se posteriormente campanha de sensibilização e conscientização junto aos devotos, paroquianos e permissionários, para que não descartassem nas vias públicas: papéis, jornais, garrafas *pets* e latinhas de bebidas, como parte de um processo educativo voltado para a sustentabilidade do espaço urbano em que o santuário está inserido.

A escolha pela campanha de sensibilização se deu pelo fato de que esse trabalho poderia, além do óbvio benefício nos arredores da paróquia, ter uma repercussão em toda a cidade. Isto porque o Santuário de Fátima recebe nos dias 13, aproximadamente, 40.000 pessoas, com exceção dos meses de maio e outubro, quando para aí se deslocam 150.000 devotos, originários, sobretudo, de Fortaleza e região metropolitana (COUTINHO, 2012). Informação do jornal local de 2007 e de 2012 comprova um aumento significativo de fiéis nas festividades do Santuário de Nossa Senhora de Fátima, principalmente nos meses de maio e outubro.

Conforme informações da Empresa Municipal de Limpeza e Urbanização - EMLURB, responsável pela limpeza urbana do pátio do Santuário, Praça Pio IX e ruas adjacentes, no dia seguinte à realização da festa de Nossa Senhora de Fátima, todos os dias 13, ocorre a varrição do local. A seguir, todo resíduo produzido no entorno do santuário é pesado.

No Quadro 2 é apresentado relatório de produção dos resíduos sólidos recolhidos nos anos de 2008 a 2011, resultantes da varrição do entorno do Santuário de Nossa Senhora de Fátima, realizada nos dias 14 de cada mês, após evento religioso.

**Quadro 4** – Relatório de produção de resíduo sólido por tonelada da EMLURB

<b>DIA</b>	<b>MÊS</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
14	Janeiro	2.770	2.370	1.080	1.810
14	Fevereiro	1.340	1.640	1.020	1.780
14	Março	2.040	1.370	1.110	1.580
14	Abril	2.610	1.240	2.101	1.100
<b>14</b>	<b>Mai</b>	<b>3.310</b>	<b>2.950</b>	<b>2.400</b>	<b>1.488</b>
14	Junho	1.280	1.580	1.800	1.600
14	Julho	2.940	2.310	2.300	2.840
14	Agosto	1.880	1.210	1.700	2.518
14	Setembro	1.830	1.800	1.410	2.150
<b>14</b>	<b>Outubro</b>	<b>3.220</b>	<b>2.450</b>	<b>1.530</b>	<b>1.630</b>
14	Novembro	2.602	2.450	1.580	2.460
14	Dezembro	2.550	2.170	1.900	1.670
	<b>Total</b>	<b>28.372</b>	<b>23.540</b>	<b>19.931</b>	<b>22.626</b>

Fonte: EMLURB (2012).

Pelo levantamento da Prefeitura Municipal de Fortaleza, observa-se que nos meses de maio e outubro o volume de resíduos sólidos sofreu variações. Entende-se isto como resultado do trabalho do movimento pró-coleta seletiva do Santuário, que tem como um dos objetivos a diminuição da produção de resíduos sólidos e minimização dos impactos ambientais do lugar em análise. Quando observamos os dados da tabela referentes a 2008, antes do lançamento do referido movimento, verificamos que em relação a este ano houve uma sensível diminuição de resíduos nos anos de 2009 e 2010. A exceção se deu no ano 2011, que sofreu um pequeno aumento deste volume. Conforme observação da pesquisadora, isto se deu em função da inclusão de entulho de construção na varrição do pátio e entorno do Santuário de Fátima. Vale salientar que durante os eventos festivos do mês de maio e outubro, consagrados a comemorações específicas<sup>20</sup> de Nossa Senhora de Fátima, o público vem sendo cada vez maior.

Apesar de alguns resultados positivos já evidenciados, a quantidade de resíduos gerados ainda agride o meio ambiente. Embora já seja visível uma mudança no comportamento dos permissionários, quando estão na presença dos membros do movimento, ainda há muito a se fazer para minimizar os impactos provocados pela geração de resíduos sólidos no santuário de Fátima.

<sup>20</sup> Período em que se comemora a primeira e a última aparição de Nossa Senhora aos pastorinhos, na cidade de Fátima, em Portugal, em 1917.

É importante ressaltar que os organizadores das festividades, através de ações como o movimento pró-coleta seletiva, demonstram sensibilidade com a questão ambiental e buscam, através de atividades de cunho educacional, convocar a comunidade e visitantes do Santuário para adotarem uma atitude correta com relação aos impactos ao meio ambiente, decorrentes da ação humana. Porém, no âmbito dos movimentos em prol de uma sustentabilidade de Fortaleza, segundo Cardoso e Matos (2009, p.28), apesar de alguns avanços, ainda há necessidade de “uma ação intersetorial, que envolva diferentes atores sociais, com vivências e experiências profissionais diversificadas. Assumindo claramente, uma conexão entre questões ambientais e população”.

O Movimento pró-coleta seletiva mostra-se em consonância com a Campanha da Fraternidade de 2011, da Conferência Nacional de Bispos do Brasil, cujo tema foi “Fraternidade e Vida no Planeta”. Esta Campanha tinha como objetivo mostrar a necessidade de se analisarem os problemas ocasionados ao longo dos anos ao Planeta Terra, devido ao uso impróprio dos recursos naturais, e conscientizar o ser humano para um reinício, com mais beneficência e sustentabilidade para o Planeta (CAVALCANTE, 2011). Com essa sensibilidade, o movimento pró-coleta seletiva promoveu uma grande caminhada em defesa da natureza, no dia 04/06/2011, com ênfase na importância da reciclagem e coleta seletiva para o melhoramento do espaço às margens do Santuário de Fátima (cartaz de divulgação da caminhada - anexo B).

O referido movimento, atualmente, por estar mais estruturado, realiza reuniões quinzenais para discutir as estratégias a serem seguidas. Suas solicitações à Regional (SER IV<sup>21</sup>), setor responsável pela permissão de ocupação do espaço público, têm sido constantes. Entre estas solicitações, duas se destacam: uma delas foi a solicitação para que, junto com a autorização daqueles que atuam na área como vendedor ambulante, um ofício (Anexo B) fosse encaminhado aos permissionários esclarecendo as normas para um acondicionamento racional dos resíduos sólidos produzidos durante os eventos religiosos. A outra solicitação foi pedindo que os permissionários fossem advertidos quanto à colocação de lixeiras nos seus locais de venda, para utilização por parte dos consumidores, e, caso isto não acontecesse, perderiam sua autorização para trabalhar na área. Tais pedidos

---

<sup>21</sup> Uma subdivisão da Prefeitura Municipal de Fortaleza, que usa essa estratégia organizacional, numa conjugação de bairros próximos, onde o bairro de Fátima está incluso.

têm justificativa, já que, além do descaso no descarte do lixo de alimentos e bebidas, o local possui quantidade insuficiente de lixeiras para o volume de resíduos produzidos.

Desde a sua criação (2009), o movimento pró-coleta seletiva, vinculado ao Santuário de Fátima, obteve alguns avanços, pois a maioria dos permissionários passou a gerenciar os resíduos de forma correta, seja providenciando as lixeiras ou acondicionando as embalagens de produtos em recipientes apropriados, evitando assim a dispersão dos resíduos no meio ambiente. Tais providências têm servido, com certeza, para minimizar os prognósticos veiculados pela imprensa local, pois, apesar de Fortaleza possuir, dentre as cinco capitais pesquisadas no Brasil, “o segundo maior percentual de vias com pavimentação [...] ostenta os maiores índices de lixo nas ruas, esgotos a céu aberto e menos bueiros para escoar água” (MAIA, 2012).

Dentre as várias atividades<sup>22</sup> desenvolvidas pelo Grupo Pró-Coleta Seletiva é importante destacar aquelas atinentes ao consumo no entorno de Santuário de Fátima, na perspectiva de minimizar os impactos provenientes da venda dos produtos comercializados no lugar. Foi providenciada a aquisição de lixeiras e colocação em diversos locais, tanto na área interna como externo do Santuário, com adesivos indicando as tipologias dos resíduos. (FIGURAS 12 e 13).

**Figura 12** – Lixeiras internas no Santuário de Fátima



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2013)

---

<sup>22</sup> Participação em audiência pública, promovida pela Procuradora do Meio Ambiente Estadual para discutir a implantação da coleta seletiva em Fortaleza. Participação nas reuniões referente ao Orçamento Participativo da Prefeitura Municipal de Fortaleza, inclusive aprovando proposta de implantação da Coleta Seletiva no Bairro de Fátima.

**Figura 13** – Lixeiras externas no Santuário de Fátima



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2013)

Com vistas a reforçar o ideário da campanha, de evitar jogar lixo nos logradouros públicos, representantes do movimento visitam todos os dias 13 de cada mês os permissionários que ali comercializam seus produtos religiosos, para observar se a conduta preservacionista foi internalizada pelos vendedores, como coparticipantes desse movimento em defesa de um consumo sustentável.

Outra linha de ação significativa do movimento pró-coleta seletiva verifica-se no apoio concedido aos catadores da Comunidade Maravilha que, com a mobilização dos moradores do bairro de Fátima<sup>23</sup>, estão engajados na campanha da coleta seletiva dos resíduos. Para tanto, uma educadora ambiental, participante do movimento, elaborou uma cartilha, denominada *Proposta de Implantação do Programa de Coletiva Seletiva de Lixo para Condomínio*, para orientar os moradores a procederem a uma seleção dos resíduos sólidos descartados.

Outra iniciativa social, com vistas a criar uma cultura de reutilização de produtos diversos, é a organização semestral do *Eco Brechó*, nas dependências do Santuário, quando ocorre a venda de produtos seminovos, com a finalidade de adotar novos hábitos e também obter recursos para ajudar no financiamento do Grupo pró-coleta seletiva (FIGURA12).

<sup>23</sup> Convites durante as missas aos paroquianos interessados na implantação da coleta seletiva dos resíduos em sua residência e nos seus condomínios para participar de uma sensibilização e adesão, colocando-se à disposição com entrega de uma proposta, contando com os catadores para recebimento do material selecionado.

**Figura 14** – Eco Brechó realizado pelo grupo do movimento pró-coleta seletiva, no Santuário de Fátima em Fortaleza/CE



Fonte: Arquivo SANTOS, M.S.F. dos (2011)

#### **4.5 Poder Público e Meio Ambiente em Fortaleza**

A Constituição Federal de 1988 destaca, no art. 225, que o meio ambiente de qualidade é um direito consagrado a todos e que o mesmo deve ter seu equilíbrio preservado.

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (BRASIL, 1988, CF, art.225).

Esse direito é instituído tanto para o meio ambiente natural quanto para o meio ambiente urbano, sendo competência do poder público e da sociedade proteger e conservar os espaços públicos para as atuais e novas gerações. Nesse sentido, o comércio que ocorre no Santuário de Fátima deve atentar para essa noção preservacionista, a fim de obter um espaço público e urbano qualificado.

No caso de Fortaleza, o documento que enfatiza a preservação do meio ambiente é a Constituição do Estado do Ceará, promulgada em 1989, a qual determina que:

[...] o desenvolvimento econômico e social, na forma da lei, deverá ser compatível com a proteção do meio ambiente, para preservá-lo de alterações que direta ou indiretamente sejam prejudiciais à saúde, à segurança e ao bem estar da comunidade ou ocasionarem dano à fauna, à flora, aos caudais ou ecossistema em geral (CEARÁ, 1989, art. 229, § 1º).

Na Lei Orgânica do Município de Fortaleza, no título V – da ordem econômica e social, capítulo II, verificam-se inúmeros artigos que tratam da questão do meio ambiente (anexo D). Dentre eles, alguns diretamente relacionados à preservação do espaço público, como é o caso do art. 149, que estabelece que “a política de desenvolvimento urbano, a ser executada pelo Município, assegurará: [...] III – a preservação, a proteção e recuperação do meio ambiente natural e cultural [...]”.

Outro importante documento que merece destaque é o Código de Obras e Posturas Municipais de Fortaleza - COPMF, elaborado há mais de duas décadas, mais precisamente em 1981, denominado de Lei Municipal nº. 5.530. Apesar de ser um instrumento que direciona alguns artigos para a preservação e conservação do meio ambiente, voltado especialmente para o comércio ambulante, é notória a lacuna com relação aos eventos públicos no entorno das Igrejas. Conforme o art. 616 da referida lei, é “proibido, no Município de Fortaleza, o lançamento ou liberação de poluentes, [...]. Parágrafo Único – Considera-se poluente toda e qualquer forma de matéria ou energia que, direta ou indiretamente, prejudique o meio ambiente, [...]” (COPMF, 1981). No COPMF (1981), porém, não há nenhum item que demonstre preocupação com relação ao meio ambiente nas localidades religiosas, notadamente naquelas onde ocorrem as maiores festividades, como é o caso do Santuário de Fátima.

No diagnóstico Geoambiental do município de Fortaleza 2009, não são contabilizados como impacto ambiental os resíduos produzidos no meio ambiente artificial urbano, como, por exemplo, nas praças.

Acerca das praças, o que se verifica é a constante subutilização quanto as suas finalidades precípuas, quais sejam, o lazer, o descanso, serventia como ponto de encontro para a comunidade circunvizinha, local para exercício físico etc. Não obstante, a reforma, a reutilização e a conservação das praças parecem ser de interesse da atual gestão (2005 - 2008 e 2009 - 2013), que demonstra uma preocupação com a relevância do tema de modo mais evidente do que as gestões anteriores (SOUZA et al., 2009,p.84)

Ainda assim, é lamentável que um documento elaborado por uma equipe multiprofissional não demonstre interesse e sensibilidade capazes de considerar as

subutilizações das praças como causadoras de problemas ambientais. No caso da presente pesquisa, a praça no entorno do santuário de Fátima, onde se instala o comércio de bens simbólicos e de alimentos, com autorização do poder público, apresenta exatamente essa característica.

Nessa linha de raciocínio, Silva e Filho (2010, p.09) complementam esse entendimento quando asseguram que:

Não é preciso ser um *expert* em direito ambiental para perceber que o Estado brasileiro tolera o dano ambiental, e tal tolerância vem expressa em diversos dispositivos legais e até na Constituição Federal. Nesse sentido, tomemos como exemplo o que está expresso no art.225 §1º, incisos IV da Constituição Federal de 1988: §1º - para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público: IV – exigir na forma da Lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora significativa de degradação do meio ambiente, estudo prévio e impacto ambiental a que se dará publicidade.

O que ocorre é que a legislação ambiental não previne certos tipos de impactos ambientais por não considerá-los significativos. Essa lacuna é observada, inclusive, pela atual ministra do meio ambiente que, na abertura de um ciclo de debates intitulado “Brasil sustentável – o caminho para todos”, realizado no Rio de Janeiro, fez críticas à legislação ambiental, ao dizer que “as leis, da forma como estão estabelecidas atualmente, impedem muitas soluções que resolveriam problemas ambientais” (MAZZACARO, 2012).

No caso da pesquisa em tela, podemos constatar, através de observação de conversas informais, que os resíduos, fruto do consumo de bens simbólicos e de alimentos no entorno do santuário, não são entendidos pelos agentes sociais como causadores de impacto ambiental relevante, geradores de outros maiores, como realmente são. Os resíduos sólidos produzidos no evento religioso durante o dia 13 de cada mês ficam à deriva, durante o dia e a noite. Soltos no local, são levados pelo vento em várias direções, poluindo toda área no entorno e adjacências, causando vários danos ao ambiente, e mesmo assim não são contabilizados nas estatísticas do município.

Estes resíduos sólidos, porém, são geradores de grandes impactos ambientais, como extermínio da pureza dos lençóis freáticos, assoreamento dos bueiros, alagamentos nas ruas e avenidas em épocas chuvosas, já que os esgotos encontram-se obstruídos pelos resíduos, e tantos outros problemas ambientais que ocasionam inúmeros prejuízos à população.

Enquanto isso, no âmbito do poder público em Fortaleza, fica a disputa política estadual e municipal com relação a quem de direito é responsável por tratar dos assuntos ambientais, apesar das Leis explicitarem quem é responsável por quem no âmbito dessas duas esferas. Falta uma ação conjunta, que vem sendo cobrada pelo movimento em prol da coleta seletiva do Santuário.

Senso assim, o que resta como forma de promover a preservação do meio ambiente de Fortaleza, sobretudo no entorno do Santuário de Fátima, durante os eventos religiosos, é investir em programas de conscientização de todos os agentes sociais envolvidos e da população em geral.

## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 5.1 Consumo no Santuário de Fátima e respectivo impacto ambiental

[...] a visão de um mundo justo é tão essencial para a nossa sobrevivência como a de um mundo produtivo, e a de um meio ambiente sustentável. Discutir qual dos três é mais importante é não entender que não se trata de alternativas, e sim de objetivos articulados, onde conseguir o avanço de um em detrimento dos outros não constitui avanço, e sim recuo para todos (DOWBOR, 1998, p.16).

Estudar a produção do espaço, tendo como principal categoria de análise o consumo, envolve diferentes interações sociais assentadas na lógica do capital, que tem no processo produtivo sua base de sustentação, através da indústria, do comércio e dos serviços, cujas estratégias seguem as leis de mercado que dão lugar à sociedade de consumo.

No mercado de bens simbólicos religiosos, essa mesma lógica capitalista se configura. Corrêa e Rosendahl (2010, p.8) confirmam que “bens e serviços simbólicos são crescentemente produzidos e consumidos”. De acordo com Silva (2012):

As instâncias promotoras do sagrado também se ocupam em conceber produtos e serviços simbólicos de religião massificada, a fim de atender as possíveis demandas do seu público-alvo. Na lógica do mercado religioso há também os modismos com vistas a manter ou multiplicar o capital simbólico (entenda-se por capital simbólico a capacidade que a Organização religiosa tem de criar, recriar e difundir bens simbólicos de religião).

No pequeno comércio que se instala todos os dias 13, no entorno do santuário de Fátima, observa-se uma grande variedade de bens simbólicos, como, por exemplo, o terço que pode ser encontrado em vários modelos, de acordo com a devoção e os santos a que estão associados, demonstrando a mesma lógica de mercantilização dos produtos profanos. Ainda segundo Silva (2012), a distribuição desses bens de consumo também ocorre de forma massificada, uma vez que.

Os bens simbólicos são distribuídos no mercado de consumo por uma rede especializada, articulada com vistas a captar os interesses *do homo religiosas* (grifo autor). Cito alguns mecanismos difusores: mídia especializada na oferta de produtos e serviços religiosos, em atuação 24 horas por dia; pessoas treinadas pelas diversas organizações religiosas que atuam na constante oferta, sendo que, às vezes, atuam de porta em porta; literatura religiosa aquecendo cada vez mais um mercado de leitores que consomem ofertas religiosas em seus conteúdos; hits musicais; filmes etc.

No santuário de Fátima, a venda dos bens simbólicos ocorre em duas tipologias distintas. Tem-se o comércio dos vendedores que andam com sua própria mercadoria em um tabuleiro e aqueles que se estabelecem mensalmente em barracas de lona. Ambos são designados de permissionários, cadastrados na prefeitura municipal de Fortaleza e pagam taxa trimestral.

Tal diversidade de produtos implica na criação de necessidades distintas, quanto à forma de uso e apropriação dos bens simbólicos adquiridos nesse comércio atípico de temporada, também designado anteriormente como comércio ambulante<sup>24</sup>, no qual o consumo é motivado não por uma necessidade material, mas por uma força interior, subjetiva, fundamentada na fé.

De acordo com o que foi abordado nos capítulos anteriores, pode-se afirmar que, devido às problemáticas ambientais provenientes do consumo exagerado (hiperconsumo), houve, por parte dos cientistas sociais, uma reflexão mais sistemática acerca do consumo como ferramenta de “pressão na produção e reprodução do espaço urbano” (ORTIGOZA, 2009, p.20).

Nesses termos, o consumo também intervém nas políticas voltadas para a sustentabilidade da segunda natureza<sup>25</sup>, conforme denominado por Marx. Caracterizado como a cultura do supérfluo, o consumismo tem-se firmado como prática socioespacial recorrente do capitalismo. Para Cortez (2011, p. 15), “o consumismo é a expansão da cultura do ‘ter’ em detrimento do ‘ser’ (grifos da autora), é o ato de consumir produtos ou serviços, muitas vezes sem consciência, sem necessidade”.

No Santuário de Fátima, embora o comércio se caracterize por uma dinâmica espacial de natureza diferenciada, com pequenas transações comerciais, não é diferente do comércio de grande porte. Por falta de uma maior conscientização por parte dos agentes sociais envolvidos e pela pouca fiscalização dos órgãos públicos responsáveis pela ocupação correta do espaço público, a grande produção de resíduos sólidos no entorno do Santuário de Fátima continua impactando a paisagem local.

---

<sup>24</sup> “É aquele exercido por conta própria, ou de terceiros, na praça pública, entre vendedores, que a percorrem, apregoando mercadorias ou se estabelecem em barracas”. (Citação do site: [www.jusbrasil.com/comercio](http://www.jusbrasil.com/comercio)). Acesso em: agosto/2012.

<sup>25</sup> Na concepção de Santos (1979), espaço e natureza são sinônimos já que o espaço é organizado socialmente, desde que se considere a natureza como uma instância transformada, uma segunda natureza.

Nesta pesquisa, optou-se por trabalhar com os estabelecidos em barracas, que todos os dias 13 de cada mês estão comercializando seus produtos na praça, no entorno do referido santuário.

O comércio ambulante é uma prática econômica e social que existe desde os primórdios da civilização e, a partir da Idade Média, firmou-se como espaço de trocas dos mercadores, donde se tem a gênese do mercado (BRAUDEL, 1985). Como ainda não havia uma cultura consumista ou do supérfluo disseminada na sociedade da época, esse tipo de comércio não produzia resíduos em excesso, causando danos ambientais. Diferentemente do que ocorre na sociedade contemporânea, na qual a corrida desenfreada por bens de consumo, incentivada pelo *marketing* comercial a serviço do capital, motiva a produção em larga escala de bens e serviços que causam impactos ambientais em todas as suas etapas de vida: aquisição de matéria-prima, fabricação, distribuição, uso e descarte final (CORTEZ, 2011, p.25). Sobretudo porque, como pontua Ortigoza (2009, p.233), referendada em Baudrillard (1972), “o consumo é uma categoria de análise que vem se transformando por meio de uma manipulação de signos”.

Tal manipulação é um reflexo da ideologia do capital que, com base no apelo psicológico do *marketing*, cria a necessidade do supérfluo, transfigurando-o em bens vitais que dão sustentação à sociedade de consumo. Nessa concepção, esses bens adquirem valor subjetivado e tornam-se objetos representativos do *status quo* e do poder, daí a necessidade de “dar uma atenção especial à existência do valor simbólico, que dá novos conteúdos à abordagem do consumo na atualidade” (ORTIGOZA e LOMBARDO, 2011, p.13). Observa-se, assim, que o gosto do consumidor é quase sempre moldado pela persuasão, como estratégia publicitária para alimentar a fantasia do consumidor. Na verdade, pode-se caracterizar esse tipo de consumo como alienado e automatizado, sem nenhuma reflexão sobre o que seja necessidade e desejo.

Diante dessa conduta, quase sempre alienada do consumidor, verifica-se um aumento considerável do consumo, que resulta, na mesma proporção, em descarte dos resíduos sólidos no ambiente. Observa-se também que o descarte contém, na sua maioria, objetos obsoletos, sobretudo embalagens plásticas, vidros, latas, material tecnológico, cuja durabilidade agora é preocupante pelo impacto que causa ao meio ambiente.

O lixo é o produto final de toda ação de consumo. A percepção da ordem das coisas na atual sociedade de consumo é diametralmente oposta a que era característica da agora já ultrapassada sociedade de produtores. Então, era a parte útil [...] que deveria ser sólida e permanente, enquanto os restos e dejetos redundantes eram destinados à remoção e ao esquecimento instantâneo. Agora é a vez de as partes úteis terem vida curta, volátil e efêmera, a fim de abrir caminho para a próxima geração de produtos úteis. Só o lixo tende a ser (infelizmente) sólido e durável. 'Solidez' agora é sinônimo de 'lixo'. (BAUMAN, 2007, pp.117-118).

Essa cultura do descarte inconsequente ocorre mensalmente no entorno do santuário de Fátima, por ocasião das festividades religiosas. Na praça, onde se concentra o comércio ambulante de bens simbólicos, constata-se que a cultura consumista faz com que os fiéis consumam da mesma forma os bens profanos. Desse modo, mesmo em pequena quantidade, os resíduos produzidos acabam influenciando no volume total dos resíduos descartados na cidade. De acordo com a Prefeitura Municipal de Fortaleza, sobretudo nos dias 13 de maio e 13 de outubro, quando ocorre uma maior visitação dos fiéis ao Santuário de Fátima, a média de descarte dos resíduos, tomando como exemplo 2011, é da ordem de 1.488t e 1.630t, respectivamente, como consta na tabela em anexo "F".

## 5.2 Pesquisa de Campo

Na pesquisa de campo em que foram envolvidos os seguintes agentes sociais: permissionários, fiéis, representantes do Santuário de Fátima e da Prefeitura Municipal de Fortaleza, foram elaborados três instrumentos de investigação.

Para entrevista com permissionários, utilizou-se formulário composto de nove perguntas abertas e aplicado durante as festividades do dia 13 de maio/2011 a todos os sessenta permissionários que possuem barraca para venda de bens simbólicos.

Com os fiéis, recorreu-se ao questionário com perguntas fechadas e duplas, com quatorze questões, cuja abordagem foi aleatória e contou com a participação de 250 pessoas. Os questionários foram aplicados em outubro de 2010 e maio de 2011.

Para as entrevistas, elaborou-se um roteiro com nove perguntas para os permissionários e o representante da Prefeitura Municipal de Fortaleza, e outro com sete perguntas para a representante do Santuário e coordenadora do movimento pró-coleta seletiva, ambos voltados para a temática central da pesquisa em tela, com teor diferenciado para cada entrevistado. A escolha dos entrevistados levou em conta o fato dos mesmos estarem diretamente envolvidos com a problemática do

descarte excessivo, em função do consumo durante o evento religioso. As entrevistas foram realizadas com a representante da Igreja de Fátima e o representante da Secretaria Executiva Regional IV (SER IV), órgão da Prefeitura Municipal de Fortaleza.

### **5.2.1 A fala dos permissionários**

Na abordagem com os permissionários, com base nas respostas dos formulários, foi possível constatar que todos os entrevistados possuíam permissão do setor responsável para ocupação e uso do espaço público, para comercializar na Praça Pio IX, mediante uma taxa simbólica paga trimestralmente à prefeitura municipal.

Verificou-se que a maioria dos permissionários que trabalha com o comércio é composta de ambulantes, que atuam em várias frentes religiosas. Um dado interessante é que mais de 50% desses são originários da cidade de Canindé<sup>26</sup>, motivo que leva os permissionários de Fortaleza a questionarem a grande participação de comerciantes de outra localidade do Ceará, o que acaba reduzindo a participação de permissionários de Fortaleza.

Os permissionários foram unânimes em afirmar que a Prefeitura municipal de Fortaleza não oferece nenhum treinamento específico sobre legislação ambiental, não fornecendo a eles nenhuma orientação quanto ao descarte correto dos resíduos sólidos produzidos no evento. Tampouco eles têm conhecimento das cláusulas do Código de Postura da Prefeitura, cuja finalidade é cumprir determinações da Lei Orgânica do município, decreto 9134/94. No termo de permissão assinado por eles é exigido conhecimento e obediência a esse código, mas todos assinam sem ter esse esclarecimento.

No que se refere à natureza dos produtos comercializados na Praça Pio IX, durante as festividades religiosas, os permissionários posicionaram-se favoráveis à venda exclusiva de bens simbólicos, com exceção da venda de alimento e bebida, e não concordam com a política administrativa da prefeitura municipal, que está permitindo a comercialização de produtos de outros tipos. Também são contrários à

---

<sup>26</sup> Canindé é o principal polo do turismo religioso no Ceará. A devoção a São Francisco das Chagas faz com que a cidade receba anualmente, entre 29 de setembro e 4 de outubro, milhares de fiéis vindos de todo o país. Informação retirada do site: <<http://www.ceara.gov.br/governo-do-ceara/projetos-estruturantes/turismo-religioso>>. Acesso em setembro de 2012.

inclusão de novos permissionários, a não ser na hipótese de substituição, pois, caso contrário, poderá haver uma sobrecarga no espaço destinado à comercialização.

Inquiridos sobre o interesse de apropriarem-se das leis que tratam da sustentabilidade ambiental, todos responderam afirmativamente que necessitavam desse conhecimento para poderem atuar melhor no comércio de bens simbólicos, contribuindo para melhor acondicionamento do lixo e, conseqüentemente, para a redução do impacto ambiental. Nesse sentido, os permissionários apontam os comerciantes de Canindé como aqueles que mais contribuem para o aumento da produção dos resíduos, possivelmente por não serem devidamente orientados quanto ao descarte correto, além da fragilidade de um sentimento de pertença.

### **5.2.2 A fala da representante do santuário**

A representante do Santuário de Fátima e coordenadora do movimento em prol da coleta seletiva<sup>27</sup>, Inês, quando inquirida sobre a ideia de criar o referido movimento, em prol da coleta seletiva dos resíduos sólidos no Santuário de Fátima, afirmou que a mesma surgiu em decorrência da “vontade de desenvolver um trabalho solidário de mudança de hábito em relação aos cuidados com a natureza”. Reforçou a resposta dizendo que já possuía experiência em projetos sociais desenvolvidos com comunidades carentes, no bairro de Fátima, onde a maioria retira sua sobrevivência do lixo.

A sua inclusão nesse projeto de educação ambiental, portanto, deu-se em função do seu envolvimento pretérito com outros projetos sociais desenvolvidos no bairro de Fátima, voltados para reciclagem dos resíduos sólidos e capacitação dos catadores. Além do mais, decidiu investir nessa área da cidade pelo conhecimento das problemáticas ambientais<sup>28</sup>, uma vez que residiu no bairro por mais de 30 anos, fazendo parte da Pastoral Social dessa paróquia há mais de 12 anos.

De acordo com a coordenadora, a decisão de lançar o movimento levou-a a refletir acerca do envolvimento da paróquia com as questões ambientais, e para tanto passou a questionar o papel da Igreja diante das proposições de desenvolvimento sustentável. Em relação a isto, destacou a necessidade de uma ação mais eficiente da paróquia, no sentido de conscientização dos fiéis que lotam

<sup>27</sup> Funcionária pública aposentada e Coordenadora da pastoral social da paróquia, há mais de 12 anos. Atualmente também coordenadora do movimento, idealizado por ela, em prol da coleta seletiva do santuário.

<sup>28</sup> Acidentes causados pela chuva, como enchentes, vivenciadas pela própria pesquisadora, que também reside no Bairro de Fátima

as missas nos dias de celebração em honra a Nossa Senhora de Fátima. Para ela é preciso que não se configure um paradoxo entre o que a paróquia prega<sup>29</sup> e o que ocorre no entorno do Santuário, com a instalação do comércio ambulante de bens simbólicos, de comidas, bebidas e prestação de serviços.

Como estratégia para viabilizar o projeto de coleta seletiva, a entrevistada, primeiramente, manteve contato com instituições públicas e privadas, direta ou indiretamente envolvidas na produção e coleta de lixo na praça e no entorno do Santuário. Depois elaborou panfletos, no sentido de desencadear a conscientização dos devotos, afixando-os em diferentes pontos do evento. Considerou todas essas ações, como ela mesma chama, “um dever de casa”, no qual conclamava a todos a não descartar papel, garrafas pet, latinhas de bebidas no chão. Nessa linha, o movimento foi então implantado na Paróquia de Fátima, com o objetivo de conscientizar os fiéis, “ajudar a natureza e os catadores de materiais recicláveis da associação Maravilha”, conforme pontua a coordenadora.

Nesse trabalho de conscientização, a coordenadora ressalta a participação do SEMAM (Secretaria de Meio Ambiente e Controle Urbano)<sup>30</sup> e ECOFOR<sup>31</sup>. Também foram incluídos os permissionários da prefeitura municipal, que se instalam na praça nos dias 13 de cada mês, para comercialização de produtos religiosos e outros, para que promovessem um melhor gerenciamento dos resíduos sólidos descartados no evento. Esse trabalho conta com a participação direta de fiscais da SER IV, somente durante o dia.

Interpelada sobre a dinâmica do consumo no espaço do santuário e adjacências, Inês diz que não é contrária à comercialização na Praça Pio IX, dentro de limites que não extrapolem a carga de suporte de capacidade da área, mas não dá para permitir o crescimento ilimitado. Para ela, há um excesso de propaganda e venda de serviços e bens simbólicos e não simbólicos, interferindo na mobilidade dos fiéis, além da poluição visual com balões-outdoor de diferentes empresas privadas, que usam o espaço para vendas de produtos e serviços, o que, a princípio, não se coaduna com a filosofia de uma casa de oração.

Após dois anos de atuação, contando com apoio dos meios de comunicação, a avaliação que a coordenadora faz do projeto é de que houve diminuição dos

---

<sup>29</sup> Vide campanha da fraternidade, 2011. “Fraternidade e a vida no planeta” e o lema “A criação geme como em dores de parto”.

<sup>30</sup> Da Prefeitura Municipal de Fortaleza/CE

<sup>31</sup> Concessionária de limpeza urbana de Fortaleza/CE

resíduos sólidos produzidos no entorno do Santuário, de acordo com dados da EMLURB, responsável pela varrição do local nos dias 14. Outro avanço refere-se ao nível de organização dos permissionários, que passaram a administrar melhor o descarte dos resíduos, facilitando o recolhimento dos mesmos pelos catadores da Associação Maravilha, agentes sociais importantes nessa luta contra a degradação da natureza.

### **5.2.3 A fala do representante da Prefeitura**

Quando da entrevista com o representante da prefeitura municipal de Fortaleza<sup>32</sup>, responsável pelas permissões de ocupação da Praça Pio IX, perguntou-se o que era exigido para se conceder a permissão para ocupar a praça com fins comerciais. Ele esclareceu que era necessária a assinatura de um termo, no qual o permissionário se comprometeria a pagar uma taxa trimestral e obedecer ao Código de Postura do Município (CPM). Entretanto, quando interrogado sobre como os permissionários se apropriariam desse conhecimento, não se posicionou nem forneceu nenhum comentário sobre como seria feito o repasse dessa importante informação. Limitou-se apenas a dizer que cabe ao permissionário conhecer a CPM e obedecê-la.

Quando perguntado se a ocupação da Praça Pio IX obedecia à legislação ambiental, ele respondeu afirmativamente, mas fez referência ao decreto 9134/94 que, *a priori*, não inclui esse tipo de ocupação, refere-se apenas às atividades realizadas pelos feirantes quando da comercialização de produtos como: frutas, legumes, cereais e verduras. Isto torna evidente que a prefeitura não contempla, nas suas diretrizes, a venda de bens simbólicos, talvez por ser uma categoria ainda de pouca visibilidade no âmbito do comércio ambulante.

## **5.3 Análise e interpretação dos dados (a fala dos fiéis)**

Com referência ao local de residência dos fiéis do Santuário de Nossa Senhora de Fátima, observou-se que, dentre as nove localidades contempladas na pesquisa, a amostra evidencia que a maioria absoluta reside em Fortaleza (89% em

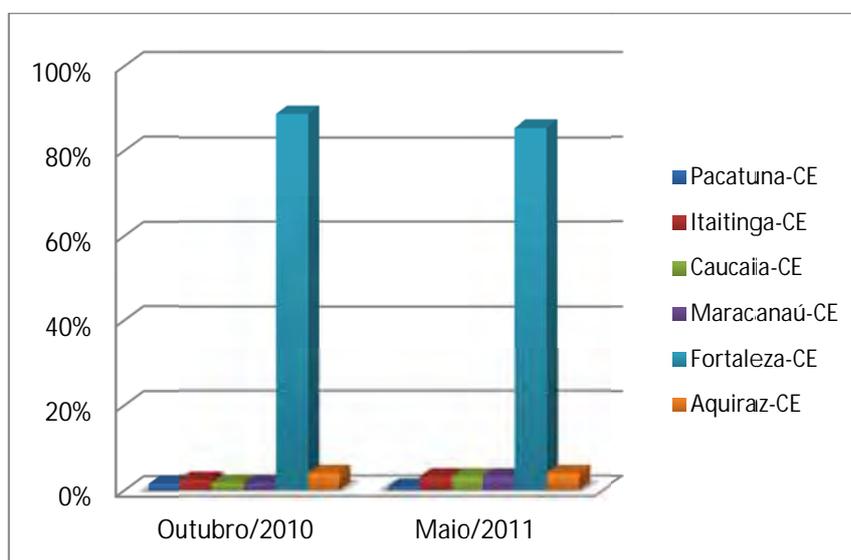
---

<sup>32</sup> Técnico em processamento de redes e coordenador de feiras livres.

outubro/2010, 82% em maio/2011<sup>33</sup>), originária de diferentes bairros da capital. Em menor proporção, aparecem os que residem na região metropolitana de Fortaleza, como se observa no gráfico 1.

Conforme se constatou, esse evento não pode ser caracterizado como turismo religioso, uma vez que o público participante é, na grande maioria, de Fortaleza, não havendo, portanto, necessidade de pernoite. E, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT): "turismo é um deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivadas por razões não econômicas." (CARVALHO; VASCONCELLOS, 2006, p. 8)

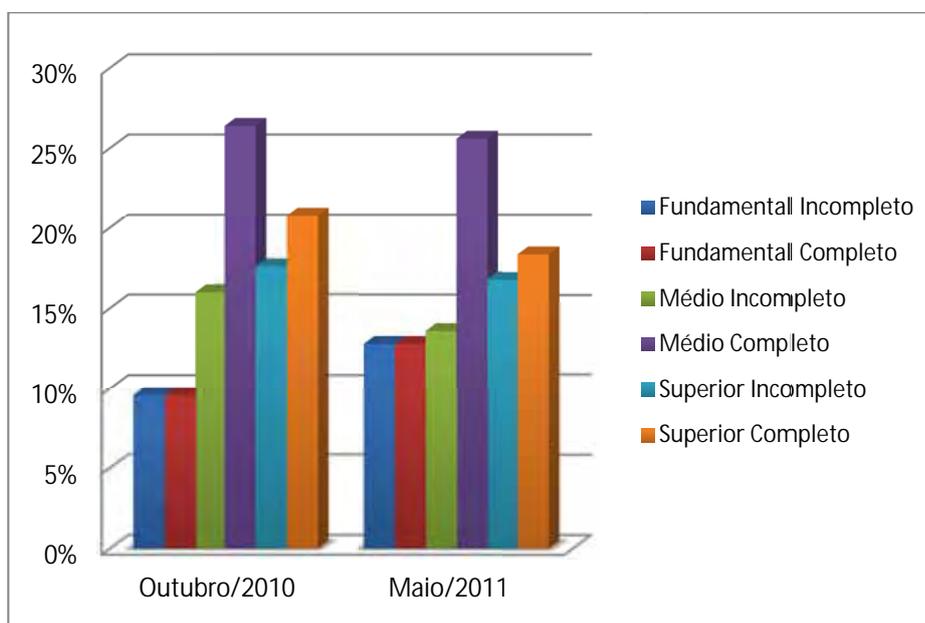
**Gráfico 1 – Cidade de origem dos fiéis.**



Fonte: Pesquisa de campo.

No que se refere ao nível de escolaridade dos fiéis que frequentam o Santuário de Fátima, constatou-se que a maioria dos pesquisados possui o ensino médio completo (26% e 26%), seguido pela formação superior (21% e 18%), como se verifica no Gráfico 2. Mesmo considerando ser esta uma escolaridade de relativa significância para o Nordeste, que sempre se destacou pela alto percentual de analfabetismo, observa-se que isso não se revela numa conduta propositiva frente ao cuidado com o meio ambiente. A cultura consumista não caminha paralela com a educação ambiental.

<sup>33</sup> Doravante toda a análise, será pautada nesses dois meses que apresentam maior número de participantes: out/2010 e maio/2011.

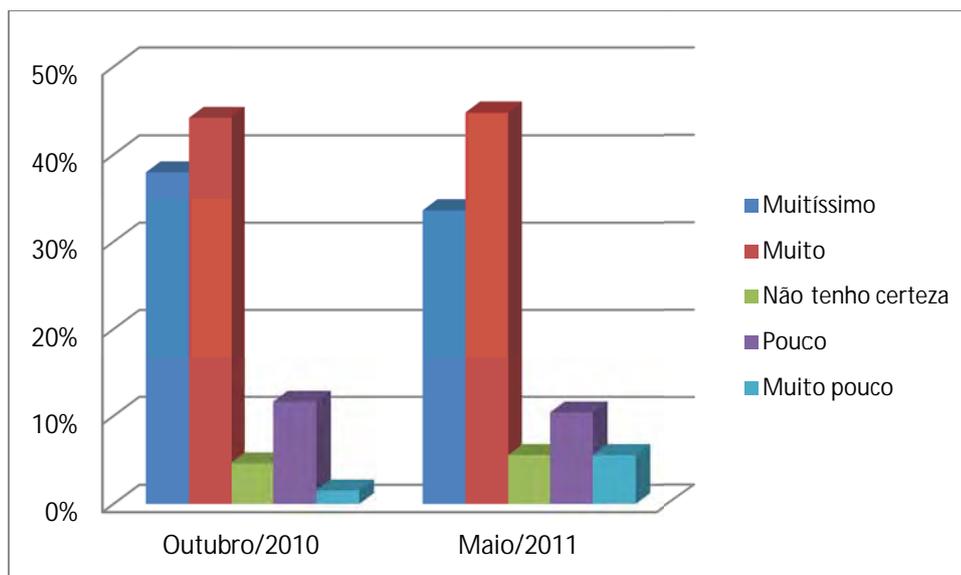
**Gráfico 2 – Nível de escolaridade dos fiéis.**

Fonte: Pesquisa de campo.

Referente à preocupação com os problemas ambientais no Santuário de Fátima, os fiéis afirmaram estar preocupados com a destinação dos resíduos sólidos produzidos nos eventos religiosos nos meses de maior celebração: outubro (45%) e maio (44%). Em seguida, se posicionaram como muitíssimo preocupados (38% e 37%) com a preservação ambiental, como verificado no Gráfico 3.

Tal postura, entretanto, não se coaduna com a conduta dos fiéis, pois, por ocasião do consumo de produtos diversos como, por exemplo, bebida e comida, a maioria dos pesquisados não demonstra preocupação com o descarte correto das embalagens utilizadas.

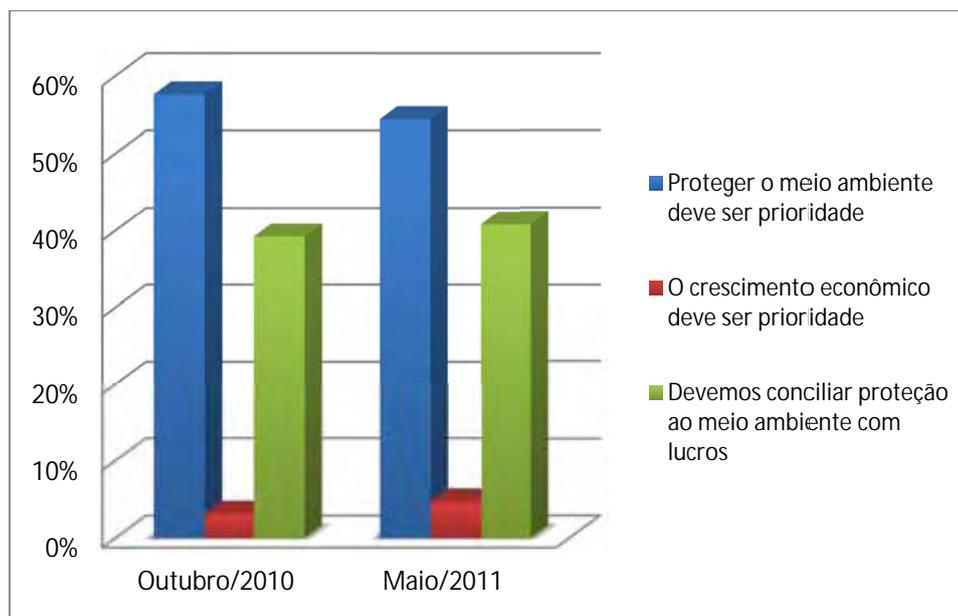
Isto revela que muitas vezes o entrevistado não reconhece a distância que existe entre o que diz e o que faz. São as incoerências que pontuam as atitudes que insistem em “mascarar as reais sensações, sentimentos e ações, e são nesses pressupostos que residem as principais dificuldades das pesquisas diretas com os consumidores” (ORTIGOZA, 2009, p.26).

**Gráfico 3** – Nível de preocupação com o descarte dos resíduos no Santuário.

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando se buscou conhecer a opinião dos entrevistados no que se refere à proteção ambiental, diante do crescimento econômico, a maioria (58% e 55%) dos fiéis afirmou a necessidade de priorizar o meio ambiente como medida de desenvolvimento sustentável. Depois, pela ordem de valor (39% e 41%), defenderam que a conciliação entre proteger o ambiente e obter lucros é uma atitude afirmativa, como se verifica no Gráfico 4.

Se essa análise fosse transposta para as atitudes cotidianas dos adeptos durante as festividades realizadas no Santuário de Nossa Senhora de Fátima, a problemática ambiental no seu entorno não existiria. Nesse sentido, Ortigoza (2009, p.229) argumenta que os consumidores, ao prestarem informações, muitas vezes omitem ou “mascaram os dados para esconder suas ‘fraquezas’ perante os apelos do mundo do consumo”.

**Gráfico 4 – Proteção ambiental frente ao crescimento econômico.**

Fonte: Pesquisa de campo.

Inquiridos sobre a natureza do consumo nas festividades religiosas, os fiéis (20% e 17%) informaram que o terço é o bem simbólico mais consumido; em seguida têm-se as imagens de santos (15% e 14%) e de outros objetos sagrados (6% e 7%), como se verifica no Gráfico 5. Observa-se que, na somatória geral do consumo, os bens simbólicos aparecem com média representativa de 42% em outubro e 45% em maio. O consumo de água (27% e 28%) e de alimentos (18% e 18%), por sua vez, somados, representam volume significativo do lixo produzido.

O pequeno comércio ambulante da Praça Pia IX, no entorno do santuário, tem como principal atrativo do lugar os bens simbólicos, por isso vale esclarecer que

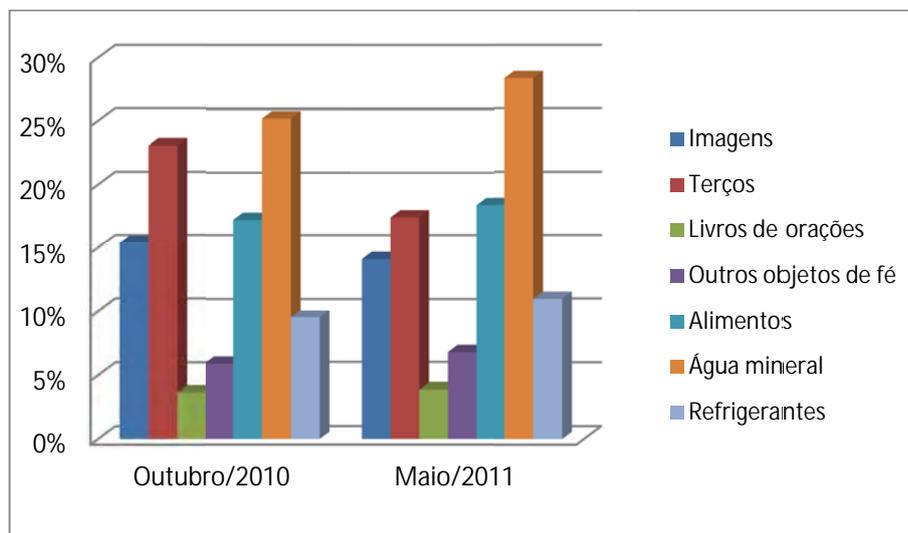
os sistemas de produção e circulação de bens simbólicos definem-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos (BOURDIEU, 2007, p.105).

Nos eventos promovidos pelas instituições religiosas, nos quais as relações produtivas dão-se em função dos bens simbólicos, observa-se, entretanto, que o consumo de alimentos também contribui sobremaneira para o volume dos resíduos sólidos, causando impactos ambientais.

Fenômeno semelhante verifica-se na cidade de Juazeiro do Norte, localizada no sul do estado do Ceará, onde, durante as romarias no santuário de Nossa Senhora das Dores, o espaço adquire outra dinâmica social, tornando-se “o

elemento mais utilizado e frágil do processo. Nas áreas de maior circulação dos romeiros, encontram-se expostos os mais diversos produtos em barracas” (PEREIRA, 2005, p.64) para consumo dos romeiros.

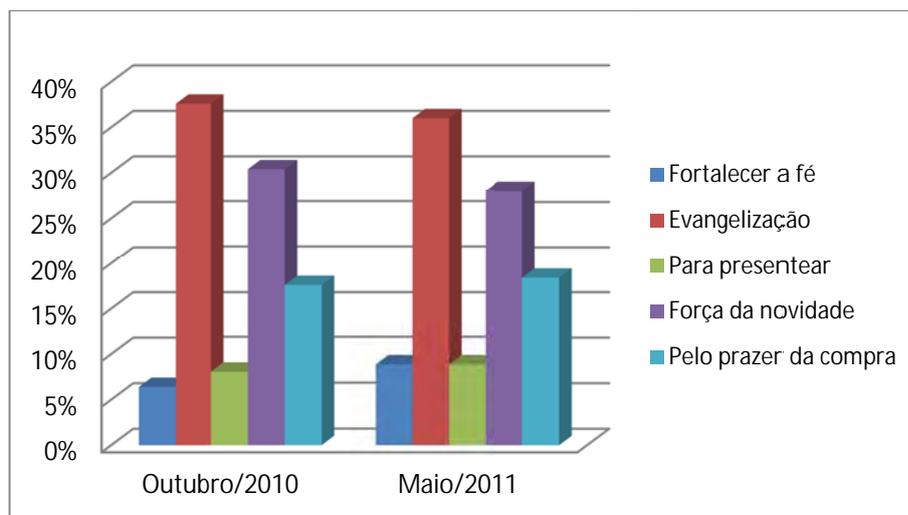
**Gráfico 5** – Mercadorias consumidas no Santuário de Fátima.



Fonte: Pesquisa de campo.

A maioria dos entrevistados (38% e 36%) pontuou que adquirem bens simbólicos para ajudar na evangelização de outras pessoas. Paradoxalmente, em posição secundária, tem-se a compulsão da compra pelo simples prazer de adquirir produtos novos (28% e 30%), como se verifica no Gráfico 6.

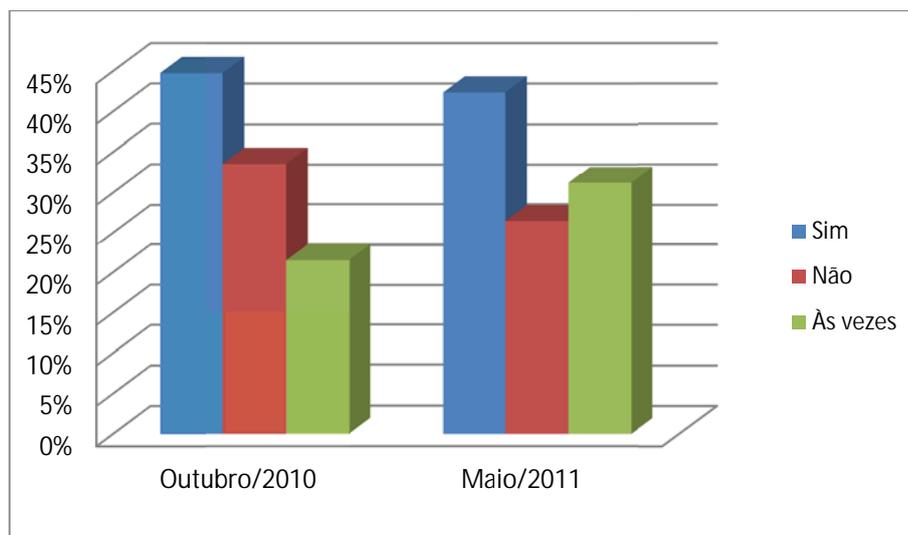
Segundo Lipovetsky, “Vive-se uma era em que todas as esferas da vida social e individual se encontram, de uma forma ou de outra, reorganizadas segundo os princípios da ordem consumista” (LIPOVETSKY, 2007, p.109).

**Gráfico 6 – Motivo da aquisição de bens simbólicos.**

Fonte: Pesquisa de campo.

No que se refere à participação na produção dos resíduos sólidos no santuário, a maioria dos entrevistados afirmou que descartam materiais no entorno do Santuário (45% e 42%). Todavia, quanto aos que não geram resíduos ou produzem eventualmente, observa-se uma diferença entre o mês de maio e outubro. Em outubro (34%) predominou a opção às vezes na produção dos resíduos sólidos, e em maio deu-se o contrário, houve predomínio da não participação (31%) no descarte dos resíduos sólidos, como se verifica no Gráfico 7.

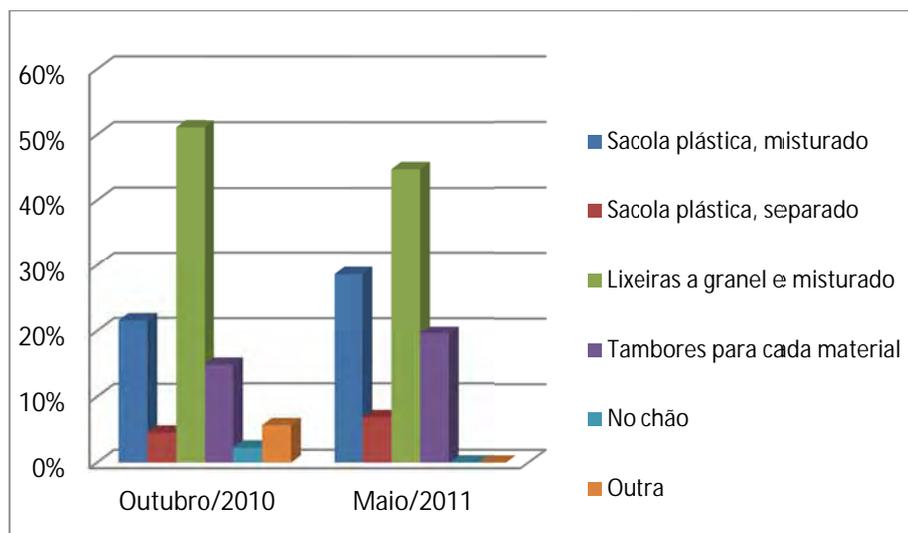
Em consequência desse comércio de temporada, essencialmente da venda de bens simbólicos, os resíduos descartados têm gerado problemas ao meio ambiente. Pereira (2005) argumenta que isso ocorre também em outros santuários, como, por exemplo, no de Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte, onde “dentre os inúmeros problemas, ressalta-se a falta de acondicionamento do lixo por parte do comerciante, resultando num acúmulo considerável nas vias públicas, ficando este material exposto, até a coleta ser efetuada” (p. 64.).

**Gráfico 7** – Nível de participação dos fiéis na produção dos resíduos.

Fonte: Pesquisa de campo.

No que se refere ao acondicionamento dos resíduos produzidos durante as festividades religiosas, constatou-se que a maioria dos fiéis (51% e 45%) não faz separação dos recicláveis, e coloca-os em lixeiras a granel, sem nenhum critério seletivo. Como segunda opção (22% e 29%) tem-se o acondicionamento em sacolas plásticas, sem critério de separação dos resíduos sólidos, e o acondicionamento em tambores, que aparece com (15% e 20%), respectivamente, como mostra o gráfico 8. Observa-se que ainda é muito incipiente a cultura de recolher corretamente os resíduos sólidos de forma seletiva

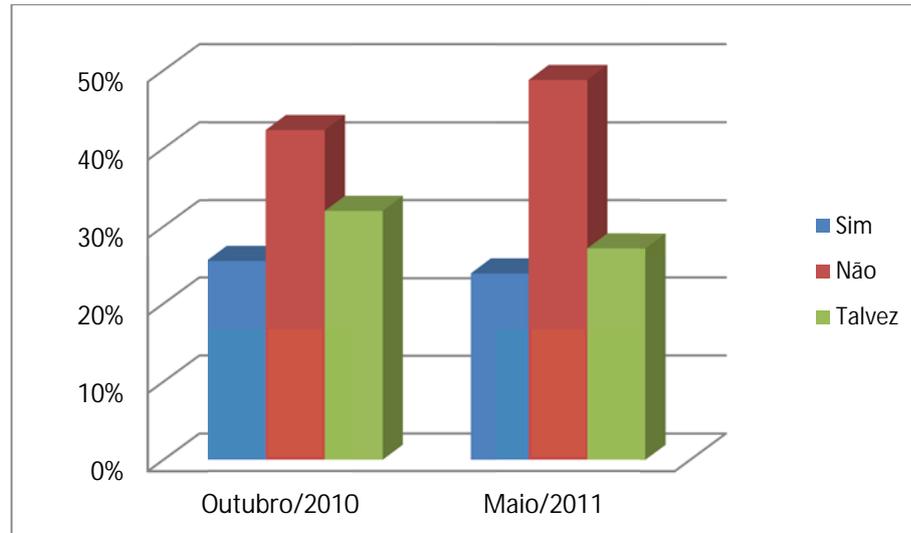
Pesquisa do PROCON - Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, mostra que, em relação aos hábitos de consumo, quando o assunto é separar os resíduos sólidos recicláveis “40,82% responderam que nunca separam; percentual ainda muito alto” (2007).

**Gráfico 8** - Formas de acondicionamento dos resíduos produzidos no Santuário.

Fonte: Pesquisa de campo.

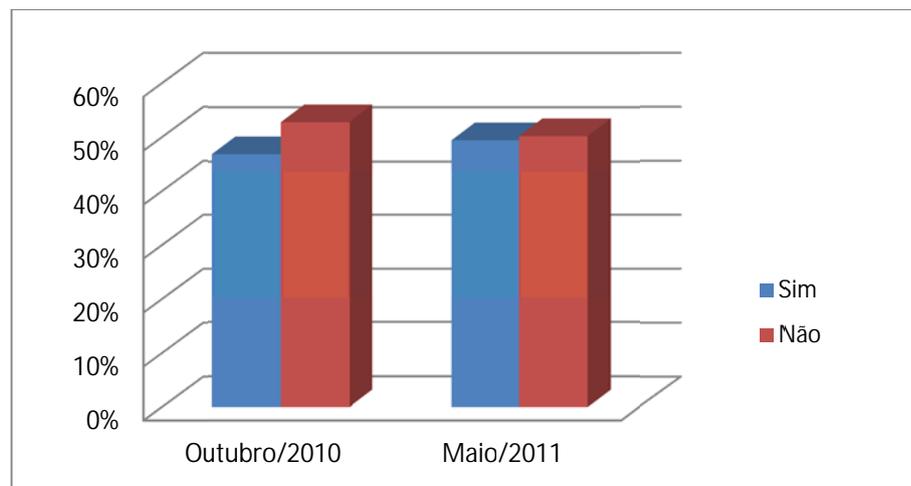
Ao serem interrogados acerca do comércio ambulante no entorno do Santuário de Fátima ser voltado prioritariamente para a venda de bens simbólicos, a maioria dos fiéis (42% e 49%) respondeu negativamente, uma vez que entendem ser importante também a venda de alimento, bebida e artesanato, de uma maneira geral. Outros 32% e 27% dos entrevistados não possuem opinião formada quanto à restrição do comércio de outros produtos.

Apenas 26% e 24% posicionaram-se favoráveis ao comércio exclusivo de bens simbólicos, alegando que o comércio de bebida e alimento não se justifica, uma vez que nas adjacências do Santuário de Fátima existem inúmeros restaurantes abertos diariamente. (Gráfico 9).

**Gráfico 9** – Importância do comércio de bens simbólicos.

Fonte: Pesquisa de campo.

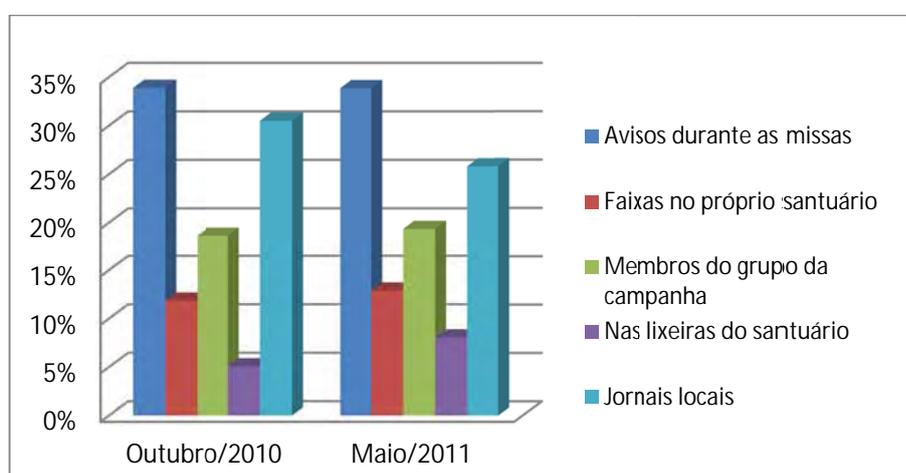
Quanto ao conhecimento dos pesquisados em relação à campanha da coleta seletiva dos resíduos sólidos, lançada e divulgada no santuário, as respostas obtidas nos dois meses pesquisados demonstram que os fiéis ainda não tinham internalizado devidamente as informações divulgadas na campanha. Verifica-se assim que, em outubro de 2010, 47% conheciam a campanha e 53% desconheciam; todavia, em maio, 49% afirmaram conhecer e 51% sequer conheciam a campanha, como verificado no Gráfico 10.

**Gráfico 10** – Conhecimento da Campanha Seletiva dos resíduos sólidos.

Fonte: Pesquisa de campo.

Dentre os que afirmaram conhecer a campanha seletiva dos resíduos sólidos produzidos nas festividades religiosas, constatou-se que os meios em que tomaram conhecimento desse movimento foram diversificados. De todas as estratégias de divulgação, a mais eficiente (34% para os dois meses pesquisados) foi a promovida pelo Santuário durante as celebrações, o que evidencia que a campanha só se fortalece se houver um maior envolvimento dos celebrantes com as questões ambientais. Observa-se também que um grande número conheceu a campanha seletiva por meio dos jornais locais, como se verifica no Gráfico 11.

**Gráfico 11** - Meio de conhecimento da campanha de coleta seletiva de resíduos sólidos, lançada no santuário.



Fonte: Pesquisa de campo.

Com base nos resultados da pesquisa com os fiéis, pontuam-se aqui algumas contradições. Nos gráficos 3 e 4, a maioria dos entrevistados afirma estar muitíssimo preocupada com o descarte dos resíduos sólidos no santuário e reforça essa visão afirmando que a proteção ao meio ambiente deve ser prioridade. No entanto, no gráfico 7 depreende-se que a maioria dos pesquisados descarta os resíduos produzidos no entorno do santuário de Fátima sem nenhum critério, causando impactos ambientais.

O Gráfico 5 mostra que os fiéis consomem bens simbólicos diversificados, com destaque para o terço, emblemático para devoção a Nossa Senhora de Fátima. No Gráfico 6, os adeptos apresentam os motivos da aquisição de bens simbólicos. Em primeiro lugar temos a evangelização, já em segundo e terceiro motivos o consumo ocorre pela força do novo e pelo simples prazer da compra, revelando

assim uma atitude consumista, contraditória com os que afirmaram, nos gráficos 3 e 4, estarem muitíssimos preocupados com o meio ambiente e que protegê-lo deve ser prioridade.

No gráfico 9, quanto à prioridade exclusiva de bens simbólicos, a maioria dos adeptos respondeu negativamente, por entender ser de grande importância também a venda de alimentos, bebidas e artesanato, de maneira geral. Apenas uma minoria defendeu a venda exclusiva de bens simbólicos, alegando que no entorno funcionam muitos restaurantes. Outra é a opinião dos agentes sociais envolvidos, os permissionários e a coordenadora do movimento. Ambos posicionaram-se favoráveis à predominância de vendas de bens simbólicos, mas aceitam também o comércio de alimentos, e apenas fazem ressalvas quanto a não se ultrapassar a capacidade de suporte da praça com mais barracas.

Por meio da análise dos resultados obtidos pelos instrumentos de investigação, junto aos diversos agentes sociais envolvidos, foi possível analisar que o consumo nesta área de estudo gera resíduos sólidos por falta de uma política de gerenciamento integrada e de um projeto de educação ambiental formal e informal para a população, pois o modo como se processa gera inúmeros impactos ambientais.

Observou-se que tal problemática acontece dentro de espaço urbano, contexto de grande complexidade, e que os agentes sociais, na sua grande maioria, não se sentem responsáveis pelo destino do planeta. Em primeiro lugar, temos a prefeitura responsável pela ocupação e fiscalização do espaço, e que mesmo assim não adota políticas públicas voltadas para o seu gerenciamento. Depois os permissionários que, conforme a prefeitura, têm que cumprir a lei, mas que foram unânimes em afirmar que não conhecem determinações da prefeitura por não receberem nenhum treinamento para se apropriar do seu conteúdo e colocá-lo em prática.

Tal conduta confirma-se quando se verifica que os fiéis, por falta de uma divulgação mais efetiva e de um maior envolvimento da mídia, ainda descartam os resíduos sólidos no ambiente, como mostra o Gráfico 7, nas duas (outubro: 45% e maio: 42%) festas religiosas realizadas durante os anos pesquisados. Tem-se também uma legislação ambiental que não é respeitada pela maioria, inclusive pela própria Prefeitura Municipal de Fortaleza, que não fiscaliza de forma eficaz.

Essa problemática impulsionou o próprio santuário a lançar algumas atitudes voltadas para minimizar os impactos do consumo. Nessa empreitada, pode-se destacar o trabalho desenvolvido por um grupo de fiéis paroquianos, mencionado anteriormente, que tem demonstrado ser possível intervir no sentido de minimizar os impactos advindos do descarte do lixo no entorno do santuário.

É fato que a iniciativa alcançou alguns resultados, porém, que não se sustenta sem uma ação conjunta da sociedade e poder público e privado. Um fator importante para reverter esse quadro seria uma atuação integrada dos órgãos governamentais e não governamentais, que contemplasse políticas públicas capazes de promover uma mudança de comportamento da sociedade, tendo como um dos princípios a prática de um consumo consciente.

Para viabilizar tais ações, a coordenadora do movimento elenca algumas medidas que foram tomadas inicialmente: elaboração de panfletos, no sentido de desencadear conscientização dos devotos; cartazes afixados em diferentes pontos do evento, os quais conclamavam a todos a não descartar papel, garrafas pet, latinhas de bebidas no chão - o que ela designou de “dever de casa”. Estas ações precisam estar em sintonia direta com as ações dos outros atores, pois, o que se observa, no final das festividades, é que a maioria dos permissionários, diante da ausência dos fiscais da prefeitura e do grupo da paróquia, descarta os resíduos soltos no ambiente, contrariando toda a orientação recebida, seja dos fiscais da prefeitura ou do grupo da paróquia. Daí a necessidade urgente de uma ação integrada de todos os órgãos governamentais e não governamentais sintonizados com a sustentabilidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se somos sujeitos ativos no processo de reconstrução de um mundo sustentável, então “é mais útil aprender o real que está nascendo, torná-lo autoconsciente, acompanhar e guiar seu movimento de forma que venha à tona suas potencialidades mais positivas.”

Pierre.Lévy

A presente pesquisa, que teve como foco principal analisar os impactos do consumo e geração de resíduos sólidos no espaço urbano de um santuário católico, buscou elaborar uma análise crítica a partir de uma reflexão geográfica sobre o problema, visando observar se havia contradições nas relações de consumo dos diversos agentes sociais envolvidos no evento.

O estudo empreendido permitiu vislumbrar que a geração de resíduos, consequência de um consumo exagerado, não pode ser combatida apenas com práticas de destinação adequada e políticas de reciclagem. Faz-se necessário também, e principalmente, um trabalho educativo visando o consumo consciente de todos os agentes sociais envolvidos, o que reconhecemos ser um grande desafio, mas que não deixa de fazer parte de nossos objetivos políticos educacionais.

Observando a aglomeração de pessoas no espaço urbano, por ocasião de um grande evento religioso, verificamos que o comércio ambulante de bens simbólicos e a venda de produtos alimentícios seguem uma lógica de consumo que se desdobra de forma distinta: alimento para a alma (bens simbólicos) e alimento para o corpo (comidas e bebidas).

No espaço público do Santuário de Fátima, considerado um lugar de relações de trocas entre adeptos e permissionários, o consumo de bens simbólicos e alimentos gera um volume significativo de resíduos sólidos que, sem critérios seletivos, são descartados no ambiente, ocasionando impactos ambientais de grande importância, por serem geradores de outros de maior proporção.

A partir da análise das relações de consumo e sua interferência nos padrões de comportamento da sociedade contemporânea, foi possível entender a relação entre produção/consumo/geração de resíduos, processos estes derivados do capitalismo, em sua fase mais recente.

Na abordagem em que se tratou da cultura consumista, verificou-se que uma das características do sistema capitalista é criar e tornar o supérfluo um produto necessário. Com base nesta proposição, as empresas produzem suas mercadorias

buscando a redução de custos e, evidentemente, um consumo maior. Os consumidores, por sua vez, influenciados pelo poder de persuasão da publicidade, apropriam-se de um produto ou serviço supérfluo, sem conseguirem diferenciar necessidade de desejo.

A manutenção dessa cultura consumista tem inúmeras consequências negativas, que acabam interferindo na sustentabilidade do planeta. Dentre elas, pode-se destacar o descarte exagerado de produtos, cuja substituição sem critério valorativo resulta na exploração demasiada dos recursos naturais, além dos impactos ambientais provenientes da produção sistemática de resíduos.

Tal problemática depara-se com uma administração pública deficitária em sua gestão ambiental. Isso foi possível constatar na pesquisa realizada no Santuário de Fátima, em que leis e decretos requeridos pelos atores sociais não contemplam na sua regulamentação toda a dinâmica de uso e apropriação do espaço público, no caso, a praça onde se dá o comércio ambulante de bens simbólicos.

Nesta pesquisa, abordou-se a sociedade de consumo e a cultura consumista, estudo importante para a compreensão do atual contexto mercadológico, e assim entender porque a disseminação dessa cultura não escolhe lugar para se firmar. Ao objetivarmos identificar como se dá a comercialização e o consumo de bens simbólicos, no espaço urbano do santuário, durante as festividades religiosas, no qual, além dos objetos sagrados, também se comercializam produtos de outra natureza, foi possível detectar que nesse comércio ambulante, embora se trabalhe com mercadoria diferenciada, a lógica de consumo é a mesma que rege os produtos profanos. Em consequência, observa-se um descarte de resíduos de forma inadequada, que acaba provocando impactos ambientais locais.

Pelas informações obtidas, foi possível identificar que os impactos ambientais gerados em decorrência do consumo de bens simbólicos nas festividades religiosas do santuário de Fátima têm, provavelmente, como uma das causas, a ausência de uma cultura de consumo consciente, ainda pouco exercitada nos espaços públicos urbanos, seja pela sociedade civil, seja pelas esferas públicas ou privadas. No caso dos permissionários e fiéis, constatou-se que os mesmos não possuem ainda uma formação no âmbito da educação ambiental, uma vez que a cultura de preservação ambiental, voltada para um consumo consciente em espaço público, não faz parte da conduta da maioria dos brasileiros.

Acrescente-se a isso as considerações apontadas pelos agentes sociais, que alegam a falta de uma política de gerenciamento integrada e de uma educação ambiental formal e informal, voltadas para o desenvolvimento de uma consciência crítica capaz de despertar na sociedade o senso de responsabilidade com a destinação sustentável do planeta.

Tais constatações demonstram que há muitas lacunas na implantação da Educação Ambiental, que, mesmo prevista por lei, não tem ampliado seu foco na prevenção dos problemas. Sua real implantação reduziria, com certeza, os problemas socioambientais da destinação do lixo bruto no solo, refletindo nas festividades do santuário, já que o que se constatou *in loco* reflete uma falta de consciência ambiental de todos os agentes sociais envolvidos.

Além do consumo de bens simbólicos no entorno do santuário, é preciso também considerar o consumo do próprio espaço, como foi observado no decorrer da pesquisa, pois há a presença de diversas empresas que utilizam o espaço para fazer propaganda dos seus produtos e serviços, como moeda de troca.

Também através desta investigação, foi possível destacar que o consumo sem critério seletivo vem trazendo consequências negativas para a paisagem, e isto revela a falta de uma atitude pró-ambiental dos atores sociais envolvidos.

Na construção deste estudo, foram detectadas algumas dificuldades inerentes à produção acadêmica. Dentre elas, pode-se destacar a carência de literatura voltada para o consumo de bens simbólicos religiosos, e tudo que diz respeito à ocupação do espaço público para esse tipo de comercialização, pois, conforme pesquisas realizadas neste estudo, não foram identificadas, na legislação municipal vigente, ações regulamentadoras do comércio de bens simbólicos em eventos religiosos. Tais constatações deixam transparecer que os impactos dessas atividades não são considerados significativos, mesmo que outras pesquisas tenham revelado, na capital cearense, um percentual significativo de resíduos sólidos soltos na natureza.

Desse modo, fica a sugestão para que novas pesquisas busquem conhecer melhor tais legislações, fornecendo sugestões, quando necessárias, e orientando para que as mesmas tenham uma melhor divulgação na sociedade, como um todo.

## REFERÊNCIAS

ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 10.004: **Resíduos Sólidos – Classificação**. Rio de Janeiro, 2004.

ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil**. 2010. Disponível em: <[http://www.abrelpe.org.br/panorama\\_apresentacao.cfm](http://www.abrelpe.org.br/panorama_apresentacao.cfm)> . Acesso em: jul/2012.

AMARAL, Rita. **Festa à Brasileira – sentidos do festejar num país que “não é sério”**. 1999. Disponível em <[http://www.geo.uel.br/tcc/086a%20especializacaodasfestasafrobrasileirasemlondrina\\_2009.pdf](http://www.geo.uel.br/tcc/086a%20especializacaodasfestasafrobrasileirasemlondrina_2009.pdf)>. Acesso em: mai/2012.

ANDRADE, Manuel Correia de. **Geografia, ciência da sociedade: uma introdução à análise do pensamento geográfico**. São Paulo: Atlas, 1987.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando: introdução à filosofia**. São Paulo: Moderna, 1993.

ARIELY, Dan. **Previsivelmente irracional**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

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

BARROS, Marcelo. **O divino segredo da festa**. In: PASSOS, Mauro (org.). *A Festa na Vida – Significado e Imagens*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BARTH, Wilmar Luiz. **O homem pós-moderno, religião e ética**. 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/veritas/ojs/index.php/teo/article/viewFile/1775/1308>>. Acesso em: jul/2012.

BAUDRILLARD, J. **A Transparência do Mal: ensaios sobre os fenômenos extremos**. 3 ed. Campinas, Papirus, 1996.

\_\_\_\_\_. **A Sociedade de Consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995.

\_\_\_\_\_. Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2008.

\_\_\_\_\_. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2007.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, Pluralismo e Crise de Sentido**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

BERRÍOS, Manuel Rolando. **Reflexões sobre o consumo e o consumismo**. In: CORTEZ, Ana Tereza; ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri (orgs). **Consumo Sustentável: conflitos entre a necessidade e o desperdício**. São Paulo: Editora UNESP, 2007. p. 81 a 108.

BIANCO, Gloecir. **Pluralismo religioso brasileiro e a crise de sentido**. 2007. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf/st3/Bianco,%20Gloecir.pdf>>. Acesso em: jun/2012.

BOFF, Leonardo. **Ética da Vida**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento absolutamente insustentável**. Entrevista. Revista Eco Nordeste. Ed. 8. Ano I. Fortaleza, Abril/2012 1. Disponível em: <[http://editoraassare.com.br/sites/default/files/revistas/eco/02\\_FLIP/Portaltop/FlipEC\\_O\\_08.html](http://editoraassare.com.br/sites/default/files/revistas/eco/02_FLIP/Portaltop/FlipEC_O_08.html)>. Acesso: ago/2012.

\_\_\_\_\_. **Ecologia, mundialização, espiritualidade**. Rio de Janeiro: Recorde, 2008.

\_\_\_\_\_. **Virtude para um outro mundo possível**. v. 1. São Paulo: Vozes, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **O mercado dos bens simbólicos**. In: **A economia das trocas simbólicas**. 6ª ed. (org. Sérgio Miceli). São Paulo: Perspectiva, 2007. Pp. 99-181.

BRAUDEL, Fernand. **A Dinâmica do Capitalismo**. Lisboa: Editorial Teorema, 1985. 123 p

BRITO, P. D. **Mídia e a produção discursiva de novas identidades femininas na pós-modernidade**. 2008. Disponível em: <http://www.ple.uem.br/defesas/pdf/pdbritto.pdf>. Acesso em: jul/2012.

CALDERONI, Sabetai. **Os bilhões perdidos no lixo**. 4 ed. São Paulo: Humanitas Editora / FFLCH/USP, 2003.

CAMPBELL, Colin “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução de Mauricio Santana Dias. 7 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008

CARDOSO, Ana M.F; MATOS, Kelma. S.A.L. 2009. O Movimento e as Perspectivas Ambientais em grupos populares de Fortaleza. In: MATOS, Kelma Socorro A. L. de Matos (org), **Educação Ambiental e Sustentabilidade**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

CARLOS, Ana Fani A. **O lugar no/do mundo**. 2007. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dg/gesp>. Acesso em: mai/2012.

CARVALHO, Luís Carlos Pereira de; VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CASSIRER, E. *Filosofia das Formas Simbólicas – 1: A Linguagem*. São Paulo, Martins Fontes, 2001 (1923).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTRO, C. A. **Das fábricas aos cárceres: mundo do trabalho em mutação e exclusão social**. 2010. Disponível em: <<http://www.uff.br/ppgsd/dissertacoes/Tese%20de%20Carla%20Appollinario.pdf>>. Acesso em: jul/2012

CAVALCANTE, Tiago Vieira. **A casa da Mãe de Deus comporta o (outro) mundo: dinâmicas geográficas Santuário de Fátima em Fortaleza – CE**. 2011. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=273619427019>>. Acesso em: jul/2012.

CAVALCANTI, Jarles. **Campanha da Fraternidade: Fraternidade e a Vida no Planeta**. 2011. Disponível em: <<http://www.jarlescavalcanti.com/2011/04/campanha-da-fraternidade-2011.html>>. Acesso em: jul/2012.

CEARÁ, Constituição (promulgada a 5 de outubro de 1989). Constituição do estado do Ceará - Unidade Federativa do Brasil. Fortaleza, Assembleia Legislativa, 1989.

CHIAPANI, Mirela. **Aterro sanitário é referência em destinação adequada dos resíduos sólidos**. 2011. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org/eco-management/aterro-sanitario-capixaba-e-referencia-em>>. Acesso em: jul/2012.

CORRÊA, Roberto Lobato. **A Geografia Cultural e o Urbano**. In: CORRÊA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (orgs.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro, Bertand Brasil, 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (orgs.). **Economia, Cultura e Espaço**. Rio de Janeiro, Ed UERJ, 2010.

CORTEZ, Ana Tereza. Caceres. **Embalagens: o que fazer com elas?** Rio Claro: Viena Gráfica e Editora, 2011.

CORTEZ, Ana Tereza. Caceres; ORTIGOZA, Silvia A. G. (org). **Consumo sustentável: Conflitos entre necessidades e desperdício**. São Paulo: UNESP, 2007.

COUTINHO, Graciano. **A tradicional procissão do Santuário de Fátima em Fortaleza reuniu 150 mil fiéis e ocorreu com tranquilidade**. O Povo Online. 14 de maio de 2012. Disponível em: <<http://blog.opovo.com.br/portugalsempassaporte/a-tradicional-procissao-do-santuario-de-fatima-em-fortalezas-reuniu-150-mil-fieis-e-ocorreu-com-tranquilidade>>. Acesso ago/2012.

CRUZ, Maurício Stunitz. **Público e privado: o surgimento e a evolução dos conceitos**. 2000. Disponível em: <<http://www.batebyte.pr.gov.br/modules/conteudo/php?Conteudo=1468>>. Acesso jun/2012.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Petrópolis: Vozes, 1997

DEL PRIORE, Mary. **Festas e utopias no Brasil colonial**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Paróquia de Fátima quer implantar coleta seletiva.** Fortaleza, 02 abr 2009. Caderno Cidade.

DIAS, Reinaldo; SILVEIRA, Emerson J. S. (org.). **Turismo Religioso: ensaios e reflexões:** Campinas: Alínea, 2003.

DOWBOS, Ladislau. A representação social: Proposta para uma Gestão Descentralizadora. Petrópolis, Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1998.

EMLURB, **Empresa Municipal de Limpeza e Urbanização.** Fortaleza, 2012.

FAHEINA, Rita Célia. **Dom Geraldo iniciou obra social no Santuário de Fátima. O POVO,** Fortaleza, 09 mai. 2001.

FARIA, J. B.; SEIDL, E. M. F. **Religiosidade e enfrentamento em contextos de saúde e doença: revisão da literatura.** Revista Psicologia. Reflexão e Crítica, v. 3, nº. 18, p. 2 -30, set. 2005.

FINCO, Marcus Vinícius Alves; WAQUIL, Paulo Dabdab. **Pobreza, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável:** uma Revisão de Literatura sobre a Hipótese do Círculo Vicioso. 2006. Disponível em: <[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro3/arquivos/ta561-04032006-164220.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro3/arquivos/ta561-04032006-164220.pdf)>. Acesso em: jul/2012.

FONTES, Eduardo. **As pouco lembradas igrejas de Fortaleza:** História do Santuário de Fátima. 2011. Disponível em: <<http://blogsantuariodefátima.blogspot.com/p/historia-do-santuario.html>>. Acesso em: jul/2012.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas.** Zahar. Rio de Janeiro, 1973.

GEOMAPS. **Fortaleza Mapa: Imagens de Satélite de Fortaleza.** 2011. Disponível em: <<http://www.maplandia.com/brazil/fortaleza>>. Acesso em: mai/2012.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro, Jorge Zahar. 2002.

GONÇALVES, Viviane. **Aterro sanitário é desafio para os municípios.** Jornal O Povo. 2011. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza/2011/12/22/noticiasjornalfortaleza,2361802/aterro-sanitario-e-desafio-para-os-municipios.shtml>>. Acesso em: jul/2012.

GUERRA, Renata de Souza. **Dimensões do consumo na vida social.** 2010. Disponível em: <[http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/buos-8g9n\\_sw/1/dimensoesdoconsumonavidasocial.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/buos-8g9n_sw/1/dimensoesdoconsumonavidasocial.pdf)>. Acesso em: jul/2012.

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HERVEY, David. **O novo imperialismo.** São Paulo: Edições Loyola, 2005.

HOBBSAWM, E. J. **A era do capital.** São Paulo: Paz e Terra, 1982, p. 21.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNSB 2008: Abastecimento de água chega a 99,4% dos municípios, coleta de lixo a 100%, e rede de esgoto a 55,2%.** 2010. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php)>. Acesso em: jul/2012

JACOBI, Pedro. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.** Ambientes, Campinas, v. 9, nº. 1, June 2006.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** São Paulo: Ática, 2002.

JOSINO, Ana. **No mapa do Google Earth.** 2012. Disponível em: <<http://www.pano.ramio.com/user/6742895>>. Acesso em: jul/2012

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 22 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008

LEANDRO, Evelyne. **Consumo Consciente e Sustentabilidade.** 2008. Disponível em: <http://evelyneleandro.wordpress.com/2008/07/30/>. Acesso em: jul/2012.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade.** São Paulo: Ed. Moraes, 1991.

LEFF, Enrique. **Epistemologia ambiental.** São Paulo: Cortez, 2001a.

\_\_\_\_\_. **Saber Ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder.** Tradução Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, Rio de Janeiro. Vozes, 2001b.

LEITE, Marcelo. **Meio Ambiente e sociedade.** São Paulo: Ática, 2005.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência;** tradução de Carlos I. Costa, Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

LÉVI-STRAUSS, C. **As estruturas elementares do parentesco.** Tradução: Mariano Ferreira. Petrópolis: Vozes, 1982.

LIMA, L. M. Q. **Lixo: tratamento e biorremediação.** 3 ed. São Paulo: Hemus, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

\_\_\_\_\_. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre uma sociedade de hiperconsumo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOCATELLI, Paulo Antonio. **Consumo sustentável. Revista de Direito Ambiental.** São Paulo, v. 5, nº. 19, p. 297-300, jul.-set. 2000.

MAIA, Raquel. **Para além do caos e da beleza.** Jornal O Povo. Fortaleza, 01 de julho de 2012. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/politica/2012/06/30/noticiasjornalpolitica,2869516/para-alem-do-caos-e-da-beleza.shtml>> Acesso: nov/2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MAZZACARO, Natasha. **Izabella Teixeira critica legislação ambiental brasileira**. Economia. O Globo. 11 de junho de 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio20/izabella-teixeira-critica-legislacao-ambiental-brasileira-5174608>>. Acesso ago/2012.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MEDEIROS, J. F.; CRUZ, C. M. L. **Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores**. 2006. Disponível em: <[http://www.upf.br/cepeac/download/revesp\\_2006\\_art8.pdf](http://www.upf.br/cepeac/download/revesp_2006_art8.pdf)>. Acesso em: Jul/2012.

MENEZES, M.G.; et al. **Lixo, Cidadania e Ensino: Entrelaçando Caminhos**. Revista Nova na Escola, nº. 22, nov. São Paulo: Sociedade Brasileira de Química, 2005.

MONTE-MOR. R. L.M. e FERREIRA, V.C L. **Desenvolvimento Metropolitano e sustentabilidade**: construção de indicadores de sustentabilidade para uma análise da RMBH, 2006.

MONTEIRO, J. H. P.; et al. **Manual de gerenciamento integral de resíduos sólidos**. Rio de Janeiro IBAM, 2001.

MOUSINHO, Patrícia. **Glossário**. In: TRIGUEIRO, André (Coord.). Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

NOBRE, Leila. **Bairro de Fátima: Antigo Redenção**. 2009. Disponível em: <<http://fortalezanobre.blogspot.com.br/2010/09/bairro-de-fatima-antigo-redencao.html>>. Acesso em: Jul/2012.

NUNES, Paulo. **Conceito de Consumo**. 2008. Disponível em: <http://www.knoow.net/cienceconempr/economia/consumo.htm>. Acesso em: jul/2012.

ORTIGOZA, Silvia A. G. **Geografia e Consumo: Dinâmicas Sociais e a Produção do Espaço Urbano**. São Paulo: UNESP, 2009. Tese de Livre Docência

ORTIGOZA, Silvia Aparecido Guarnieri e LOMBARDO, Magda Adelaide. **No “clima” do consumo**: Implicação do consumo nas mudanças climáticas globais - Rio Claro: Divisa Gráfica e Editora, 2011

PEREIRA, Cieusa Maria Calou. **Análise da problemática do lixo nas romarias em Juazeiro do Norte – CE**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

PIETROCOLLA, L. G. **O que todo cidadão precisa saber sobre sociedade de consumo**. 2 ed. São Paulo: Global, 1989.

PLANS, Josefborra. **Amazônia: A Igreja diante da devastação ambiental**. São Paulo: Editora Ave-Maria, 2007.

PROCON: **Pesquisa: hábitos de consumo e meio ambiente**. São Paulo: Equipe de pesquisas – DEP, 2005.

RIBEIRO, Cristiane Menezes. **Turismo religioso: fé, consumo e mercado**. 2010. Disponível em: <[http://www.facitec.br/erevista/index.php?option=com\\_content&task=view&id=9&Itemid=2](http://www.facitec.br/erevista/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemid=2)>. Acesso em: jul/2012.

ROSENDAHL, Z. **Espaço e Religião: Uma Abordagem Geográfica**. 2 ed. Rio de Janeiro:EDUERJ, 2002.

\_\_\_\_\_. “ **Espaço, cultura e religião: dimensões de análise.**” Introdução à geografia cultural, In **Corrêa, R. L. e ROSENDAHL, Z (org.)**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, pp. 187 – 224.

SÁ, Rosa. **Procissão homenageia Virgem de Fátima**. Jornal O POVO. Fortaleza, 13 maio 2007. Caderno Fortaleza. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza/2007/05/12/noticiasjornal,694710/procissao-homenageia-br-virgem-de-fatima.shtml>>. Acesso: nov/2011.

SAMPAIO, C. H.; et al. **Fatores visuais de design e sua influência nos valores de compra do consumidor**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 49, nº. 4, p. 373-386, out/dez. 2009.

SANTOS, A. M.; GROSSI, P. K. **Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea**. Revista Textos & Contextos Porto Alegre v 6, nº. 2, p. 443-454. jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/viewFile/2327/3257>>. Acesso em: jul/2012.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** Rio de Janeiro: Brasiliense, 1994.

SANTOS, Milton. **Por uma Geografia nova: da crítica da Geografia a uma Geografia Crítica**. São Paulo: Hucitec, 1980.

SANTOS, Milton **A Natureza do espaço**. 2ª ed. São Paulo: Editora Huvitec, 1997.

\_\_\_\_\_. **Metamorfose do espaço habitado**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1987.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SEMACE. **Inventário Estadual de Resíduos Sólidos Industriais/Ceará**. Superintendência Estadual do Meio Ambiente (SEMACE). Fortaleza, 2004

SILVA, Carlos Sérgio Gurgel da; AGUIAR FILHO, Valfredo de Andrade. **O Zoneamento Ambiental como instrumento da Política Nacional do Meio Ambiente e do Desenvolvimento: uma perspectiva sobre os centros urbanos**. Orbis Revista Científica, Campina Grande, v.1, n.1, 2010. Disponível em: <<http://www.cesrei.com.br/ojs/index.php/orbis/article/view/13>>. Acesso em: 12 junho 2012.

SILVA, Ivan de Oliveira. **Relação de Consumo Religiosa**. Disponível em: <<http://www.cartaforense.com.br/conteudo/entrevistas/relacao-de-consumo-religiosa/8833>>. Acesso em: 11 de agosto de 2012.

SIQUEIRA, Holgonsi Soares Gonçalves. **Cultura de Consumo Pós-Moderna, Pós-modernidade, política e educação**. 2005. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/consumismo2.html>>. Acesso em: jul/2012.

SIRKIS, Alfredo. Cidade. In: TRIGUEIRO, André (Org.). **Meio Ambiente no Século 21**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo, SP: Nobel. 2002.

SOARES, Raquel Baraldi Ramos. **Impacto ambiental**. 2010. Disponível em: <<http://educar.usp.br/biologia/textos/impacto.htm>>. Acesso em: 2012.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, Lívia Soares Abrahão. **A doença do consumo**. 2009. Disponível em <<http://ladvocaciasc.adv.br/a-doenca-do-consumo-Itemid=50>>. Acesso em: jul/2012.

SOUZA, M. S. N de, NETO, J. M., SANTOS, J. de O., GONDIM, M. S. **Diagnóstico Geoambiental do Município de Fortaleza**: subsídios ao macrozoneamento ambiental e à revisão do Plano Diretor Participativo – PDPFOR. Fortaleza: Prefeitura municipal de Fortaleza, 2009.

SPÍNOLA, Ana Luiza. **Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos**. Revista de Direito Ambiental. São Paulo, v. 6, nº. 24, p. 209-216, outubro, 2001.

TAUK, Sâmia Maria. **Análise Ambiental: Uma visão multidisciplinar**. São Paulo: UNESP, 2003.

THE CONSUMER CITIZENSHIP NETWORK. **Educação do consumidor**. Traduzido por Luisa Castro e Brito. Linhas orientadoras vol. 1 - ensino superior. Editora Victoria W. Thoresen, 2005.

TINHORÃO, José Ramos. **As festas no Brasil colonial**. São Paulo: Editora 34, 2000.

UNESCO. **Tendances de l'éducation relative a l'environnement après Tblisi**. Paris: UNESCO, 1977

VALDETARO, Carla; QUEZADO, Raymundo. **Apostila de Elaboração de Projetos**. 2000. Disponível em: <<http://www.semace.ce.gov.br>>. Acesso em: jul/2012.

WORLD WATCH INSTITUTE. **Estado do Mundo**. Salvador: UMA Editora, 2005.

## APÊNDICES

### APÊNDICE “A”

#### QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FREQUENTADORES DAS FESTIVIDADES DO SANTUÁRIO DE FÁTIMA.

Pesquisador: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Este questionário faz parte da tese de doutorado que tem como objetivo “Examinar os impactos do consumo e geração de resíduos no Santuário de Nossa Senhora de Fátima, propondo estratégias para minimizar os seus efeitos sobre o meio”.

1. Cidade em que reside: \_\_\_\_\_

2. Grau de Escolaridade:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ensino fundamental incompleto | <input type="checkbox"/> Ensino fundamental completo |
| <input type="checkbox"/> Ensino médio incompleto       | <input type="checkbox"/> Ensino médio completo       |
| <input type="checkbox"/> Ensino superior incompleto    | <input type="checkbox"/> Ensino superior completo    |

3. Quanto você está preocupado (a) com os problemas ambientais?

- a) MUITÍSSIMO
- b) Muito
- c) Não tem certeza
- d) Pouco
- e) Muito Pouco

4. Qual das respostas reflete mais sua opinião?

- a) Proteger o meio ambiente deve ser prioridade, mesmo que signifique diminuir os lucros.
- b) O crescimento econômico deve ser prioridade, mesmo que o meio ambiente sofra até certo ponto.
- c) Devemos tentar conciliar a proteção ao meio ambiente com a obtenção dos lucros.

5. Identifique a sua opção de consumo, ao visitar o Santuário, nos dias 13.

- ( ) Imagens.
- ( ) Terços.
- ( ) Livros de orações.
- ( ) Outros objetos de fé.
- ( ) Alimentos.
- ( ) Água mineral.
- ( ) Refrigerantes.

6. Se o senhor (a) adquiriu bens simbólicos religiosos, durante a sua estada no santuário, identifique a sua motivação.

- a) Fortalecer a fé;
- b) Evangelizar;
- c) Para presentear;
- d) Força da novidade;
- e) Pelo prazer da compra.

7. Durante a sua estada no Santuário, nos dias 13, o (a) senhor (a) produz lixo?

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Às vezes

8. Se a sua resposta à pergunta anterior foi “Sim” ou “Às vezes”, informe de que maneira o(a) senhor(a) acondiciona seu lixo durante as visitas ao santuário:

- a) Em sacola plástica, misturado [ ]
- b) Em sacola plástica, separado (explicar) [ ]
- c) Em lixeiras ou balde ou tambor, a granel (solto) e misturado [ ]
- d) Em tambores específicos para cada material [ ]
- e) No chão [ ]
- e) Outra (Informe qual) [ ]

---



---



---

9. O (a) senhor (a) é a favor do comércio de bens simbólicos durante as festividades do santuário?

- [ ] Sim
- [ ] Não
- [ ] Talvez

10. O (a) Senhor (a) tem conhecimento da campanha da coleta seletiva do lixo lançada no Santuário?

Sim

Não

11. Caso a sua resposta tenha sido "Sim", indique como ficou sabendo:

Avisos durante as missas.

Faixas no próprio santuário.

Através dos membros do grupo da campanha do Santuário nos dias 13.

Identificação nas lixeiras do santuário.

Jornais locais.

---

---

12. Caso a resposta tenha sido "Sim" à questão 10, percebeu alguma mudança em relação à limpeza do pátio do Santuário?

Sim

Não

13. Como o (a) senhor (a) destina os objetos em desuso (roupas, brinquedos, móveis etc.)?

a) Doa para pessoas ou entidades

b) Joga no lixo

c) Reforma / conserta para reutilizar

d) Outros (descrever)

---

---

14. O (a) senhor (a) costuma comprar produtos em promoção mesmo que não esteja necessitando no momento?

Sim

Não

Às Vezes

**APÊNDICE “B”****FORMULÁRIO APLICADO COM OS PERMISSIONÁRIOS****Pesquisador:****Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Esta entrevista faz parte da tese de doutorado que tem como objetivo “Examinar os impactos do consumo e geração de resíduos no Santuário de Nossa Senhora de Fátima”

1. Cidade que reside: \_\_\_\_\_

2. O senhor/senhora trabalha, há quanto tempo, como permissionário nesta praça, nos dias 13 de cada mês?

\_\_\_\_\_

3. A ocupação do espaço foi autorizada oficialmente por quem?

\_\_\_\_\_

4. Você paga alguma taxa mensal para ocupar o espaço?

\_\_\_\_\_

a) Caso pague esta taxa, a quem é feito o pagamento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Ao receber a permissão para a ocupação da praça, o órgão responsável lhe fez alguma exigência em relação aos cuidados com o meio ambiente?

\_\_\_\_\_

a) Se sim, quais foram?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. Antes de ocupar o espaço, você recebeu algum tipo de treinamento sobre preservação ambiental?

---

a) Se a sua resposta foi “Não”, você gostaria de receber treinamento sobre preservação ambiental?

---

7. Você conhece as determinações da Lei Orgânica e do Código de Postura do Município de Fortaleza, em relação aos cuidados com o meio ambiente?

---

8. Caso conheça, o que sabe sobre esta determinação?

---

9. Qual sua opinião sobre o comércio de bens simbólicos no entorno do santuário durante as festividades religiosa dos dias 13 de cada mês?

---

---

**APÊNDICE “C”****ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O FUNCIONÁRIO DA PREFEITURA DE FORTALEZA  
RESPONSÁVEL PELAS PERMISSÕES DE OCUPAÇÃO DA PRAÇA DO SANTUÁRIO DE  
FÁTIMA****Pesquisador:****Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Esta entrevista faz parte da tese de doutorado que tem como objetivo “Examinar os impactos do consumo e geração de resíduos no Santuário de Nossa Senhora de Fátima”

1. Cidade que reside: \_\_\_\_\_

2. O senhor/senhora trabalha, há quanto tempo, na Prefeitura de Fortaleza?

\_\_\_\_\_

3. Qual o cargo que ocupa? E há quanto tempo?

\_\_\_\_\_

4. Antes de ocupar o cargo, você recebeu algum tipo de treinamento sobre preservação ambiental?

\_\_\_\_\_

a) Se a sua resposta anterior foi “Não”, você gostaria de receber treinamento sobre preservação ambiental?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. O que é necessário para o senhor/senhora conceder uma permissão para ocupação da praça?

\_\_\_\_\_

6. Ao conceder a permissão para a ocupação da praça, o senhor/senhora faz alguma exigência em relação aos cuidados com o meio ambiente?

---

a) Se sim, quais são?

---

---

7. Você conhece as determinações da Lei Orgânica do Município de Fortaleza, em relação aos cuidados com o meio ambiente?

---

8. Caso conheça, o que sabe sobre esta determinação?

---

---

9. Qual sua opinião sobre o comércio de bens simbólicos no entorno do santuário durante as festividades religiosa dos dias 13 de cada mês?

---

---

## APÊNDICE “D”

### ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO MOVIMENTO PRÓ-COLETA SELETIVA

- 1) O que motivou a iniciar um movimento em prol da coleta seletiva no santuário?
- 2) Que medidas foram planejadas para viabilizar este movimento?
- 3) Quais estratégias foram utilizadas para iniciar o movimento?
- 4) O movimento recebe apoio do pároco do santuário?
- 5) E quanto ao poder público, que tipo de ajuda o movimento recebe?
- 6) Após o lançamento da campanha, foi observada alguma mudança em relação aos problemas que motivou a criação do movimento? Quais?
- 7) Qual sua opinião sobre o comércio de bens simbólicos no entorno do santuário durante as festividades religiosa dos dias 13 de cada mês?

## ANEXOS

## ANEXO "A"

## CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA CAMINHADA

Campanha da Fraternidade 2011  
Fraternidade e a Vida no Planeta

Paróquia Nossa Senhora de Fátima

Grande  
**Caminhada**  
em Defesa da  
**Natureza**

Todos juntos na MARCHA pela vida!

 Dia: 04/06/2011 (sábado) às 08 horas  
Saída: Praça em frente à Igreja de Fátima  
Encerramento: Parque Parreão I

Grande ato-show de encerramento  
com Padre Ivan, Marcos Dias e Banda no local

**Traga materiais recicláveis.  
Catadores receberão suas doações!**

**Contatos dos Catadores Responsáveis:**  
Maria de Fátima (Ronaldinha): 8642.9682  
Maria da Conceição - 8642.8187  
Galpão: Rua Sol, 10. Plan. Universo. V.União

Campanha da Fraternidade 2011  
Fraternidade e a Vida no Planeta

**Faça coleta seletiva na sua casa.**

Separe, em recipientes diferentes, o lixo orgânico (úmido) do lixo reciclável (seco). Assim, protegemos o meio ambiente e ajudamos os catadores.



Organização:  Movimento Pró-Coleta Seletiva com Geração de Renda - Paróquia de Fátima -

Apoio:  Casa Mendes Delicatessen De Fátima  Santo Tomás de Aquino O Colégio de Fátima

Passa esse panfleto para, pelo menos, mais uma pessoa.  
Jogá-lo na via pública prejudica a natureza.

## ANEXO "B"

## OFÍCIO DA ARQUIDIOCESE DE FORTALEZA AOS PERMISSIONÁRIOS



MITRA ARQUIDIOCESANA DE FORTALEZA  
PARÓQUIA E SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE FÁTIMA  
CNPJ 07.210.925/0035-55

Fortaleza, 12/03/2010

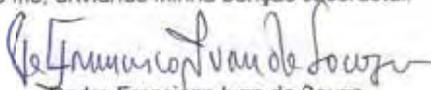
Do: Pároco da Igreja de Fátima  
Para: Permissorário da Praça Pio IX

Prezado Senhor (a),

Os parabéns que temos recebido nesses últimos dias, pela diminuição do lixo após as Missas dos dias 13, dividimos, aqui, com você, pela colaboração que tem dado nesse sentido.

Nossos agradecimentos e votos de que permaneça contribuindo para manter a cidade limpa. Cada um fazendo a sua parte a natureza não será prejudicada.

O Papa Bento XVI disse: Se quiseres cultivar a paz cuida da natureza. Despeço-me, enviando minha bênção sacerdotal.

  
Padre Francisco Ivan de Souza  
Pároco

MITRA ARQUIDIOCESANA DE FORTALEZA  
Paróquia de Nossa Senhora de Fátima  
Rua: Paula Rodrigues, 100 - B. Fátima  
CEP: 60.411-270 - Fortaleza - Ceará  
Fone/Fax: 3227.5215

Preserve a Fé a Vida e o Meio Ambiente

**ANEXO “C”****LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE FORTALEZA****TÍTULO V  
DA ORDEM ECONÔMICA E SOCIAL****CAPÍTULO I  
DA POLÍTICA URBANA****SEÇÃO I  
DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 149** - A política de desenvolvimento urbano, a ser executada pelo Município, assegurará:

I - a urbanização e a regularização fundiária das áreas, onde esteja situada a população favelada e de baixa renda, sem remoção dos moradores salvo:

- a) em área de risco, tendo nestes casos o Governo Municipal a obrigação de assentar a respectiva população no próprio bairro ou nas adjacências, em condições de moradia digna, sem ônus para os removidos e com prazos acordados entre a população e a administração municipal;
- b) nos casos em que a remoção seja imprescindível para a reurbanização, mediante consulta obrigatória e acordo de pelo menos dois terços da população atingida, assegurando o reassentamento no mesmo bairro;

II - a preservação das áreas de exploração agrícola e pecuária e o estímulo a essas atividades primárias;

III - a preservação, a proteção e a recuperação do meio ambiente natural e cultural;

IV - a criação de áreas de especial interesse urbanístico, social, ambiental, turístico e de utilidade pública;

V - a participação ativa das entidades comunitárias no estudo, no encaminhamento e na solução dos problemas, planos, programas e projetos que lhes sejam concernentes;

VI - às pessoas portadoras de deficiência, o livre acesso a edifícios públicos e particulares de frequência aberta ao público, a logradouros públicos e ao transporte coletivo;

VII - a utilização racional do território e dos recursos naturais, mediante a implantação e o funcionamento de atividades industriais, comerciais, residenciais e viárias.

## **Anexo “D”**

### **CÓDIGO DE OBRAS E POSTURAS DO MUNICÍPIO DE FORTALEZA**

LEI N.º 5.530 DE 17 DE DEZEMBRO 1981

#### **CAPÍTULO XLI**

#### **DA POLUIÇÃO DO MEIO AMBIENTE**

##### **Seção I**

##### **REGRAS GERAIS**

Art 615 – Para os efeitos desta Lei, consideram-se Poluição do Meio Ambiente a presença, o lançamento ou a liberação no ar, nas águas e no solo, de toda e qualquer forma de matéria ou energia com intensidade, em quantidade de concentração ou com características capazes de tornarem – ou virem a tornar – as águas, o ar e o solo:

- I. Impróprios, nocivos ou ofensivos à saúde;
- II. Inconvenientes ao bem-estar público;
- III. Danosos aos materiais, à fauna e à flora;
- IV. Prejudiciais à segurança, ao uso e gozo da propriedade e às atividades normais da Comunidade.

Art. 616 – Fica proibido, no Município de Fortaleza, o lançamento ou liberação de poluentes, nas águas, no ar ou no solo.

Parágrafo Único – Considera-se poluente toda e qualquer forma de matéria ou energia que, direta ou indiretamente, prejudique o meio ambiente, na forma do artigo anterior.

## **ANEXO “E”**

### **DECRETO Nº 9300 DE 17 DE JANEIRO DE 1994**

*Dá nova redação ao Decreto nº 9143, de 09 de julho de 1993 e estabelece outras providências.*

O PREFEITO MUNICIPAL DE FORTALEZA, no uso de suas atribuições legais, e com fundamento no art. 95, §1º, da Lei Orgânica do Município de Fortaleza, com que se combina o art. 1º da Lei nº 5404, de 03.06.81, decreta:

Art. 1. O Decreto nº 9143, de 09 de julho de 1993, que regulamenta o exercício da atividade de Comércio Ambulante no Município de Fortaleza, e dá outras providências, passa a ter a seguinte redação:

#### **TÍTULO I**

#### **DA CARACTERIZAÇÃO DO COMÉRCIO AMBULANTE**

##### **CAPÍTULO I**

##### **DA CONCEITUAÇÃO**

Art.1- É considerada comércio ambulante toda atividade comercial ou de prestação de serviços, de caráter permanente ou eventual, exercida de maneira estacionária ou itinerante, em vias ou logradouros públicos, por pessoas que não possuam qualquer espécie de vínculo empregatício ou funcional, com pessoa pública ou privada,

Parágrafo Único – A restrição contida no caput desse artigo não se aplica aos permissionários que estejam exercendo suas atividades na data de publicação desse Decreto.

Art.2 – Para os efeitos no disposto neste Decreto, são consideradas atividades de comércio ambulante a comercialização ou exposição de:

I – cigarros e bombons;

II – confecções em geral;

III – bijuterias, miudezas, brinquedos, utilidades do lar e variedades;

IV – discos e fitas cassetes usadas;

V – ferragens e sucatas de aparelhos domésticos;

VI – lanches rápidos;

- VII – jornais e revistas;
- VIII – livros usados e material escolar;
- IX – sorvetes, picolés, pipocas e sucos;
- X – calçados, bolsas, cintos e similares;
- XI – produtos regionais ou sazonais;
- XII – ervas medicinais e tempero seco;
- XIII – hortifrutigranjeiros e artigos de mercearia;
- XIV – fichas telefônicas;
- XV – carnês de sorteio;
- XVI – loterias;
- XVII – ingressos;
- XVIII – lustração e conserto de calçados;
- XIX – consertos de relógios e afins;
- XX – confecção de chaves;

Parágrafo Único – Não se enquadra no disposto no caput deste artigo a atividade de venda de picolés, pipocas e loterias, quando exercida de forma itinerante.

## **TÍTULO II**

### **REQUISITOS PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DO REQUERIMENTO**

Art. 4 – A pessoa interessada em exercer a atividade de comércio ambulante deve requerer o correspondente Termo de Permissão junto ao Departamento de Comércio Ambulante – DCA, mediante preenchimento de formulário próprio, e fornecimento dos seguintes documentos:

- I- fotocópia de cédula de identidade;
- II- croqui do local a ser ocupado durante o exercício da atividade;
- III- comprovante de pagamento da taxa de expediente;

IV- modelo de medidas do equipamento a ser utilizado;

V- modelo e medidas do equipamento a ser utilizado;

VI- comprovante de endereço residencial;

VII- declaração, com firma reconhecida, de que não possui renda mensal regular decorrente de vínculo empregatício ou funcional, com pessoa pública ou privada.

Parágrafo Único - O atendimento ao disposto no caput deste artigo é obrigatório, também, para os atuais permissionários, que devem regularizar a sua situação, de acordo com as disposições contidas neste Decreto, excetuando-se a exigência prevista no inciso VII deste artigo.

Art.5 – No âmbito da Secretaria de Serviços Públicos – SSP, o processo de requerimento à outorga do Termo de Permissão observará o seguinte trâmite:

I – entrada do requerimento no protocolo do Departamento de Comércio Ambulante – DCA;

II – exame do requerimento e documentos anexos;

III – vistoria do local e do equipamento, quando julgado conveniente;

IV – parecer técnico do setor competente do DCA;

V – despacho do diretor do DCA;

VI – parecer da Assessoria Jurídica da SSP;

VII – despacho do titular da SSP;

VIII – comunicação do resultado ao interessado;

IX – expedição e entrega do Termo de Permissão;

X – arquivamento do processo;

Parágrafo Único – Em caso de deferimento, o interessado tem prazo de 10 (dez) dias para recebimento do Termo de Permissão, junto ao DCA, mediante comprovação de pagamento referente ao preço público correspondente às características do equipamento, local de instalação e tipo de comércio ou serviços, objeto da permissão.

Art. 6 – Em caso de indeferimento do pedido referido no artigo anterior, o interessado poderá encaminhar pedido de reconsideração ao Departamento de Comércio Ambulante – DCA, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que oficialmente tomar conhecimento da referida decisão.

Parágrafo Único – O pedido de reconsideração deverá ser previamente fundamentado, sob pena de definitivo arquivamento do processo.

## **CAPÍTULO II**

### **DA PERMISSÃO**

Art. 7 – O exercício da atividade de comércio ambulante dependerá de Termo de Permissão, a título precário, unilateral, oneroso e *intuito persone*, a ser outorgado por ato do Secretário de Serviços Públicos.

Art. 8 – A outorga do Termo de Permissão não gera privilégio de qualquer natureza, nem assegura ao permissionário qualquer forma de exclusividade ou direito de retenção sobre a área de instalação do equipamento.

Art. 9 – O Termo de Permissão tem validade de 180 dias a contar da data da sua expedição, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, a critério da Administração Pública Municipal.

Parágrafo Único – A renovação da permissão prevista nesse artigo não poderá ser outorgada se o permissionário estiver em débitos decorrentes das disposições deste Decreto.

Art. 10 – A revogação do Termo de Permissão poderá ocorrer a qualquer tempo, a critério da Secretaria de Serviços Públicos – SSP, quando o permissionário infringir dispositivos específicos deste Decreto, ou por interesse público superveniente, que inviabilize a continuidade da atividade, no mesmo ou em outro local.

Parágrafo Único – Em qualquer das hipóteses mencionadas no caput deste artigo, o permissionário não tem direito a qualquer tipo de indenização por parte da Administração Pública Municipal.

Art. 11 – A Secretaria de Serviços Públicos – SSP outorgará Termo de Permissão por interessado com requerimento deferido.

Art. 12 – A Secretaria de Serviços Públicos – SSP não outorgará Termo de Permissão ao cônjuge, ascendente, descendente ou parente até segundo grau de permissionário, que resida sobre o mesmo teto, salvo se for comprovado que o interessado passou a integrar ou constituir novo grupo familiar.

Parágrafo Único – O disposto nesse artigo não se aplica aos permissionários em relação aos casos comprovadamente existentes até a data de publicação deste Decreto.

Art. 13 – A Secretaria de Serviços Públicos – SSP não outorgará Termo de Permissão para o exercício da atividade de comércio ambulante nas seguintes situações:

I – instalação de *trailers*, barracas e similares;

II – vendas de carnes, peixes, mariscos, bebidas alcoólicas, armas e munições de qualquer espécie, explosivos ou produtos de fácil combustão.

[...]

## **TÍTULO V**

### **DAS RESPONSABILIDADES DO PERMISSIONÁRIO**

Art. 24 – Todo e qualquer serviço ou atividade inerente ao exercício do comércio ambulante será praticado em nome do permissionário por sua conta e risco, sem prejuízo da observância da legislação vigente.

Art. 25 – São deveres dos permissionários:

I – providenciar a aquisição ou fabricação do equipamento objeto de sua atividade, nos modelos e especificações definidos nos ANEXOS II a X, deste Decreto, de conformidade com os tipos de produtos ou serviços a serem comercializados, e de acordo com os portes dos negócios respectivos;

II – manter o equipamento em funcionamento diário, permanecendo na direção do mesmo por um período mínimo de 06 (seis) horas;

III – manter o equipamento em perfeito estado de conservação e higiene, providenciando, por sua conta e risco, os consertos que se fizerem necessários;

IV – afixar em seu equipamento, em lugar visível, o correspondente do substituto eventual, todos fornecidos pelo órgão municipal competente devidamente atualizado;

V – usar de urbanidade e respeito com os companheiros de trabalho e o público em geral;

VI – zelar pela higiene pessoal e usar uniforme padronizado, excetuando-se, quanto ao uso de uniforme, os permissionários de bancas de jornais e revistas;

VII – zelar pela higiene do equipamento e acessórios;

VIII – utilizar depósito apropriado para lixo e detritos, quando comercializar produtos alimentícios;

IX – conservar a padronização do equipamento e pintá-lo sempre que necessário ou intimado para tal;

X – comparecer ao DCA sempre que solicitado;

XI – solicitar prévia autorização do DCA sempre que necessitar suspender o exercício da atividade por período superior a 05 (cinco) dias úteis;

XII – manter os produtos alimentícios em perfeitas condições de higiene, devidamente protegidos de insetos e impurezas;

- XIII – utilizar pinças no manuseio de alimentos que não possuem invólucro próprio;
- XIV – empregar instrumentos de pesos e medidas adotadas pela legislação vigente, quando o seu comércio delas necessitar;
- XV – no comércio de produtos alimentícios, utilizar apenas copos, pratos e talheres descartáveis;
- XVI – portar atestado de saúde, quando comercializar produtos alimentícios;
- XVII – indicar ao órgão competente o seu substituto eventual;
- XVIII – cumprir as ordens emanadas das autoridades municipais competentes;
- XIX – usar sapatos, bata, calça e gorro limpos e bem asseados;

Parágrafo Único – Excetua-se do disposto no inciso II deste artigo, os permissionários que exercem atividades de comércio ambulante por período superior a 08 (oito) horas diárias e nos casos de motivo de força maior devidamente justificados perante a fiscalização do Departamento de Comércio Ambulante – DCA.

## **TÍTULO VI**

### **DAS PROIBIÇÕES**

Art. 26 – É vedado ao permissionário:

- I – modificar a localização do equipamento, sem a prévia autorização do Departamento de Comércio Ambulante – DCA;
- II – fazer uso de muros, paredes, passeios, árvores, postes, bancos, caixotes, tábuas, encerados ou toldos com o propósito de ampliar os limites do equipamento, e que venham a alterar a sua padronização;
- III – colocar ou afixar cartazes, anúncios ou outros quaisquer impressos na parte externa do equipamento, salvo os anúncios de campanha educativa ou elucidativa, empreendida por órgão público;
- IV – apregoar suas atividades através de qualquer meio de difusão sonora;
- V – utilizar dizeres ofensivos ao decoro público;
- VI – efetuar escavações nas vias e logradouros públicos;
- VII – expor mercadorias ou volumes além do limite da capacidade do equipamento;
- VIII – utilizar equipamento sem a devida permissão, ou modificar as condições de uso determinadas para tal;

IX – distribuir, trocar ou expor mercadorias que não se enquadrem no objeto principal de seu comércio, na forma prevista nesse decreto;

X – transferir a outorga do Termo de Permissão, à revelia do DCA;

XI – perturbar a ordem pública;

XII – passar a direção do negócio a substituto não cadastrado junto ao DCA;

XIII – impedir ou dificultar o livre trânsito de veículos e pedestres nas vias ou logradouros públicos;

XIV – jogar lixos ou detritos, provenientes de seu comércio, ou de outra origem, nas vias ou logradouros públicos;

XV – instalar o equipamento sem expressa autorização do DCA;

XVI – expor ou vender produtos sem condição de consumo;

XVII – deixar, na direção de seu negócio, o substituto legalmente cadastrado, por período superior a 02 (duas) horas diárias, excetuando-se os casos previstos no parágrafo único do art. 25 deste Decreto.

## ANEXO "F"

## Relatórios de Produção de Lixo da Área do Entorno da Igreja de Fátima e Praça Pio IX – Bairro de Fátima



RELATORIO DE PRODUÇÃO DA ÁREA ENTORNO DA IGREJA DE  
FÁTIMA E PRAÇA PIO IX – BAIRRO DE FÁTIMA

ANO 2008

DIA	MÊS	PRODUÇÃO Toneladas
14	JANEIRO	2.770
14	FEVEREIRO	1.340
14	MARÇO	2.040
14	ABRIL	2.610
14	MAIO	3.310
14	JUNHO	1.280
14	JULHO	2.940
14	AGOSTO	1.880
14	SETEMBRO	1.830
14	OUTUBRO	3.220
14	NOVEMBRO	2.602
14	DEZEMBRO	2.550

Fortaleza, 24 de julho de 2012.

*Mirano*  
Mary Regina de Mesquita Pessoa  
Mat. 18 975 - Setor Operacional

Empresa Municipal de Limpeza e  
Urbanização - EMLURB  
Rua Marechal Deodoro, 1501, Benfica  
Fortaleza-Ceará.  
Telefone: (85) 3131-7600  
FAX (85) 3131-7665



**RELATORIO DE PRODUÇÃO DA ÁREA ENTORNO DA IGREJA DE  
FÁTIMA E PRAÇA PIO IX – BAIRRO DE FÁTIMA**

ANO 2009

DIA	MÊS	PRODUÇÃO Toneladas
14	JANEIRO	2.370
14	FEVEREIRO	1.640
14	MARÇO	1.370
14	ABRIL	1.240
14	MAIO	2.950
14	JUNHO	1.580
14	JULHO	2.310
14	AGOSTO	1.210
14	SETEMBRO	1.800
14	OUTUBRO	2.450
14	NOVEMBRO	1.400
14	DEZEMBRO	2.170

Fortaleza, 24 de julho de 2012.

  
 Maria Regina de Almeida Paes  
 Matr. 14.915 / Setor Operacional

Empresa Municipal de Limpeza e  
 Urbanização - EMLURB  
 Rua Marechal Deodoro, 1501, Benfica  
 Fortaleza-Ceará.  
 Telefone: (85) 3131-7600  
 FAX (85) 3131-7665



**RELATORIO DE PRODUÇÃO DA ÁREA ENTORNO DA IGREJA DE  
FÁTIMA E PRAÇA PIO IX – BAIRRO DE FÁTIMA**

**ANO 2010**

<b>DIA</b>	<b>MÊS</b>	<b>PRODUÇÃO Toneladas</b>
14	JANEIRO	1.080
14	FEVEREIRO	1.020
14	MARÇO	1.110
14	ABRIL	2.101
14	MAIO	2.400
14	JUNHO	1.800
14	JULHO	2.300
14	AGOSTO	1.700
14	SETEMBRO	1.410
14	OUTUBRO	1.530
14	NOVEMBRO	1.380
14	DEZEMBRO	1.900

Fortaleza, 24 de julho de 2012.

  
 Maria Regina de Mesquita Pessoa  
 Matr. 18.975 - Diretor Operacional



Empresa Municipal de Limpeza e  
 Urbanização - EMLURB  
 Rua Marechal Deodoro, 1501, Benfica  
 Fortaleza-Ceará.  
 Telefone: (85) 3131-7600  
 FAX (85) 3131-7665



**RELATORIO DE PRODUÇÃO DA ÁREA ENTORNO DA IGREJA DE  
FÁTIMA E PRAÇA PIO IX – BAIRRO DE FÁTIMA**

ANO 2011

DIA	MÊS	PRODUÇÃO Toneladas
14	JANEIRO	1.810
14	FEVEREIRO	1.780
14	MARÇO	1.580
14	ABRIL	1.100
14	MAIO	1.488
14	JUNHO	1.600
14	JULHO	2.840
14	AGOSTO	2.518
14	SETEMBRO	2.150
14	OUTUBRO	1.630
14	NOVEMBRO	2.460
14	DEZEMBRO	1.670

Fortaleza, 24 de julho de 2012.

  
 Maria Regina de Menezes Pessas  
 Matr. 16.975 - Setor Operacional

  
 Empresa Municipal de Limpeza e  
 Urbanização - EMLURB  
 Rua Marechal Deodoro, 1501, Benfica  
 Fortaleza-Ceará.  
 Telefone: (85) 3131-7600  
 FAX (85) 3131-7665