

# RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2017



[\[clique aqui para ver em tela cheia\]](#)

Sempre que quiser voltar ao sumário, é só clicar no topo

Instituto Akatu ♦ Relatório de Atividades 2017

# SUMÁRIO

<i>Palavra do presidente</i>	<i>3</i>
<i>Destaques de 2017</i>	<i>5</i>
<i>O Akatu</i>	<i>6</i>
<i>Atuação</i>	<i>11</i>
<i>Ações com Empresas</i>	<i>13</i>
<i>Ações de Educação</i>	<i>21</i>
<i>Ações de Comunicação</i>	<i>45</i>
<i>Ações Institucionais</i>	<i>78</i>
<i>Quem faz o Akatu</i>	<i>94</i>



# 2017: UM ANO BOM, APESAR DAS INCERTEZAS

CARTA DO DIRETOR-PRESIDENTE ♦ HELIO MATTAR

Se para a economia brasileira o ano de 2017 trouxe um crescimento tímido de 1%, para diversas organizações do Terceiro Setor, como o Instituto Akatu, este cenário foi ainda mais desafiador e incerto. Para contornar os obstáculos, promovemos uma gestão resiliente e reforçamos a parceria com pessoas, empresas e instituições verdadeiramente comprometidas com a causa do consumo consciente. Com uma visão sistêmica e não imediatista,

elas mantiveram o apoio à nossa causa e a projetos voltados a mobilizar pessoas para buscarem impactos positivos e significativos em seus atos de consumo. Essas pessoas, empresas e instituições certamente compreendem a importância de uma sociedade resiliente, onde as causas unem as pessoas e fortalecem o tecido social. Devem ser reconhecidas e valorizadas por isso. Um exemplo de tal apoio é o desempenho do nosso programa Edukatu, plataforma

de educação para a sustentabilidade e o consumo consciente voltado a professores(as) e alunos(as) do Ensino Fundamental, primeiro pilar fundamental de atuação do Akatu. O Edukatu atingiu a marca de 200 mil pessoas sensibilizadas e firmou importantes parcerias com secretarias de Educação, como as de Santo André (SP) e de São Bernardo do Campo (SP). O apoio contínuo da Braskem tem sido fundamental para levar adiante esse programa e atingir as metas desejadas.

Em parceria com a Dow, realizamos o Desafio Redução CO<sub>2</sub>, uma competição criada para estimular estudantes do ensino médio a desenvolverem projetos de redução de emissões. Os resultados foram surpreendentes tanto pelo impacto como pela qualidade das propostas.

A Comunicação, nosso outro importante pilar, também foi responsável por memoráveis momentos em 2017. Tivemos inserções relevantes em programas de TV, que tem alcance de massa junto ao grande público. Um exemplo foi a nossa participação no programa Caldeirão do Huck, da Rede Globo, com o apoio da empresa Ypê, além de telejornais de alcance nacional. O volume equivalente de cobertura de mídia onde foram tratadas

as questões do consumo consciente em 2017 somou R\$ 27 milhões, com matérias nas quais o Akatu está sempre presente.

Também destaco o lançamento de um novo formato da série Dicas Akatu dirigido especialmente às redes sociais, que trazem informações surpreendentes e impactantes relacionadas ao impacto das ações diárias de consumo, instrumento fundamental para a mobilização de mudanças nos comportamentos do consumidor dentro da metodologia pedagógica do Akatu.

Quero também ressaltar a participação do Akatu em dois Conselhos ligados à ONU – Meio Ambiente no Programa de Informação ao Consumidor e no Programa de Estilos Sustentáveis de

Vida e Educação, dentro do One Planet Network da referida organização.

Neste Relatório de Atividades, você encontrará um resumo de nossas atividades e de acontecimentos importantes na vida do Akatu em 2017. Convido você a passar pelas próximas telas onde são apresentados os elementos desse panorama.

Aproveito para expressar os meus sentimentos de gratidão aos nossos parceiros pela confiança no trabalho desenvolvido pelo Akatu, na certeza de que, juntos, vamos seguir trabalhando para que 2018 seja um ano de mudanças positivas no campo do consumo consciente e da sustentabilidade.

# DESTAQUES

*O Akatu ocupou em 2017,  
por meio de entrevistas  
e conteúdos editoriais,  
nos mais diversos veículos,  
o equivalente a*

**27 MILHÕES**

*num total de*  
**1.181 INSERÇÕES**

*O Edukatu, principal projeto  
de educação para crianças e jovens  
do Akatu, alcançou em 2017*

**650 NOVAS ESCOLAS CADASTRADAS**

*com participação de*

**9,5 MIL NOVOS ALUNOS E PROFESSORES**

*Totalizando um impacto de*

**210 MIL PESSOAS**

*em torno de atividades  
em todas as regiões do país*

---

# O AKATU

---

*O Instituto Akatu foi criado em março de 2001 como uma organização não governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente como instrumento para a construção da sustentabilidade e que, assim, contribui para a transição acelerada na direção de estilos sustentáveis de vida, inspiradores de uma sociedade do bem estar, e viabilizados por modelos sustentáveis de produção e consumo. Como não existe vida sem consumo e não existe consumo sem impacto, trata-se de mobilizar indivíduos – em qualquer comunidade em que estejam presentes (família, empresa, cidade, escola, etc) – para minimizar os impactos negativos do consumo e maximizar os seus*

*impactos positivos, dos pontos de vista social, ambiental, econômico e individual, contribuindo desta forma para a sustentabilidade da vida no planeta.*

*As atividades do Akatu têm seu foco na mudança de comportamento dos consumidores a partir do uso de metodologias e conteúdos próprios, testados e avaliados em um grande número de ocasiões, e sistematizados para viabilizar a sua aplicação em escala. As atividades são realizadas em duas frentes de atuação – educação e comunicação – sempre buscando mobilizar para a prática do consumo consciente como instrumento para a construção da sustentabilidade.*

---

*Na educação para o consumo consciente e a sustentabilidade, o Akatu atua*

- *em escolas – capacitando professores para que eduquem seus alunos;*
- *em empresas – capacitando multiplicadores para que mobilizem os colaboradores da empresa;*
- *em comunidades – capacitando lideranças para que mobilizem os participantes da sua comunidade.*

*Na comunicação para o consumo consciente e a sustentabilidade, o Akatu atua:*

- *provê conteúdos para os meios de comunicação;*
- *elabora e executa campanhas de publicidade;*
- *elabora e dissemina conteúdos e campanhas nas redes sociais.*

**AKATU**

*Tupi antigo*

“A” + “KATU”  
*(semente/mundo) (bom/melhor)*

**SEMENTE BOA OU MUNDO MELHOR**  
**INDIVÍDUO BOM OU COLETIVO MELHOR**





## Missão

Contribuir para a transição acelerada para estilos sustentáveis de vida, inspirados em uma sociedade do bem-estar e viabilizados por modelos sustentáveis de produção e consumo, de forma a ter a população brasileira mobilizada nessa direção.

## Visão

YANDÊ\*

Contribuir para uma sociedade do bem-estar que se perceba como parte interdependente da vida no planeta e, como tal, cuide da vida pela vida em si e acolha a humanidade em toda a sua diversidade.

## Valores

- Causa: Compromisso com a promoção da missão
- Compartilhamento: Construção compartilhada de aprendizados e conhecimentos
- Melhoria contínua: Aprimoramento contínuo de aprendizados e conhecimentos
- Responsabilidade: Cumprimento dos compromissos assumidos
- Humanização: Transparência e humanização das relações interpessoais
- Cooperação: Cooperação para objetivos comuns

(\*Yandê: palavra em tupi que significa "grande nós feminino")

# CONSUMO CONSCIENTE

*é consumir com o melhor impacto*

Consumo consciente não significa deixar de consumir, mas consumir melhor e diferente, sem excessos, para que todos vivam com mais bem-estar hoje e no futuro.

Também significa entender que o ato de consumir um produto ou serviço traz consequências positivas e negativas não apenas ao próprio consumidor,

mas também ao meio ambiente, à economia e à sociedade, que vão além dos impactos imediatos. Portanto, o consumidor tem um grande poder em suas mãos ao escolher um produto e uma empresa produtora – e pode transformar a sua compra num ato de reconhecimento de boas práticas sustentáveis.

*A prática do Consumo Consciente é essencial para que os estilos de vida se tornem mais sustentáveis, significando, em última instância, que se tenha O SUFICIENTE, PARA TODOS, PARA SEMPRE.*

---

# ATUAÇÃO DO AKATU

Ao longo de seus 17 anos de atuação, o Akatu desenvolveu e consolidou conceitos, pesquisas, conteúdos e práticas de sensibilização e mobilização do consumidor que são utilizados em todas as ações estratégicas de comunicação e educação promovidas pela instituição.



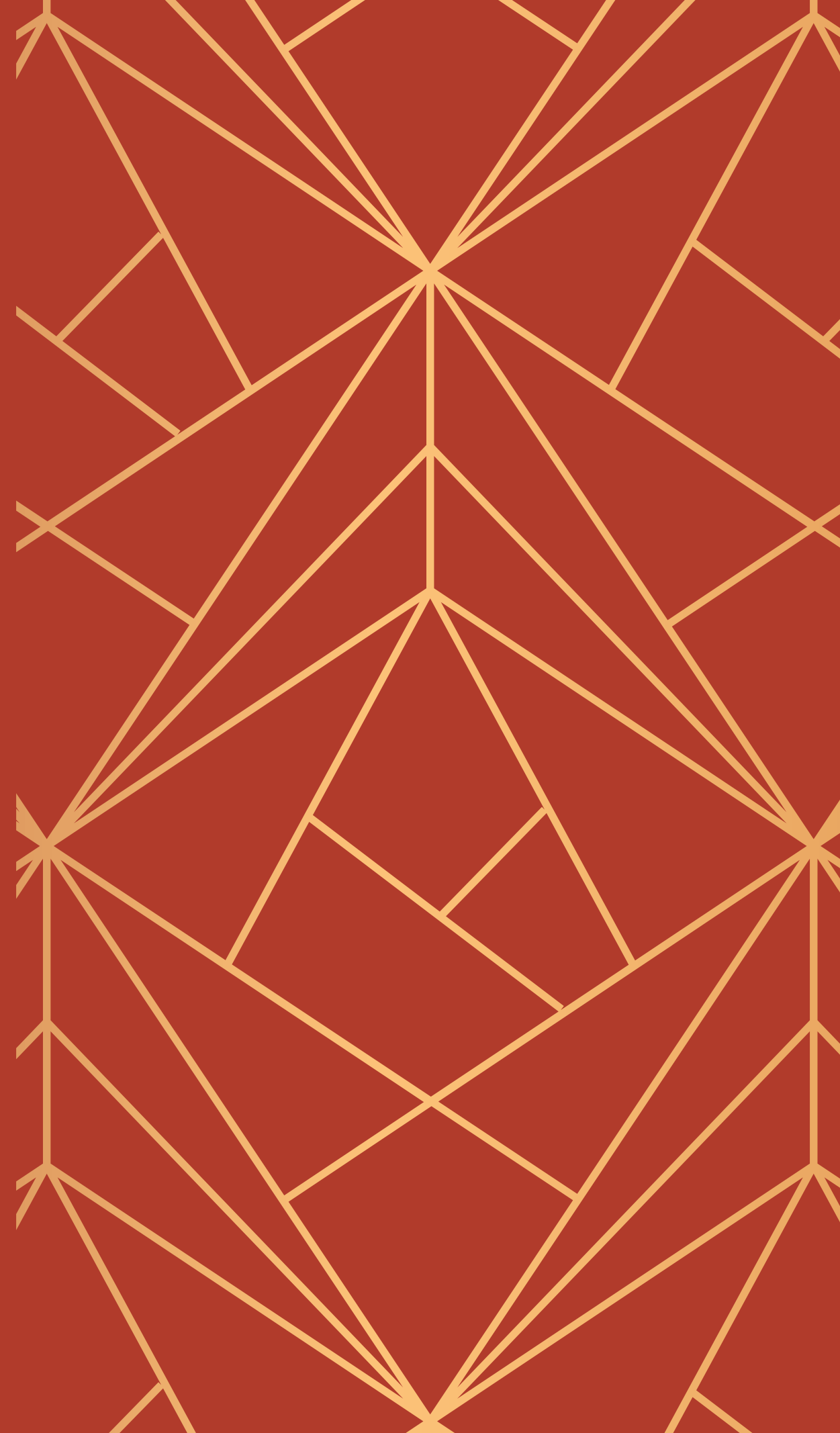
# PRINCIPAIS ATIVIDADES DE 2017

---

# AÇÕES COM EMPRESAS

---

*O Akatu considera que as empresas, por se relacionarem com uma grande variedade de públicos, são muito importantes para promover mudança de comportamento do consumidor rumo à adoção de estilos de vida mais sustentáveis. Nesse sentido, o Akatu trabalha em parceria com diversas empresas e desenvolve ações estratégicas para implementar a sustentabilidade e o consumo consciente em diversos processos e etapas de gestão e produção. Nas páginas seguintes, conheça algumas dessas ações.*





## GPA E AKATU SE UNEM EM CAMPANHA SOBRE O CONSUMO CONSCIENTE DE OVOS

---

**E**m março de 2017, o varejista GPA assumiu um compromisso público pelo bem-estar animal na produção dos ovos. A companhia se compromete a oferecer, até 2025, 100% dos ovos de marcas próprias produzidos por galinhas livres de gaiolas. Para auxiliar o varejista GPA na missão de comunicar ao seu público as informações e as principais características deste produto, o Instituto Akatu elaborou conteúdos que esclarecem as diferenças

entre tipos de produção de ovos e desmistificam o assunto.

A campanha #ovocurioso foi direcionada às mídias sociais Facebook, Twitter e Instagram e teve como objetivo esclarecer as principais dúvidas sobre a produção, a escolha, o armazenamento e a preparação dos ovos de galinha, propiciando aos consumidores subsídios para uma escolha mais consciente na hora da compra. O material foi compartilhado pelo Akatu

nas redes sociais, ao longo do mês de setembro, e os internautas puderam dividir suas experiências e sugestões por meio da hashtag “ovocurioso”.

No site do Instituto, foram publicadas 17 curiosidades, com dicas de escolha e de preparo do ovo e formas de guardá-lo corretamente. Foram abordadas questões relacionadas ao bem-estar animal, à higiene e à nutrição.



#OVOCURIOSO



*“Para viabilizar uma transição para um mercado em que todas as galinhas sejam criadas fora de gaiolas, é essencial que o*

*consumidor esteja informado sobre os diferentes tipos de produção de ovos e passe a valorizar o produto que promova o bem-estar animal.*

*É importante que o consumidor entenda e perceba essa diferença, para que haja uma demanda que possibilite a transição.”*

— Laura Marie Louise Pires, diretora de sustentabilidade do GPA



“Há muitos mitos em torno do ovo que impactam nas escolhas dos consumidores. De posse de informações corretas, é possível fazer escolhas mais conscientes em direção ao melhor consumo.”

— Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu






## PARCERIA COM A YPÊ PROMOVE O CONSUMO CONSCIENTE E A SUSTENTABILIDADE

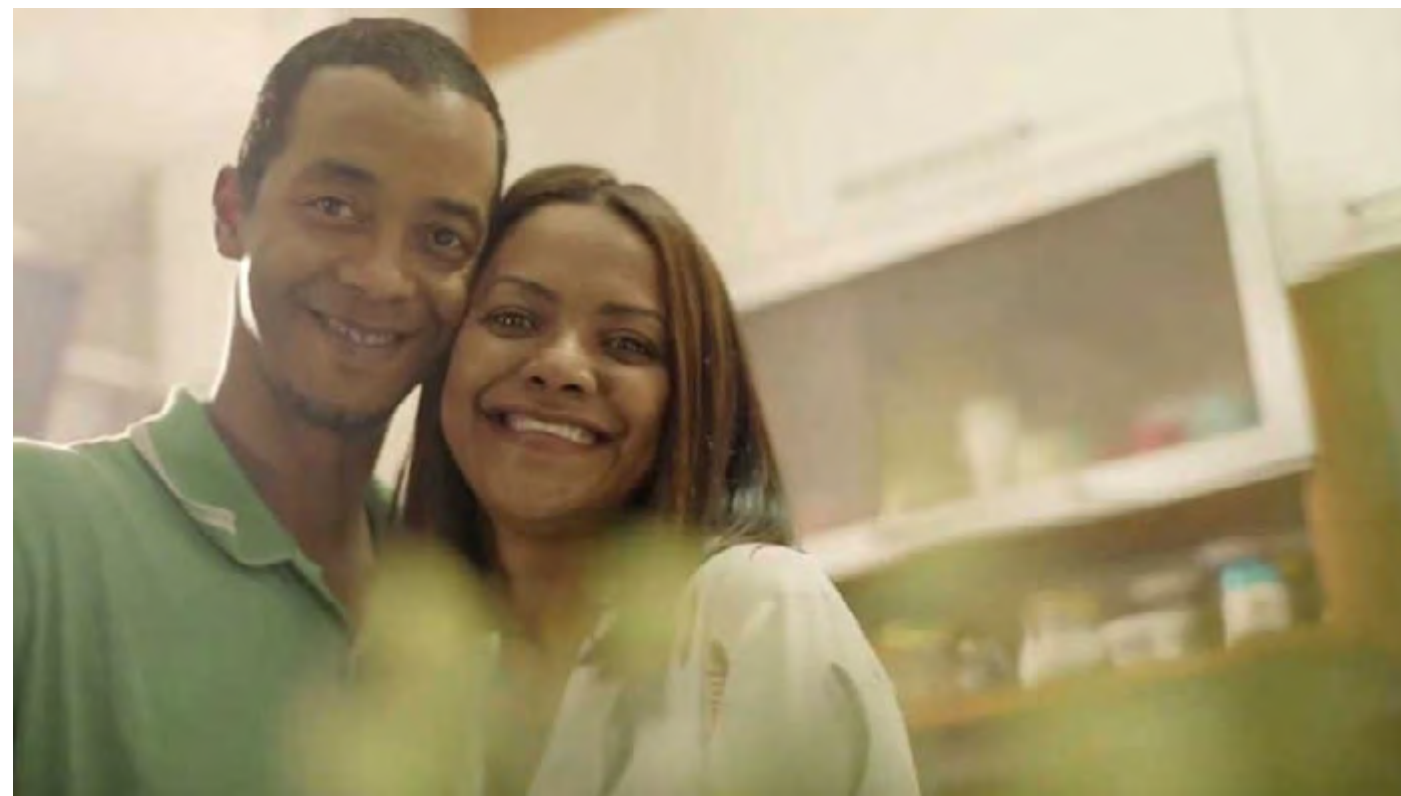
Para o Instituto Akatu, um dos destaques de 2017 foi a parceria firmada com a Ypê, uma marca brasileira de produtos de higiene e limpeza pertencente à


Química Amparo. A sinergia entre as instituições resultou em ações em diversas áreas e para variados públicos, incluindo gestores, colaboradores e consumidores.

*Como resultado da parceria, foram produzidos dois vídeos exibidos no programa Caldeirão do Huck, da TV Globo, e também disponibilizados no canal de YouTube da Ypê.*

---

*Um dos vídeos traz os depoimentos de uma família que evita desperdícios e valoriza o cuidado que a empresa tem com a sustentabilidade*  
*[link do YouTube]* 



*E o segundo conta a história de um casal que traz diversas dicas práticas ligadas ao consumo consciente*  
*[link do YouTube]* 



*Clique nas imagens para assistir*



## AKATU PROMOVE OFICINA DE CONSUMO CONSCIENTE NA PORTO SEGURO

---

Em 1º de junho, o Instituto Akatu realizou uma oficina sobre consumo consciente e sustentabilidade para colaboradores da Porto Seguro. O objetivo foi provocar a reflexão sobre o fato de que nossos atos de consumo provocam impactos positivos e negativos, mesmo as ações mais cotidianas e menores.

O objetivo da empresa, após sensibilizar os funcionários, é formar grupos de multiplicadores para disseminar conceitos e dicas entre seus colegas, familiares e amigos.

Além desta, foram realizadas outras duas formações: ecoeficiência e negócios de impacto social.

*Portanto, é importante repensar e modificar a forma de consumir.  
Essa consciência é fundamental para a sustentabilidade da vida no planeta.*



## PALESTRA NA KPMG

---

Em 26 de junho, o Akatu fez uma palestra chamada “Nossas escolhas fazem toda a diferença” para mais de 30 colaboradores de vários níveis hierárquicos da empresa KPMG. Dentro da temática consumo consciente e sustentabilidade, quatro foram os temas principais: água, energia, resíduos e mudanças climáticas.

O objetivo do evento era ressaltar o impacto das ações cotidianas, o papel transformador e multiplicador do indivíduo por meio do seu exemplo e a importância de participar de um movimento coletivo em direção à mudança que precisamos na construção de um lugar melhor para todos.

# AÇÕES DE EDUCAÇÃO

---

*O Instituto Akatu acredita que a Educação é ferramenta estratégica para conscientizar e mobilizar pessoas. Nesse sentido, desde a sua fundação, em 2001, realiza ações educativas para levar os conceitos e as práticas do consumo consciente para as pessoas.*

*Em especial, temos a certeza que investir na Educação de crianças é fundamental para a garantia de um futuro melhor. Por isso, o Akatu lançou em 2013 o Edukatu, primeira rede brasileira de aprendizagem sobre consumo consciente e sustentabilidade para alunos e professores do Ensino Fundamental.*



# EDUKATU

---

*Há quatro anos, o Edukatu leva  
o consumo consciente para a comunidade escolar*

O Edukatu, rede de aprendizagem criada pelo Akatu que visa incentivar a troca de conhecimentos e práticas sobre consumo consciente entre professores e alunos do Ensino Fundamental de escolas em todo o Brasil, comemorou quatro anos de existência em 11 de setembro. No espaço virtual há circuitos de aprendizagem cheios de desafios para os estudantes explorarem conteúdos exclusivos (vídeos, reportagens, planos de aula, atividades e jogos), além de uma comunidade virtual para trocar ideias com outras escolas.

## O EDUKATU TAMBÉM COMEMOROU OS SEUS RESULTADOS E IMPACTOS EM TODO O BRASIL

---

*+ de 300 mil pessoas já foram impactadas, entre alunos (cerca de 120 mil alunos alcançados), professores, familiares e demais integrantes da comunidade.*

*+ de 28 mil alunos inscritos na plataforma*

*+ de 7,5 mil professores inscritos na plataforma*

*+ de 3 mil escolas dentro do Edukatu, o equivalente a 4% das escolas com banda larga no Brasil*

*+ de 2,6 milhões de visualizações no site*

**[ACUMULADO 2013-2017]**



foto: Fernando Martins/Instituto Akatu

Em 2017, o Edukatu ampliou sua esfera de atuação, por meio de acordos de cooperação firmados com redes de ensino de todo o Brasil, em especial a rede SESI, com resultados concretos previstos para 2018.

---

# PRINCIPAIS RESULTADOS EM 2017

mais de 7.400

novos alunos  
inscritos na  
plataforma

2.190

novos professores  
se cadastraram  
na plataforma

650

novas escolas  
se cadastraram  
no Edukatu

mais de 29.000

pessoas  
sensibilizadas nas  
comunidades

**ASSUNTOS TRATADOS** — Cuidados com a água e gestão de resíduos

**OBJETIVO** — Sensibilizar pessoas para que transformem o ambiente em que vivem, seja na escola ou em casa, estimulando que desenvolvam estilos sustentáveis de vida

**APOIO** — Braskem e Sabesp

**APOIO INSTITUCIONAL** — Ministério do Meio Ambiente, Ministério da Educação e SESI





## EDUKATU É CERTIFICADO COMO TECNOLOGIA SOCIAL PELA FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

---

**E**m 2017, o Edukatu e outras 172 iniciativas foram consideradas aptas a receber a certificação de tecnologia social dada pela Fundação Banco do Brasil. Agora, elas fazem parte do Banco de Tecnologias Sociais (BTS), que tem 995 projetos. “Esse reconhecimento reforça o quanto a plataforma pode ser aplicada em diversas localidades do Brasil”, diz Denise Conselheiro, coordenadora de Educação do Instituto Akatu.

O BTS é uma base de dados *online* que reúne metodologias reconhecidas por promoverem a resolução de problemas comuns às diversas comunidades brasileiras. Nesse banco, todas as tecnologias sociais podem ser consultadas por diversos

parâmetros de pesquisa. O banco está disponível no endereço **[tecnologiasocial.fbb.org.br](http://tecnologiasocial.fbb.org.br)** ou também no aplicativo de celular “Banco de Tecnologias Sociais”, disponível para aparelhos com Android e iOS.

*“Nosso objetivo é melhorar a vida das pessoas por meio do reconhecimento da reaplicação de tecnologias sociais que já deram certo em diversas localidades. Aproximamos a sabedoria popular ao conhecimento técnico para proporcionar o desenvolvimento social em escala.”*

— presidente da Fundação Banco do Brasil, Asclepius Soares



## EDUKATU APOIA O DEBATE SOBRE A AUTOESTIMA NAS ESCOLAS

Consciente da importância do papel dos professores no combate à influência negativa dos padrões de beleza incentivados pela mídia profissional e pelas redes sociais, o Edukatu apoia o Projeto Dove pela Autoestima. A partir de novembro, passou a publicar em seu site materiais para divulgar o tema e facilitar o acesso de todos os interessados.

Esses kits foram elaborados com a ajuda de especialistas de psicologia, saúde e mídia para aplicação com crianças e

adolescentes em diferentes ambientes. Os materiais apoiam o educador que tem a intenção de iniciar uma conversa com os

alunos para poder ajudá-los a melhorar sua percepção corporal individual, incentivando o amor próprio e o respeito às diferenças.





## DESAFIO TURMA QUE RECICLA INCENTIVA CRIAÇÃO DE PROJETOS DE REDUÇÃO E DESTINAÇÃO CORRETA DE RESÍDUOS

*Público: + de 200 professores • 3.600 estudantes • 33 escolas envolvidas*

*9.100 pessoas em suas comunidades escolares*

*De 31 de janeiro de 2017 a 10 de novembro de 2017*

**E**m janeiro, o Edukatu lançou o desafio “Turma que Recicla”, em parceria com a Braskem, para mobilizar professores e estudantes do Ensino Fundamental a realizarem as atividades pedagógicas e desenvolverem projetos que trabalhassem o tema redução e destinação correta de resíduos.

Para dar apoio aos educadores e estudantes, o Edukatu disponibiliza o percurso “Turma

que Recicla”, que permite a reflexão sobre o tema dos resíduos por meio de um conjunto *gamificado* de atividades pedagógicas, como jogos, vídeos e infográficos, que podem ser realizadas *online* e *offline*. Esse material estimula que estudantes criem ações e projetos para reduzir a quantidade de resíduos gerados na escola e na comunidade e avancem na destinação adequada dos materiais recicláveis.



É FUNDAMENTAL E URGENTE REPENSAR, REDUZIR, REUTILIZAR  
E RECICLAR O QUE CONSUMIMOS, SEMPRE QUE POSSÍVEL.



---

Os resultados podem ser conferidos em <https://edukatu.org.br/cats/13/posts/4669>

*“Sabemos que muitas escolas já trabalham esse tema dentro e fora das salas de aula. Nossa ideia é dar mais apoio e fortalecer esses projetos por meio de materiais e orientações. Assim, essas ações ganham força para promover mudanças definitivas de comportamento. Também queremos abrir o caminho para professores que querem começar a trabalhar o tema. Com isso, esperamos mobilizar escolas em todo o país.”*

————— *Denise Conselheiro, coordenadora de Educação do Instituto Akatu*

*“O Edukatu permite que estudantes de todo o Brasil tenham acesso ao tema de desenvolvimento sustentável. Oferecendo conteúdos divertidos e relevantes para a realidade dessas crianças, somos capazes de formar uma geração mais informada e empoderada para tomar as melhores decisões de consumo.”*

————— *Luiz Gustavo Ortega, Gerente de Desenvolvimento Sustentável na Braskem*

---

## COLABORAÇÃO COM SECRETARIAS DE EDUCAÇÃO FORAM FUNDAMENTAIS PARA DIVULGAR DESAFIO TURMA QUE RECICLA

Para promover e divulgar o Desafio Turma que Recicla, o Edukatu contou em 2017 com a colaboração da:

- ▶ Secretaria Municipal de Educação de São Bernardo do Campo (SP)
  - ▶ Secretaria Municipal de Educação de Santo André (SP)
  - ▶ Secretaria Municipal de Educação de Suzano (SP)
-

---

## SÃO BERNARDO DO CAMPO (SP)

*Alcance: mais de 2.600 pessoas*

Em agosto, cerca de 400 educadores de São Bernardo do Campo (SP) participaram de oficinas de sensibilização sobre os temas consumo consciente e produção e descarte corretos de resíduos e foram orientados sobre a participação no Percurso Turma que Recicla. O objetivo é que esses profissionais repliquem os conceitos dentro de suas escolas.

*“Os materiais do Edukatu serão muito úteis para despertar reflexões e ações nas escolas. Acreditamos que toda a cidade pode ser beneficiada, uma vez que os alunos estimulam mudanças positivas também dentro de casa.”*

*— Suzana Dechechi, Secretária Municipal de Educação de São Bernardo do Campo*

## SANTO ANDRÉ (SP)

*Alcance: mais de 2.200 pessoas • mais de 30 escolas • 1.885 estudantes*

Entre junho e outubro de 2017, escolas do município de Santo André, em São Paulo, se inscreveram para receber oficinas sobre consumo consciente e resíduos realizadas pelo Edukatu. Elas visam sensibilizar as comunidades escolares sobre a questão

dos resíduos e a importância de sua redução e destinação adequada.

Durante o evento, os professores conheceram os recursos pedagógicos oferecidos pelo Edukatu e experimentaram as atividades do Percurso Turma que

Recicla. Como ação integrante da parceria entre o Edukatu e a Secretaria Municipal de Educação de Santo André, cerca de 60 assistentes pedagógicos e coordenadores educacionais do município também foram sensibilizados para o tema em 10 de maio.

*“Sensibilizar a população de Santo André é promover um incentivo à mudança. O exercício diário é de viver em harmonia com o meio ambiente, resultando numa vida mais sustentável. Acreditamos que este projeto possa promover o aluno a multiplicador de mudança de comportamento, na escola e em sua comunidade.”*

— Dinah Kojuck Zekcer, Secretária Municipal de Educação de Santo André

foto: Natália Freitas/Instituto Akatu



---

## SUZANO (SP)

Em maio, 60 professores da cidade de Suzano (SP) participaram de oficina sobre consumo consciente, redução e destinação correta de resíduos, realizada pelo Edukatu, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Suzano. Durante o evento, os professores conheceram o Edukatu e seus recursos pedagógicos e vivenciaram na prática algumas atividades do Percorso Turma que Recicla.

*“A Secretaria Municipal de Educação de Suzano tem como prioridade minimizar os impactos no meio ambiente. Sendo assim, promove ações continuadas de incentivo à conscientização ambiental, buscando parcerias como esta com o Instituto Akatu. Colocar em discussão a reciclagem, com esse projeto, favorece o desenvolvimento de ações que estimulem o protagonismo infantil em nossas escolas, e também a atuação e intervenções na comunidade escolar em prol dessa temática.”*

---

*Nazih Youssef Franciss, Secretário Municipal de Educação de Suzano*



## AKATU REALIZA OFICINAS DE CONSUMO CONSCIENTE EM AMERICANA

*1.400 profissionais da rede de ensino participaram das oficinas*

---

Em 1º de junho, o Instituto Akatu promoveu, em Americana (SP), oficinas sobre consumo consciente e dicas de gestão de resíduos nas escolas durante a 28ª Semana da Educação, realizada pela Secretaria de Educação do município. Mais de 1.400 profissionais que contribuem com a rede municipal de ensino, como professores, coordenadores e gestores participaram dessas oficinas.

Além disso, os presentes puderam conhecer os recursos pedagógicos oferecidos pelo Edukatu, com destaque para as atividades do percurso Turma que Recicla, que trabalha com um conjunto *gamificado* de desafios, com jogos, vídeos e infográficos, que podem ser realizados *online* e *offline* e permitem a reflexão sobre o tema dos resíduos.

The background features a close-up of several hands of different skin tones holding a globe. A network of thin, light-colored lines is overlaid on the image, creating a geometric pattern of triangles and polygons. The overall color palette is muted, with greys, blues, and earthy tones.

## OUTRAS AÇÕES DE EDUCAÇÃO

---

## CONTRIBUIÇÕES À BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR (BNCC)

---

**E**m 2017, o Akatu participou da fase final de elaboração da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que é um documento previsto desde a Constituição de 1988, com o objetivo de organizar e determinar o conteúdo mínimo que deve ser ensinado em todas as escolas públicas e privadas do país. O Akatu fez um estudo técnico da 3ª versão da Base, elaborou e enviou sugestões durante o processo de consulta pública e participou da audiência pública de São Paulo, realizada em 25 de agosto, para apresentar sugestões. Quase todas as sugestões foram incluídas na versão final da base, que foi homologada em dezembro.

Esta foi uma conquista muito importante para a instituição, que vem trabalhando com o tema consumo consciente nas escolas desde 2008, e, com maior alcance, desde 2013, quando foi criado o Edukatu. “Ter o consumo consciente e as diferentes questões relacionadas à sustentabilidade em destaque na BNCC é essencial para que essa preocupação esteja de fato presente no dia a dia das escolas de todo o país, facilitando a superação de eventuais desafios relacionados à abordagem interdisciplinar que o tema exige”, comenta Denise Conselheiro, coordenadora de Educação do Instituto Akatu.

Com a proposta feita pela instituição, objetivo é dar mais destaque para a educação para o consumo consciente e a sustentabilidade dentro das diretrizes propostas para o Ensino Fundamental. Conheça as principais contribuições do Akatu à BNCC:

- ▶ Inclusão da palavra “consumo consciente” em suas competências gerais, que são uma espécie de fio condutor de todo o documento.
- ▶ Inserção do tema “consumo consciente” no 1º ano do Ensino Fundamental. Na área de Ciências, foi sugerido o acréscimo de texto: “comparar características de diferentes materiais presentes em objetos de uso cotidiano, discutindo sua origem, seu descarte, e como usá-los de forma mais consciente”.
- ▶ Para o 2º ano do Ensino Fundamental, a proposta de inserção aconteceu em Geografia, sobre mobilidade: “comparar diferentes meios de transporte e de comunicação, indicando o seu papel na conexão entre lugares, e discutir o seu uso mais consciente de modo a reduzir os riscos para a vida e para o meio”.
- ▶ No 6º ano do Ensino Fundamental II, em Matemática, o Akatu propôs o texto: “Interpretar e resolver situações que envolvam dados de pesquisas sobre contextos ambientais, sustentabilidade, consumo consciente, trânsito, entre outros, apresentadas pela mídia em tabelas e em diferentes tipos de gráficos e redigir textos escritos com o objetivo de sintetizar conclusões”.
- ▶ Para os 7º, 8º e 9º anos do Ensino Fundamental II, em Ciências, a sugestão foi a abordagem do consumo consciente e da produção sustentável como ações de combate às mudanças climáticas e ao aquecimento global.

## ESTÁDIO DE FUTEBOL É PALCO PARA OFICINA SOBRE CONSUMO CONSCIENTE

*Parceria: Ministério do Meio Ambiente (MMA) e Confederação Brasileira de Futebol (CBF)*

O Instituto Akatu esteve em Belém (PA), no dia 16 de maio, para promover uma oficina sobre consumo consciente e sustentabilidade para cerca de 50 crianças e adolescentes atendidos pelo Pro Paz, programa do governo do Pará. Os participantes construíram um mapa identificando todos os locais do estádio Mangueirão onde havia consumo e desperdício de água e receberam dicas para economizar esse recurso.

“A principal ideia era propor a reflexão em torno do consumo de água, em especial nos espaços públicos, como um estádio de futebol. Utilizar o futebol para atrair a atenção de adultos e crianças para os conceitos de sustentabilidade e consumo consciente é uma excelente ideia”, conta Denise Conselheiro, coordenadora de Educação do Instituto Akatu.

A atividade fez parte dos eventos de encerramento da Copa Verde, campeonato de futebol promovido pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) em parceria com o Ministério do Meio Ambiente (MMA).



## SEMINÁRIO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE EM SANTO ANDRÉ (SP)

---



foto: Divulgação

Sustentabilidade e as formas como municípios podem se desenvolver sem deixar de cuidar do meio ambiente foram os focos do seminário Cidades Sustentáveis, realizado em 22 de junho, na cidade de Santo André (SP). Ao longo do dia, foram realizadas palestras, sobre temas como rios urbanos, consumismo infantil e tratamento de resíduos sólidos. O Instituto Akatu levou o tema impactos do consumismo e a importância da sensibilização para o consumo consciente e trouxe dados sobre o aumento do consumo de água, energia elétrica e alimentos no mundo e no Brasil, além do crescimento da geração de resíduos.

O seminário fez parte da programação para lembrar o Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado no dia 5, e foi realizado pela Prefeitura de Santo André, por meio da secretaria de Meio Ambiente e do Semasa (Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André).



## DESAFIO REDUÇÃO DE CO<sub>2</sub>

*“Criamos este desafio para que nossos jovens se interessem ainda mais pelo tema e possam contribuir para diminuir a velocidade das mudanças climáticas causadas pelo aquecimento global. Quanto mais potencial de redução de CO<sub>2</sub> e mais mobilização da comunidade o projeto tiver, melhor.”*

*— Denise Conselheiro, coordenadora de Educação do Instituto Akatu*

**E**stimular e engajar jovens brasileiros, estudantes de ensino técnico, a criarem projetos que contribuam para que o Brasil atinja a meta de reduzir suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), colaborando com a desaceleração do aquecimento global. Este foi o objetivo do

Instituto Akatu e da Dow ao criarem o Desafio Redução CO<sub>2</sub>.

Neste desafio, puderam participar equipes formadas por professores e alunos das escolas técnicas dos cursos de Meio Ambiente e Química das

idades de Salvador (BA), Campinas e São Paulo (SP). Os projetos inscritos pelo professor deveriam se mostrar capazes de reduzir as emissões de GEE por meio de ações em diferentes temáticas, como água, energia, alimentos, resíduos e transportes e logística.



*“A Dow recentemente divulgou as Metas de Sustentabilidade para 2025 e um de nossos compromissos para a próxima década é a construção de redes e parcerias para potencializar as práticas sustentáveis em diferentes setores. Para que este objetivo ambiental seja atingido, é necessária a mobilização de todos. Isto nos permitirá dar visibilidade a boas ideias que proponham soluções a temas tão importantes quanto mudanças climáticas, conservação e disponibilização de água, bem-estar da população e circularidade da economia.”*

*— Júlio Natalense, líder de Sustentabilidade para a Dow na América Latina*



*Clique na  
imagem para  
assistir ao vídeo  
sobre o evento  
[link do YouTube]*





*O Brasil assumiu um compromisso de reduzir sua emissão de gases de efeito estufa em 37% até 2025, tendo 2005 como ano base.*

Foram premiados os três melhores projetos, em especial aqueles que usam o consumo consciente como ferramenta para reduzir as emissões. Mais de R\$ 30 mil em prêmios foram distribuídos para apoiar a execução dos projetos vencedores junto à comunidade escolar.

---



## OFICINAS SOBRE MUDANÇAS CLIMÁTICAS EM ESCOLAS TÉCNICAS DE SÃO PAULO

Parceria: Dow • Apoio: Green Domus Desenvolvimento Sustentável

Cerca de 350 alunos da ETEC Paulistano, 60 alunos do curso técnico de Química da Escola Senai Fundação Zerrenner e 120 alunos do curso de Meio Ambiente da Escola Técnica Estadual (Etec) Guaracy Silveira, todas na capital paulista, participaram de oficinas sobre consumo consciente e redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs) promovidas em junho pelo Instituto Akatu, em parceria com a consultoria Green Domus Desenvolvimento Sustentável e com o apoio da Dow Brasil.

Os alunos receberam informações sobre como seus hábitos de consumo podem impactar as mudanças climáticas e ainda

fizeram o cálculo do inventário de emissões de gases de efeito estufa de suas escolas, utilizando metodologia e ferramentas que simplificam o processo. Com os resultados,

os jovens puderam criar seus projetos para reduzir as emissões de gases de efeito estufa da escola e inscrevê-los no Desafio Redução CO<sub>2</sub>.





## VENCEDORES DO DESAFIO REDUÇÃO CO<sub>2</sub>

A competição Desafio Redução CO<sub>2</sub> teve os vencedores revelados em agosto. A escola Sesi – Piatã, de Salvador (BA), venceu com um projeto para aproveitar o metabolismo de microalgas, reduzindo a concentração de dióxido de carbono da atmosfera. Fizeram parte do grupo os alunos Marcos Felipe Pereira, Tarley Costa e João Vitor Oliveira, orientados pelo professor Fernando Moutinho. O vencedor foi escolhido com base em critérios como inovação, engajamento, relevância, potencial de replicação e redução de emissões.

ESCOLA	PROJETO	RESUMO SIMPLIFICADO
1º SESI PIATÃ Salvador (BA)	Redução do CO <sub>2</sub> atmosférico antrópico através de sua transformação em matéria-prima para produção de tensoativo a partir da fotossíntese de microalgas em fotobiorreatores	Projeto utiliza fermentação de microalgas para reduzir concentração de CO <sub>2</sub> na atmosfera e ainda produz insumos para a indústria de higiene pessoal e de materiais de limpeza
2º ETECAP Campinas (SP)	Sequestro de carbono em esponjas domésticas e desenvolvimento de material semibiodegradável	Técnica de reaproveitamento de esponjas domésticas permite conversão do resíduo doméstico em material que mitiga CO <sub>2</sub>
3º SENAI FUNDAÇÃO ZERRENNER São Paulo (SP)	Indicadores de solventes orgânicos mais comuns na adulteração da gasolina automotiva tipo C	Kit individual permite que consumidores identifiquem a qualidade da gasolina (cujas adulterações a tornam mais poluente, com maior emissão de gases de efeito estufa) diretamente nas bombas dos postos de combustível
4º ETEC TIQUATIRA São Paulo (SP)	Processo de fertilização do solo utilizando CO <sub>2</sub>	O projeto consiste na captação dos resíduos industriais gasosos através de uma máquina de sucção a vácuo, com os resíduos coletados e armazenados para a produção de fertilizantes, reduzindo os níveis de CO <sub>2</sub> na atmosfera





*“Nosso projeto tem potencial de aplicação na indústria, nos centros urbanos e nas zonas agrícolas, que são áreas de bastante emissão de CO<sub>2</sub> e englobam praticamente todas as camadas da sociedade.”*

---

*Marcos Felipe Pereira,  
estudante do grupo que ficou  
em primeiro lugar no Desafio*

*“Estou orgulhoso em ver os jovens pensando em soluções inteligentes, criativas e simples para combater o aquecimento global. Eles têm um poder enorme em suas mãos, pois podem multiplicar essa semente do consumo consciente e da sustentabilidade para todos que os cercam. Espero que esses jovens, assim como outros que tomem contato com essas soluções, sejam estimulados por este Desafio a continuar estudando e criando iniciativas que possam contribuir para o combate às mudanças climáticas.”*

---

*Helio Mattar,  
diretor-presidente  
do Instituto Akatu*

*“A Dow busca endereçar soluções aos desafios mais urgentes da sociedade, utilizando a sustentabilidade como um componente-chave dos negócios. Ao apoiar ações como essa, que incentivam nossos jovens a inovar, ao mesmo tempo em que buscam a sustentabilidade, a Dow reafirma seu compromisso de contribuir com a educação científica, o avanço do progresso humano, o desenvolvimento de comunidades mais sustentáveis e com um mundo melhor.”*

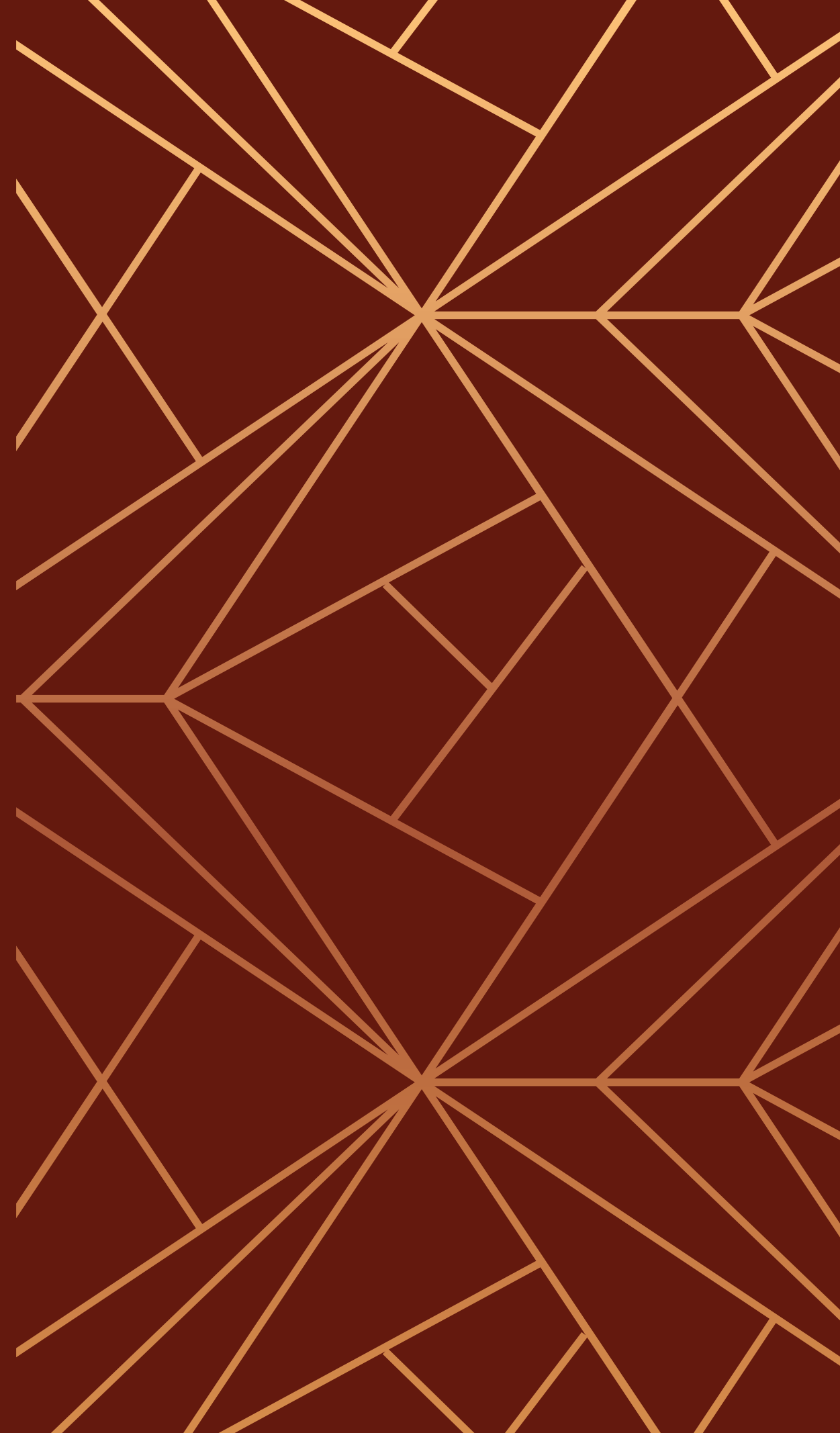
---

*Fábio Mendes,  
Especialista em Cidadania  
Corporativa da Dow*

# AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

---

*O Akatu acredita que ações de comunicação planejadas de forma estratégica e integrada contribuem para levar as ideias e as práticas de consumo consciente para o grande público em geral, que acessa as redes sociais e se informa por meio da imprensa. Essas ações, quando associadas às de Educação, têm um grande poder de mobilização e conscientização e com isso, o Akatu pode alcançar seus objetivos de promover a transformação de nossa sociedade. Todas as ações de comunicação são viabilizadas por meio do apoio institucional de empresas e pessoas físicas ligadas à causa do Akatu.*



ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES  
DO AKATU NO FACEBOOK

*em 2017*

---

+ DE 1 MILHÃO DE PESSOAS

---

## FRUTAS DA ESTAÇÃO

*Campanha de redes sociais, com publicação mensal de posts no Facebook, Twitter e Instagram  
Alcance orgânico no Facebook de 293 mil pessoas*



Cada fruta ou hortaliça tem um ciclo natural de crescimento e amadurecimento, já que cada planta tem “preferências” por determinados períodos por conta de suas condições climáticas. Por isso, o ideal é consumi-las na sua safra natural, quando elas estão mais nutritivas, saborosas e abundantes – consequentemente, mais baratas.

As “frutas da estação” geralmente são produzidas em locais próximos aos seus pontos de distribuição. Optar por consumi-las contribui para a redução do impacto ambiental uma vez que essa prática impulsiona a economia local, diminuindo as distâncias entre produtor e consumidor e o desperdício de produtos durante o seu transporte. Com o objetivo de valorizar esses alimentos, o Instituto Akatu divulgou em 2017, mensalmente, a lista de frutas, verduras ou legumes “da estação” na região Sudeste, por meio de vídeos e imagens e textos divulgados no seu site, boletins e redes sociais.









## CDN REFORMULA O SITE DO AKATU

---

O site do Instituto Akatu foi renovado em 2017, para uma versão mais moderna e organizada. A reformulação ficou por conta da CDN Comunicação, que fez um trabalho pro bono, com o cuidado de que o novo site refletisse as necessidades e objetivos do Akatu.

No endereço **www.akatu.org.br**, é possível encontrar as informações da instituição e também encontrar conteúdos sobre consumo consciente: vídeos, dicas, artigos e notícias. Na era *mobile*, o site foi elaborado de formar a exibir o conteúdo da melhor forma possível na tela do celular.



## DICAS AKATU

*Campanha de redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram*

*Público: 86 mil pessoas alcançadas*

O Instituto Akatu é conhecido por trabalhar informações e números relacionados ao consumo de forma impactante. Em 2017, com objetivo de aumentar a sensibilização da população,

foi preparado um novo modelo de apresentação das Dicas Akatu, mais visual, para ser divulgado quinzenalmente nas redes sociais. Só no Facebook, atingiu 86 mil pessoas neste ano.

*“As dicas Akatu são exemplos das pedagogias que desenvolvemos para sensibilizar e mobilizar os consumidores. Seu objetivo é mostrar, através de um cálculo, cuja imagem é surpreendente e interessante, que pequenas mudanças nos hábitos individuais ou coletivos podem ter um grande impacto e assim incentivar as pessoas a reavaliar suas atitudes.”*

*— Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu*



foto Namepic/iStock / ilustração Helena Salgado



Ter um  
novo modelo  
de celular vale

**190**  
HORAS DE  
TRABALHO?



foto: finalast/iStock / ilustração: Helena Salgado



Para comprar um smartphone de R\$ 1.500, considerando o rendimento médio mensal de um brasileiro, são necessários mais de 1 mês de trabalho ou 190 horas. Pense bem se não dá para ficar com o mesmo celular por mais tempo.

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)



foto: 2Good2BeReal/iStock / ilustração: Helena Salgado

**160**  
ANDARES  
de recursos  
naturais  
por pessoa?!  
**Consoma**  
apenas o  
necessário



Se o volume dos recursos naturais extraídos para suprir todo o consumo de um brasileiro ao longo de sua vida fosse colocado em tambores de 1,8 m de altura e eles fossem empilhados, alcançariam o topo do maior edifício do mundo, o Burj Khalifa, em Dubai.

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)

# PENSE BEM

antes de  
comprar um  
**jeans**  
**novos**



foto Namepic/Stock / ilustração Helena Salgado



Para produzir uma calça jeans são necessários 10.850 litros de água – o suficiente para o consumo residencial de uma pessoa por mais de 3 meses.

**dica Akatu**  
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)



**VOCÊ  
PRECISA  
mesmo**  
comprar  
**MAIS UMA  
camiseta?**



foto FedotovAnatoly/Stock / ilustração Helena Salgado



Nas etapas desde o plantio de algodão até chegar às lojas, a produção de uma camiseta gera 1,4 kg de gases causadores do efeito estufa. Isso é equivalente às emissões provocadas pela locomoção de uma pessoa indo de metrô para o trabalho ou escola por uma semana.

**dica Akatu**  
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)





**Crediário,**  
só se for  
realmente  
**NECESSÁRIO!**

foto akova/iStock / ícone NounProject / ilustração Helena Salgado

\*taxa média de juros dos crediários de 5,5% ao mês

Crediário de loja normalmente implica em juros altos\*. Por exemplo, se você comprar uma TV LED de R\$1.000 e parcelar em 24 vezes, ao fim deste período terá pago mais de R\$3.500! Atenção para não comprar um produto e pagar por três.

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)



**Evite os gastos com bobearas e faça uma BELA VIAGEM!**

foto Thaipichai/Stock / ícone Freepik / ilustração Helena Salgado

\*aplicados em uma poupança com rendimento anual de 6%

Comprinha boba? Na hora pode até parecer pouco mesmo, mas saiba que se conseguir controlar esses gastos e poupar R\$ 100 por mês\*, em 2 anos você acumulará mais de R\$ 2.500 – o suficiente para uma viagem bem bacana.

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)



Incremento  
o churrasco  
dos amigos  
e evite o  
consumo  
de mais de  
**1 MILHÃO**  
DE LITROS  
de água

\*4 pessoas

foto Shraith/Stock X icone Noun Project / ilustração Helena Salgado

A produção de carne consome muita água! Se um grupo de 30 amigos substituir metade das carnes por vegetais nos churrascos mensais, em 1 ano evitará o consumo de água suficiente para atender uma família\* por 8 anos e meio!

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)



Reduza o desperdício  
de alimentos pela  
metade e economize  
**R\$ 1 MILHÃO**

\*poupança com rendimento anual de 6%

foto Natikka/Stock/ icone Delwar Hossain / ilustração Helena Salgado

Se uma família média brasileira de 4 pessoas conseguisse reduzir o desperdício de alimentos pela metade e depositasse o valor equivalente (aprox. R\$ 90/mês) em uma poupança\*, ao final de 70 anos teria acumulado mais de R\$ 1 milhão.

**dica Akatu**   
saiba mais em [akatu.org.br](http://akatu.org.br)

## CONSUMO CONSCIENTE NO CARNAVAL

*Poster com dicas de  
ação divulgado no site  
e nas redes sociais*

No Carnaval, época em que a maioria das pessoas pensa apenas em diversão ou descanso, o Instituto Akatu aproveitou a oportunidade para mostrar às pessoas a importância da mudança dos hábitos. Um pôster digital com dicas de consumo consciente foi divulgado nos canais do Akatu para promover a reflexão e estimular a mudança de comportamento da população de forma descontraída.

**MAIS FOLIA!**

**E MENOS ★**

**DESPER**

**DÍCIO POR**

★ ★ **FAVOR**

### DESLIGUE OS APARELHOS ANTES DE VIAJAR

Tire os aparelhos elétricos e eletrônicos da tomada para economizar energia enquanto você se diverte.

### USE A ÁGUA COM CONSCIÊNCIA

Água alivia o calor, mas evite as brincadeiras que desperdiçam este recurso tão precioso.

### REAPROVEITE AS FANTASIAS

Para confeccionar uma fantasia, diversas matérias-primas são utilizadas em sua produção. Troque com os amigos ou reforme!

### GASTE MENOS COM COMBUSTÍVEL

Compartilhe a viagem de carro com outras pessoas, programe a saída de casa em horários de menor trânsito e faça uma vistoria no veículo para diminuir gastos com combustível.

### LIXO NO LIXO

Brinque muito, mas não jogue seus resíduos no chão. Guarde o seu lixo até encontrar um local apropriado para o descarte.

### RECICLE

Seja um folião consciente: separe e envie para coleta seletiva todas as embalagens de plástico, vidro, metal, além de todo papel que for gerado nas suas festas de Carnaval.





## CAMPANHA “QUERO COMPARTILHAR”

No Dia do Consumidor (15/3), o Instituto Akatu propôs em suas redes sociais a reflexão sobre o compartilhamento de produtos e serviços como forma de evitar o consumo em excesso. Por exemplo, para estar bem vestido, você não precisa necessariamente comprar roupas novas. Assim como não precisa ter um carro para se deslocar pela cidade. Para explicar como isso é possível, a instituição lançou a campanha “Quero Compartilhar”, que convida a população a priorizar o consumo de serviços que valorizem o compartilhamento de bens, em vez de sua aquisição. Na era da Economia Colaborativa, o verbo não é mais “possuir”, mas “usufruir” – entram em cena serviços como assinatura de roupas e aluguel

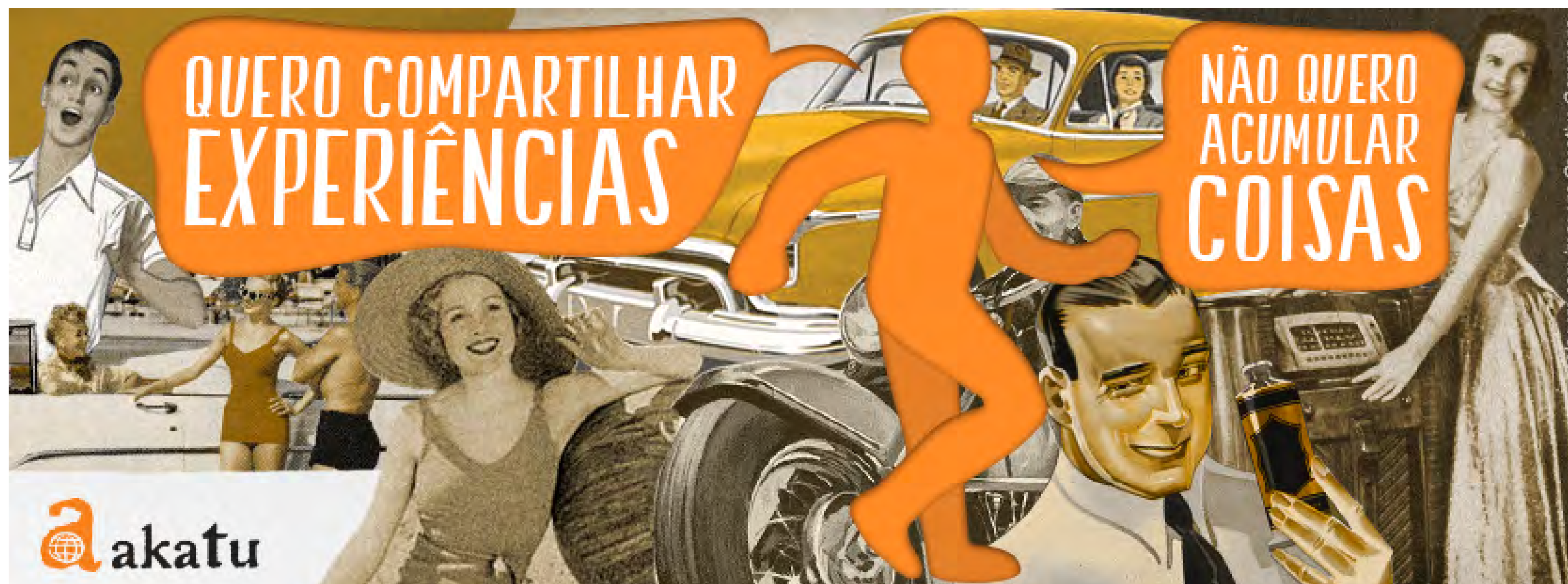
de carros elétricos, além de plataformas de compartilhamento de casas para se hospedar, veículos, entre outros.

Para dar uma ideia da variedade disponível, no site do Akatu, diversos exemplos de serviços foram apresentados.

*“Compartilhar é um verbo cada vez mais praticado ao redor do mundo. Para que haja o suficiente, para todos e para sempre, um dos caminhos é valorizar o compartilhado, mais que o individual. Desta forma, expandimos ao máximo a capacidade de uso de um produto, aproveitamos o que está ocioso e atendemos a necessidade de mais pessoas, evitamos a extração de recursos naturais para a produção de novos itens e os resíduos gerados pelo seu descarte.”*

*Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu*





---

*Você já parou para refletir sobre quanto tempo um carro fica parado, sem uso, ao longo da sua vida útil? Uma pessoa que trabalha em um local fixo e gasta cerca de duas horas para ir e voltar, ou seja, quatro horas para se deslocar, deixa seu carro parado, sem desempenhar sua função de transportar, mais de 80% do tempo durante a semana. O veículo fica estacionado no local de trabalho por, no mínimo, 8 horas, somando-se a isso o tempo que fica parado em casa, algo em torno de 10 a 12 horas por dia. É muito tempo de ociosidade, especialmente considerando a quantidade de recursos naturais utilizados para sua fabricação.*



## DIA MUNDIAL DA ÁGUA

*Campanha para redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram*

No Dia Mundial da Água (22/3), o Instituto Akatu, em suas redes sociais e site, convidou os consumidores a refletirem sobre os seus gastos de água de uma forma diferente da tradicional. A maioria das pessoas pensa na água usada

no dia a dia, como tomar banho, limpar, preparar a comida ou lavar roupas, cujo gasto total aparece na conta do final do mês. Mas também existe o consumo da “água invisível”, que é usada durante a produção daquilo que você consome.

Para isso, o Akatu divulgou peças nas redes sociais que mostravam a quantidade de litros da água necessária para a produção de um smartphone, de uma maçã, de um quilo de carne bovina e de uma calça jeans, com objetivo de chamar a atenção para esse “gasto invisível”.

---

“Ao ressaltar essas informações e promover a reflexão, o consumidor perceberá mais facilmente a importância da prática do consumo consciente,

evitando, assim, o desperdício e as compras por impulso”, afirma Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu. No entanto, também é preciso melhorar os

processos de produção para conseguir usar a água de forma mais eficiente. “Do ponto de vista empresarial, é certamente preocupante ser dependente desse recurso que é cada dia mais escasso. E essa preocupação não deve ser só das empresas. As políticas públicas devem contribuir para evitar desperdícios hídricos e garantir a preservação dos mananciais. E, além disso, cada pessoa e cada família podem fazer a sua parte buscando consumir apenas o necessário, evitando o desperdício desse recurso tão essencial”, ressalta Helio.

**22 DE MARÇO** **DIA MUNDIAL DA ÁGUA**

**A ÁGUA QUE VOCÊ NÃO VÊ**

a produção de **1 CALÇA JEANS** = consumo residencial de **água** de 1 pessoa por **3 meses**

fonte: *The Lifecycle of a Jean, Levi's Strauss & Co. 2015*

akatu

Veja a quantidade de água consumida na produção dos seguintes produtos:

- 1 SMARTPHONE = 12.760 LITROS
- 1 MAÇÃ = 125 LITROS
- 1 KG DE CARNE BOVINA = 15.400 LITROS
- 1 CAMISETA DE ALGODÃO = 3.900 LITROS





## DIA DO PLANETA TERRA

*Campanha para redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram*

No Dia do Planeta Terra (22/4), o Instituto Akatu divulgou conteúdos nos seus canais digitais para sensibilizar os consumidores para o impacto das ações humanas na água, nos oceanos, no solo e nas florestas. Além disso, trouxe dicas de como reduzir

esse impacto com a prática do consumo consciente, de forma a preservar o meio ambiente e o próprio bem-estar. Afinal, a qualidade da água que cada um beber, do ar que respira, do alimento que está na mesa dependem do cuidado que as pessoas têm com os recursos naturais.

Atualmente, o planeta Terra está no cheque especial, pois o planeta não consegue regenerar os seus recursos naturais na mesma velocidade do consumo. É preciso consumir de forma diferente, para que haja o suficiente, para todos e para sempre.



*Ação viabilizada pelo apoio institucional das empresas e pessoas físicas ligadas ao Instituto Akatu*

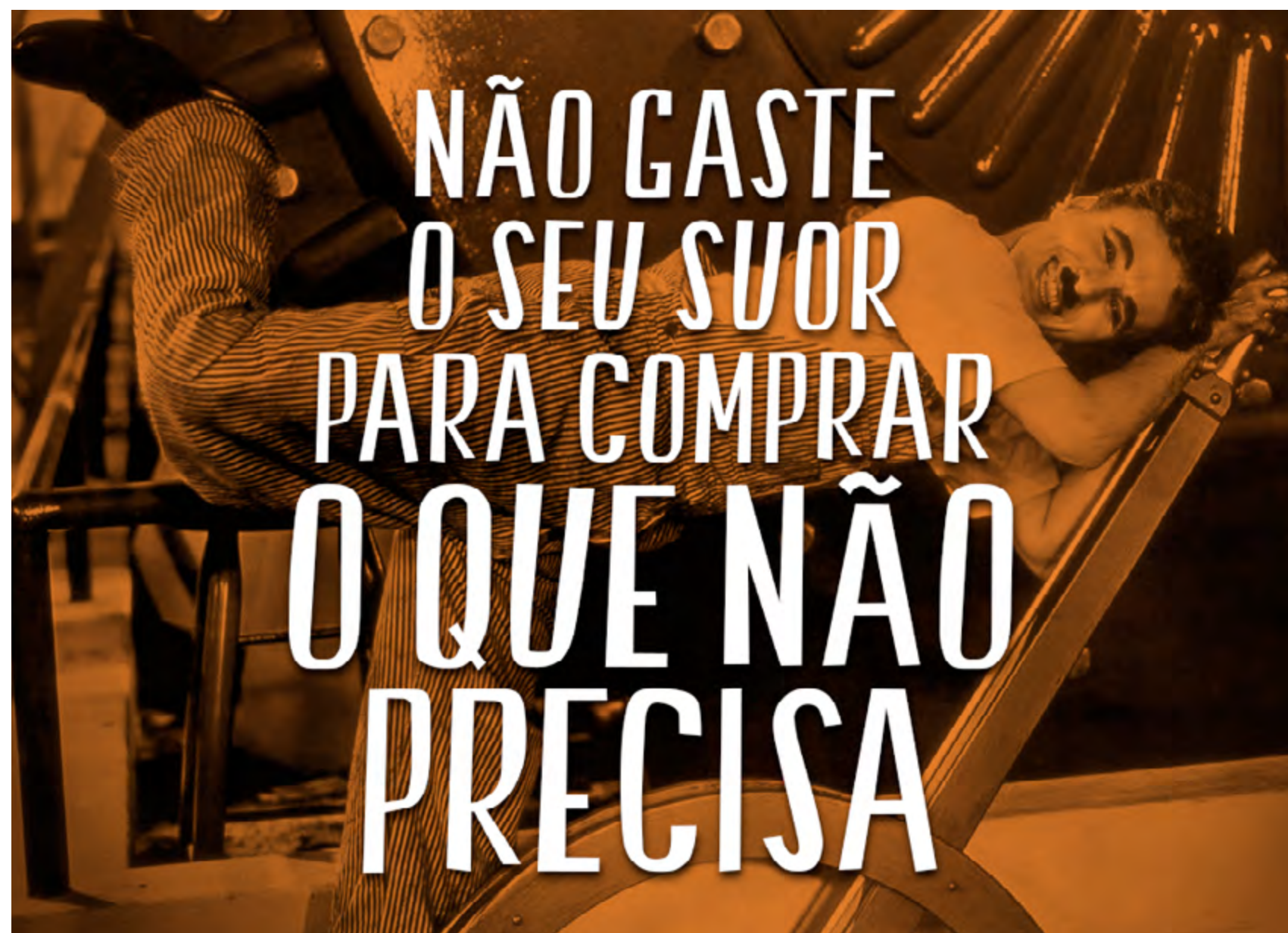
## DIA INTERNACIONAL DO TRABALHADOR

*Campanha para redes sociais,  
com divulgação para a imprensa  
Alcance de 108 mil pessoas*

---

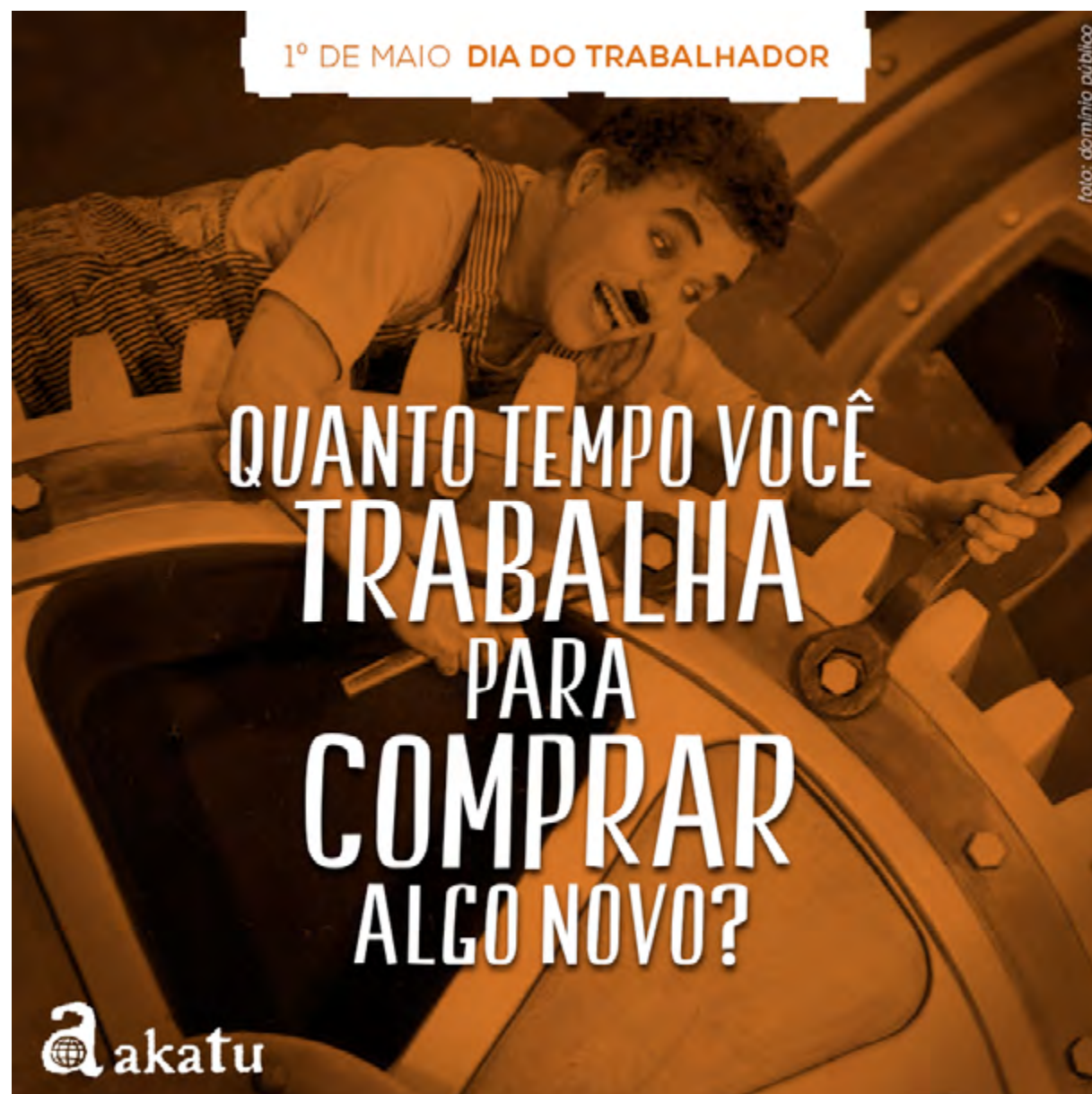
**D**ia 01 de maio é dia de homenagear o trabalhador. Para o Akatu, uma boa forma de fazer isso é oferecendo informações e provocando a reflexão em torno de situações que podem passar batidas na correria do dia a dia. Por exemplo, quem sabe quantas horas de trabalho são necessárias para comprar algum objeto?

Essa reflexão ajuda a perceber que uma compra por impulso de um produto, que muitas vezes vai para o lixo ou fica encostado, representa não só um gasto



inútil de dinheiro e de recursos naturais, mas também de um precioso tempo de vida. Por isso, no Dia Internacional do Trabalhador (1/5), o Instituto Akatu calculou o tempo de trabalho gasto pelo brasileiro

de renda média para comprar alguns itens. Esse conteúdo foi divulgado nos canais digitais da instituição e enviado à imprensa, o que resultou em diversas reportagens em veículos nacionais e regionais.



## QUANTAS HORAS UM BRASILEIRO DE RENDA MÉDIA PRECISA TRABALHAR PARA COMPRAR

TÊNIS DE R\$ 200 = 25 HORAS E 48 MINUTOS, OU SEJA, MAIS DE 3 DIAS

CREME HIDRATANTE OU XAMPU DE R\$ 20 = 2 HORAS E 15 MINUTOS

1 QUILO DE BANANAS DE R\$ 5 = 40 MINUTOS

SMARTPHONE DE R\$ 1.500 = 193 HORAS OU 25 DIAS E MEIO DE TRABALHO

Como o cálculo foi feito?

Dois números foram considerados como base para nossos cálculos de horas trabalhadas pelos brasileiros: segundo o escritório de St. Louis, do Federal Reserve (FED), o banco central americano, a média anual dos brasileiros foi de 1711 horas de trabalho por ano, em 2014. Para a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), essa média foi de 1763 horas por ano. Fazendo uma média entre essas duas estimativas, chegamos a 1737 horas trabalhadas ao ano, que corresponde a quase 20% do tempo da vida de uma pessoa em um ano. Considerando que um brasileiro trabalha 1737 horas por 11 meses (1 mês de férias), isso significa que trabalha 158 horas por mês. Considerando o rendimento médio mensal dos brasileiros de R\$ 1.226 (segundo o IBGE), o ganho por hora é de cerca de R\$ 7,75 – valor que foi considerado para fazer os cálculos acima. Vale considerar que a apresentação desses cálculos tem apenas objetivos didáticos, visando ilustrar o quanto de horas de trabalho uma pessoa dedica para comprar um determinado produto.



## DIA DA RECICLAGEM

*Campanha para redes sociais, divulgada no Facebook, Instagram e Twitter*

O “lixo” pode ser considerado um grande problema para a maioria das grandes cidades. Mas, muito do que é descartado diariamente pelas pessoas poderia ser reaproveitado por meio do processo de reciclagem. É verdade que reciclar não é suficiente para resolver o problema dos resíduos, mas é uma etapa essencial na busca pela solução. É um processo que contribui com a economia de água e energia, além de reduzir os custos de matérias-primas industriais e diminuir o volume de resíduos gerados pela exploração de recursos naturais, como na mineração.

Para sensibilizar a população para a importância de fazer a separação e a destinação correta dos resíduos, o Instituto Akatu produziu textos e peças de arte para divulgação nos seus canais digitais.



*Quase 160 mil toneladas de resíduos urbanos são geradas diariamente no Brasil.*

*Cada brasileiro gera aproximadamente 1,4 kg de resíduos por dia, dos quais 60% são orgânicos e 40% são materiais recicláveis ou rejeitos sem utilização possível.*

*Fonte: Pesquisa Nacional de Saneamento Básico de 2008, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)*





## DIA DO MEIO AMBIENTE

*Campanha para redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram*

*Alcance: 90,6 mil pessoas*

---

**P**ara o Akatu, uma forma de comemorar o Dia do Meio Ambiente (5/6) é mostrar ao consumidor que ele pode contribuir bastante para preservá-lo. E isso pode ser feito por meio de atitudes simples, considerando suas escolhas cotidianas. Mesmo pequenos atos de consumo, se forem repetidos por um longo período de tempo, têm um forte impacto. Consumir apenas o suficiente possibilitará que haja recursos naturais para todos e para sempre.

Para estimular a prática do consumo consciente, a instituição divulgou as **6 Perguntas do Consumo Consciente**, que ajudam o consumidor a refletir antes e depois de fazer uma compra.



## Perguntas do Consumo Consciente



**POR QUE?**  
COMPRAR?

**O QUE?**  
COMPRAR?

**COMO?**  
COMPRAR?

**DE QUEM?**  
COMPRAR?

**COMO?**  
USAR?

**COMO?**  
DESCARTAR?

## DIA MUNDIAL DA POPULAÇÃO

*Campanha para redes sociais  
com publicação de posts no  
Facebook, Twitter e Instagram*

Atualmente, o Planeta Terra tem mais de 7 bilhões de habitantes, que já consomem 60% de recursos naturais a mais do que a Terra consegue regenerar. E esse índice só piora com a população e consumo crescentes. As compras excessivas só pioram esses resultados. Por isso, esse estilo de vida é inviável, afinal, a humanidade consome mais recursos do que a Terra é capaz de regenerar.

Aproveitando o gancho do Dia Mundial da População (11/7), o Instituto Akatu lançou a campanha de redes sociais “Viva mais com menos”, para que as pessoas reflitam sobre seus próprios atos de consumo, buscando a suficiência e não o excesso.



## DIA DA SOBRECARGA DA TERRA

*Campanha para redes sociais com divulgação para a imprensa*

O que acontece quando uma pessoa gasta mais dinheiro que tem? Sim, ela fica devendo. Com o Planeta Terra, uma dívida similar tem acontecido já há alguns anos. Em 2 de agosto de 2017, a Terra entrou no “cheque especial”. Isso significa que a demanda da humanidade por recursos

da natureza ultrapassou a capacidade do planeta de se regenerar durante um ano. É o que se chama Dia da Sobrecarga da Terra (Overshoot Day – [www.overshootday.org](http://www.overshootday.org)). Para chamar atenção para essa questão, o Instituto Akatu divulgou uma lista de dicas práticas para que o consumidor consiga fazer

pequenas mudanças de hábitos positivos na sua própria casa.

O cálculo do Dia da Sobrecarga é feito pela Global Footprint Network (GFN), que calcula a chamada “pegada ecológica” para medir os impactos do consumo humano sobre os recursos naturais.



## DIA DA LIMPEZA URBANA

*Campanha para redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram e divulgação à imprensa*

---

Um ato simples como o de jogar algo no lixo também merece atenção e reflexão de cada consumidor. É o que propôs o Akatu no Dia da Limpeza Urbana (27/08). Diariamente, o gesto de “jogar fora o lixo” é repetido várias vezes. Em casa,

no trabalho, na rua, restos de alimentos, embalagens, equipamentos quebrados, entre outros resíduos, são desprezados. Mas, o fato é que, ao livrar-se desse lixo, ele não deixa de existir. Ele terá que ser recolhido, destinado, tratado e, se for possível, ao

menos parte dele, reciclado.

Para ressaltar o tamanho do impacto de um “simples descarte”, o Akatu fez o seguinte cálculo, que foi divulgado na imprensa e nas redes sociais:

*Imagine uma estrada que percorresse os mais de 7,4 mil quilômetros do litoral brasileiro. Se todo o lixo urbano descartado em um único dia no país fosse espalhado por uma pista nessa extensão, se teria um “tapete de resíduos” com altura de 3,5 centímetros. Em apenas um mês, haveria um muro de lixo com pouco mais de um metro de altura. E, ao acumular todos os resíduos por um ano, somando 79,9 milhões de toneladas, o acesso às nossas praias seria bloqueado por uma enorme muralha mal cheirosa da largura de uma pista (3,6 metros), com quase 13 metros de altura!*





*Como cada brasileiro produz mais de 1 quilo de lixo/resíduos por dia – segundo dado da Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe) – ao se considerar uma família de quatro pessoas, que mantenha essa produção diária ao longo da vida de todos os membros da família, somente essa família ocuparia quatro apartamentos de 50 m<sup>2</sup> lotados até o teto somente com os seus resíduos. Segundo essa mesma lógica, cinco famílias precisariam de um prédio de dez andares somente para “guardar” os seus resíduos.*

Por isso, mais do que saber separar e destinar corretamente os resíduos, é preciso se preocupar em reduzir o volume do que chamamos de “lixo”. Reciclar é importante, pois reaproveita

as matérias-primas, economizando energia e água no processo, mas não basta. É essencial lembrar da importância de reduzir o volume de resíduos descartados. Uma maneira de

expressar essa orientação é que “o melhor resíduo é aquele que não é gerado”. Assim, diminuir a quantidade de resíduos que produzimos é essencial e começa antes mesmo da hora da compra.

## DIA DAS CRIANÇAS

*Campanha para redes sociais com publicação de posts no Facebook, Twitter e Instagram*

Já parou para pensar que as crianças não precisam necessariamente de novos brinquedos o tempo todo? Eles precisam brincar e, para isso, não é preciso necessariamente um novo produto. No Dia das Crianças, 12/10, o Akatu divulgou textos e peças nas redes sociais para estimular que pais e cuidadores promovessem a troca de brinquedos, que permite estender a vida útil do objeto e, com isso, fazer um melhor uso dos recursos utilizados para produzi-lo. A ocasião é propícia para explicar às crianças a cuidar melhor do brinquedo, para que ele possa ser usado depois por outra pessoa.

Na ocasião da doação ou troca, os responsáveis podem estimular a criança a escrever uma mensagem a quem irá receber o brinquedo e, assim, criar um laço humanizado entre os menores, dando à doação uma dimensão pessoal.

Que tal organizar uma feira de trocas na sua comunidade, empresa ou instituição?

*Presença é mais importante do que presente.*



## DIA DO CONSUMO CONSCIENTE

*Campanha para redes sociais com publicação no Facebook, Twitter e Instagram e divulgação à imprensa*



No Dia do Consumo Consciente, comemorado em 15 de outubro, o Akatu provocou a reflexão em torno das compras por impulso. Afinal, boa parte dos consumidores são tentados a fazer compras diariamente e acabam caindo na cilada das propagandas e não refletem sobre os impactos negativos causados ao meio ambiente, à sociedade e ao próprio bolso pelas compras desnecessárias.

Uma pesquisa divulgada em maio pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC-Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) revelou que 37% dos consumidores admitem ter comprado algo que não precisavam nos últimos 30 dias. Muitos são os artifícios para seduzir esse público: vitrine de roupas, o lançamento do equipamento de última tecnologia, a gôndola colorida de guloseimas, as ofertas “imperdíveis” que chegam por e-mail ou pelas redes sociais, a propaganda de carro na TV.

Por isso, no Dia do Consumo Consciente (15/10), o Instituto Akatu preparou uma lista de cuidados que o consumidor pode tomar para evitar cair em “armadilhas” que nos levam a gastos desnecessários e aos sentimentos negativos decorrentes disso. Textos e ilustrações foram publicados nas redes sociais para sensibilizar o público e divulgados para a imprensa, que abordou o assunto em diversas mídias.





## BLACK FRIDAY

*Campanha para redes sociais com publicação no Facebook, Twitter e Instagram e divulgação à imprensa*

**V**ocê sabia que empresas e comerciantes conseguem induzir o consumidor a comprar com estímulos que, muitas vezes, não são registrados conscientemente?

Essas técnicas se baseiam em aprendizados da chamada Economia Comportamental, campo da ciência que se vale da psicologia para criar modelos econômicos que descrevem

de maneira mais realista as escolhas dos indivíduos. Para que o consumidor não fique tão vulnerável a essas técnicas, o Akatu divulgou algumas estratégias em suas redes sociais e site.



## VISIBILIDADE DO AKATU NA IMPRENSA

---

Com o objetivo de difundir o consumo consciente para um número cada vez maior de pessoas, ao longo dos seus 17 anos de atuação, o Akatu mantém uma postura transparente, clara, inovadora e relevante junto à imprensa.

Esse resultado vem da produção constante de conteúdos próprios, como pesquisas, dados, estatísticas, análises e campanhas.

Como fruto disso, já colaborou e colabora com os mais renomados veículos de comunicação do Brasil e do exterior.

*Valor estimado das reportagens e conteúdos editoriais  
com presença do Instituto Akatu em 2017*

---

R\$ 27 MILHÕES

## AKATU PARTICIPA DE DOIS EVENTOS SOBRE ECONOMIA CIRCULAR, DA FOLHA DE S. PAULO E DA GLOBONEWS

A Economia Circular é um tema relevante para toda a sociedade e recebeu especial atenção no meio empresarial nos últimos anos por representar uma mudança sistemática nas relações de produção e consumo globais. No entanto, é imprescindível discutir o papel dos consumidores nesta mudança, que por vezes fica sob a sombra de assuntos como inovação tecnológica e em modelos de negócio. Esta foi a contribuição de Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu em dois eventos abertos ao público em 2017, o 'Diálogos Transformadores', organizado pelo jornal Folha de S. Paulo, e o Festival Prisma, promovido pela GloboNews em 2 de setembro.



foto: Eduardo Anizelli



foto: Reprodução de tela/GloboNews

# AKATU É PARCEIRO ESTRATÉGICO DA FOLHA EM SEÇÃO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE

O Instituto Akatu é parceiro estratégico do jornal A Folha de S. Paulo na nova seção dedicada ao consumo consciente e suas variadas temáticas, lançada no dia 15 outubro, no Dia do Consumo Consciente. O objetivo é promover o conjunto de práticas que entendem o papel do consumidor na preservação da natureza e na melhoria das relações produtivas na sociedade.

Responsabilidade social das empresas, segurança dos alimentos, rotulagem de produtos, obsolescência programada, reciclagem, descarte correto de resíduos e economia de recursos naturais serão temas das reportagens e artigos da nova seção.

Conheça a seção em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/consumo-consciente/>

**FOLHA DE S.PAULO**  
★ ★ ★

---

*Audiência do site da  
Folha de S. Paulo*

---

*Páginas vistas*  
**224 MILHÕES\***

*Visitantes únicos*  
**32 MILHÕES\***

\*Google Analytics, em abril de 2018

Helio Mattar foi o primeiro entrevistado para a seção publicada no site Folha Online. Ele falou sobre o poder dos consumidores nas mudanças da produção e do consumo e dos impactos decorrente dessa transformação. “Ao decidir comprar os produtos de uma empresa, o consumidor está votando na aprovação das práticas sociais e ambientais dessa empresa, conscientemente ou inconscientemente. É fundamental que este seja um ‘voto consciente’”.

Mensalmente, Mattar irá escrever artigos sobre o tema.

Para acessar a entrevista completa o link é: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1926922-folha-estreia-nova-secao-on-line-consumo-consciente-em-mercado.shtml>

## AKATU PARTICIPA DO FESTIVAL ORIGEM, QUE BUSCA CONEXÃO DO CAMPO À GASTRONOMIA

*Evento organizado por marcas da Editora Globo contou com conteúdos desenvolvidos pelo Akatu nas suas publicações e teve palestra de Helio Mattar*

Promover a reflexão sobre como os alimentos chegam às casas dos consumidores foi o objetivo do “Festival Origem – Uma conexão do campo à gastronomia”, realizado em São Paulo, nos dias 1, 2 e 3 de dezembro. Chefs, produtores e consumidores se reuniram neste evento, organizado pelas marcas Época, Globo Rural e Casa e Jardim, da Editora Globo.

Helio Mattar, diretor-presidente do Akatu, fez uma palestra no evento sobre o consumo consciente de alimentos.

E deu um bom exemplo de como esse trabalho pode começar desde a infância: o Edukatu, rede de aprendizagem criada pelo Akatu sobre os conceitos e as práticas do consumo consciente e da sustentabilidade para alunos e professores do ensino fundamental de todo o Brasil. Mattar explicou que, por meio desse projeto, as crianças aprendem a comer alimentos nutritivos desde cedo, evitando sempre o desperdício.

*“Quando a gente joga comida no lixo, a gente joga, junto, o dinheiro da educação.”*

*— Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, no Festival Origem*



O Akatu também fez contribuições de conteúdos relacionados ao tema, que foram compartilhados nas publicações das marcas que organizaram o evento.

# AÇÕES INSTITUCIONAIS

---

*Além das atividades ligadas à Educação e à Comunicação, e dos projetos desenvolvidos em parcerias com empresas, o Akatu trabalha também na articulação com diversos atores da sociedade, como outras instituições nacionais e internacionais, redes e governos com o objetivo de aumentar a velocidade e a escala com que o consumo consciente e a sustentabilidade chegam à sociedade.*





## AKATU É A MELHOR ONG DE MEIO AMBIENTE EM GUIA DA REVISTA ÉPOCA E INSTITUTO DOAR

**E**m agosto, o Instituto Akatu foi escolhido como a melhor ONG da categoria Meio Ambiente pelo júri do guia “100 Melhores ONGs do Brasil em 2017”, organizado pelo Instituto Doar

e pela revista Época. A publicação, em sua primeira edição, tem como objetivo reconhecer boas práticas de gestão e transparência no terceiro setor e incentivar a cultura de doação no Brasil. Ao todo, 1.560

organizações se inscreveram. Dessas, 527 tiveram as inscrições validadas e 150 foram pré-selecionadas por um comitê executivo.

*“Este prêmio reconhece o nosso trabalho de 16 anos em levar os conceitos do consumo consciente para dentro das casas de consumidores, escolas e empresas. A premiação também reforça características tão importantes, como transparência, boas práticas de gestão e idoneidade, tão questionadas em nossa sociedade atual. Este reconhecimento nos dará mais forças para continuar nossa missão.”*

**\_\_\_\_\_** *Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu*

---



foto: Instituto Akatu

*Princípios gerais avaliados pela comissão julgadora:*

- ▶ causa e estratégia
- ▶ representação e responsabilidade
- ▶ gestão e planejamento
- ▶ estratégia de financiamento
- ▶ comunicação e prestação de contas

---

**1.560**  
*organizações inscritas*

---

*Clique aqui e veja a lista completa das "100 Melhores ONGs do Brasil em 2017"*





## AKATU PARTICIPA DA IMPLEMENTAÇÃO DOS PLANOS DECENAIS DA ONU MEIO AMBIENTE

---

Em linha com a meta 12.1 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a ONU desenvolve seis programas, dentro do plano decenal sobre Produção e Consumo Sustentáveis, sendo que o Instituto Akatu participa dos Comitês Consultivos Multistakeholder (em inglês: Multistakeholder Advisory Committee - MAC) de dois deles: Programa de educação para estilos de vida sustentáveis (10YFP-SLE) e o Programa de Informação ao Consumidor (10YFP-CI-SCP).

Houve uma reunião presencial de cada comitê em 2017, das quais o Instituto Akatu participou ativamente. A reunião do Programa de informação ao consumidor ocorreu em Bali, na

Indonésia e, além da validação do plano de trabalho do programa para o próximo ano, também se discutiu a estratégia de aplicação de uma das ferramentas elaboradas pelo 10YFP-CI-SCP no ano anterior – as Diretrizes para Fornecer Informações Sobre a Sustentabilidade de Produtos.

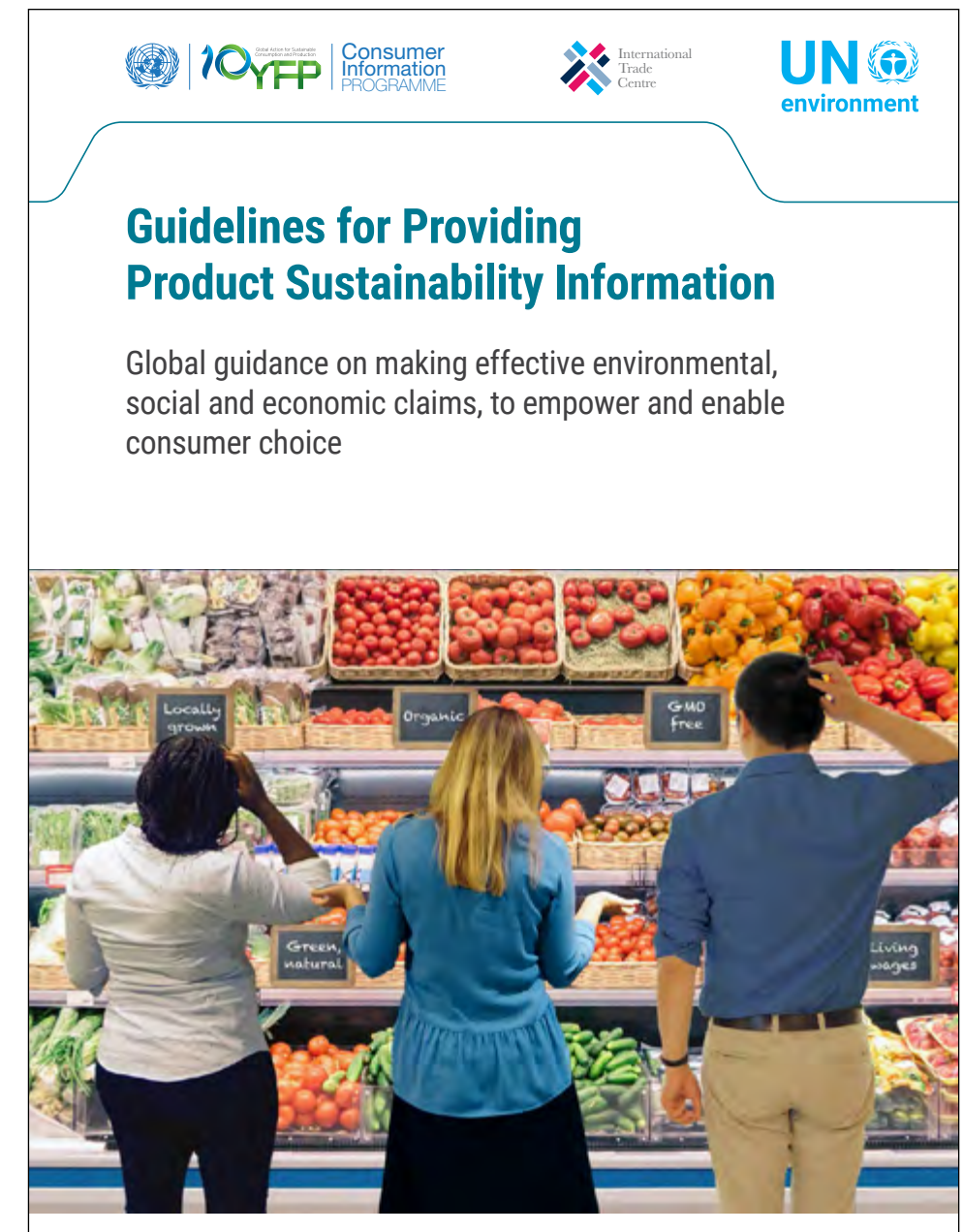
Já a reunião do Programa de educação para estilos de vida sustentáveis aconteceu na Suécia, em Estocolmo. O objetivo do encontro era elaborar um plano de ação com novas ideias, prioridades e áreas de foco para o ano de 2018. Neste encontro o Akatu se envolveu especialmente com os temas relacionados à educação e capacitação.

## AKATU E PACTO GLOBAL ORGANIZAM WORKSHOP SOBRE INFORMAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE NOS PRODUTOS

As “Diretrizes para fornecer informações sobre sustentabilidade de produtos”, uma das entregas do Programa decenal de informação ao consumidor (10-YFP CI-SCP), coordenado pela ONU e com a participação do Akatu, foram publicadas em novembro de 2016. O passo seguinte deste trabalho foi o engajamento de empresas que comunicam aos consumidores atributos de sustentabilidade de seus produtos para que testassem as diretrizes em casos reais, para avaliar a aplicabilidade

e efetividade do material produzido pelo 10 YFP CI-SCP.

O Instituto Akatu organizou em dezembro, em parceria com a coordenação do 10YFP CI-SCP e com a Rede Brasil do Pacto Global, um workshop voltado para empresas visando divulgar este material e convidar as empresas a participar do processo piloto de teste. O workshop contou com mais de 40 participantes e resultou na participação de empresas brasileiras no processo de teste das Diretrizes.



## AKATU PARTICIPA DE SEMINÁRIO SOBRE MUDANÇA DE COMPORTAMENTO PARA O CONSUMO CONSCIENTE

---

Em 8 de março, Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, falou sobre consumo consciente no seminário “Behavioural Insights – Changing Human Behaviour for Green Growth”, promovido pelo Green Growth Knowledge Platform (GGKP), UN Environment e ideas42, juntamente com outros especialistas que debateram sobre comportamentos do consumo sustentável e crescimento verde. Saugato Datta, diretor da ideas42, e Claire Wals, gerente da área de Meio Ambiente e Energia do Poverty Action Lab Abdul Latif Jameel (J-PAL) do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) também fizeram parte do seminário.



O GGKP é uma parceria global de organizações internacionais e especialistas que identificam e endereçam lacunas na teoria e na prática do crescimento verde. Foi fundada pelo Global Green Growth Institute (GGGI), pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), pelo Programa de Meio Ambiente da ONU (UN Environment) e pelo Banco Mundial.

Veja o relatório “Consuming Differently, Consuming Sustainably: Behavioural Insights for Policymaking” clicando **aqui**.

## AKATU CONTRIBUI PARA FORMULAÇÃO DE REGRAS PARA DOMÍNIO “.ECO”

---



Desde 25 de abril, empresas, organizações ou instituições dedicadas ao meio ambiente e à sustentabilidade podem requerer o domínio “.eco” para seu endereço na internet. No entanto, ele só poderá ser utilizado se atender às regras estabelecidas na proposta de domínio comunitário submetida ao ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) – Corporação da Internet para Atribuição de Nomes e Números, responsável pelo registro dos domínios na internet.

Essas regras e critérios, além da definição da estratégia e procedimentos para uma instituição solicitar o domínio, foram elaborados por uma coalizão de empresas e organizações, entre as quais o Instituto Akatu, representado por Helio Mattar, na função de Vice Chairman do Conselho Comunitário.

A iniciativa Dot Eco, liderada pela empresa canadense Big Room, reuniu mais de 40 instituições de vários países dedicadas ao meio ambiente e à sustentabilidade, com o objetivo de evitar que haja um leilão público desse domínio.

## PRÊMIO ECO: HELIO MATTAR FALA SOBRE REPRESENTATIVIDADE FEMININA EM EVENTO DA AMCHAM

*Diretor-presidente do Akatu contribuiu para a definição de atributos da 35ª edição da premiação*

Com o objetivo de debater a falta de representatividade feminina nos cargos de alta gestão, assim como as dificuldades que elas enfrentam dentro das organizações, Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, palestrou durante o 6º Encontro de Sustentabilidade, promovido pela Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (Amcham) em 21 de junho, durante o lançamento da 35ª Edição do Prêmio ECO.

Mattar enfatizou que uma empresa realmente sustentável busca preocupar-se com o próximo, seja natureza ou pessoa. Neste sentido, a empatia e a compaixão, que são características femininas, podem contribuir para tornar a empresa mais humana, tolerante e capaz de solucionar desafios.



foto: Divulgação

O prêmio, conhecido por eleger as melhores práticas de sustentabilidade empresarial do país, contou com contribuições do Instituto Akatu para a definição de atributos a serem trabalhados pela premiação.

## EDUKATU É APRESENTADO A EMPRESAS NORTE-AMERICANAS

---

Helio Mattar fez uma apresentação, em 5 de julho, sobre a importância da educação para a sustentabilidade e apresentou o Edukatu para um grupo de executivos de empresas norte-americanas estabelecidas no Brasil, além de representantes de organizações sociais e outros participantes. Esse bate-papo aconteceu durante evento promovido pelo o Grupo +Unidos, instituição parceira do Akatu.

## 6ª EDIÇÃO DA MOSTRA ECOFALANTE DE CINEMA AMBIENTAL

---

Conhecida por exibir produções audiovisuais de diversos países voltadas para temas socioambientais, a Mostra Ecofalante de Cinema Ambiental, em sua 6ª edição, foi realizada de 1 a 14 de julho, em São Paulo. A mostra contou com o apoio institucional do Akatu.

foto: Divulgação



## AKATU CONTRIBUIU PARA ESTUDO SOBRE JOVENS EM 7 CIDADES DO MUNDO

Com o apoio do Instituto Akatu, que é responsável por levantar informações referentes à cidade de São Paulo, foi lançado em setembro o relatório “Young Lives in Seven Cities” (Vidas Jovens em Sete Cidades), do projeto Cycles, que tem como objetivo saber como é o estilo de vida dos jovens urbanos e fornecer um esboço inicial para um estudo de três anos sobre crianças e jovens que vivem em sete cidades. O projeto Cycles quer identificar formas práticas de ajudar os jovens a explorar o seu potencial dentro dos limites de um planeta finito.

O estudo é coordenado pelo Centro para a Compreensão da Prosperidade Sustentável (CUSP) da Universidade de Surrey, no Reino Unido, e da Universidade de Canterbury, na Nova Zelândia, e envolve parceiros de pesquisa na Índia, em Bangladesh, na África do Sul, no Japão e no Brasil.

O projeto Cycles, nas suas próximas etapas, irá trabalhar uma pesquisa qualitativa que visa capturar por meio de fotos como é a vida dos jovens nas cidades em que habitam, será observado à rotina familiar,

escolar e profissional, além dos hábitos de transporte, lazer e alimentação. A partir dos pontos comuns e desafios encontrados em cada uma das cidades, será elaborada uma pesquisa quantitativa para saber o que os jovens valorizam sobre suas vidas urbanas, quais suas esperanças e medos e quais oportunidades que eles têm para resultados sustentáveis. As conclusões serão compartilhadas globalmente por meio de relatórios, imagens e filmes para informar as melhores práticas municipais, regionais e internacionais.

### Young Lives in Seven Cities—

A scoping study for the CYCLES project



## JANTAR DE FUNDRAISING COM FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

---

**E**m 12 de dezembro, lideranças de grandes empresas, instituições, apoiadores e parceiros participaram de um jantar de confraternização e de captação de recursos para os projetos do Akatu. O evento contou com a presença do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, que apresentou sua visão das perspectivas para o Brasil em 2018.

“Temos chance de melhora, sim. Vamos aproveitar as possibilidades, que se abrem e fecham, não são permanentes. Vamos abrir essa janela”, disse. “Mas é preciso ter a angústia do tempo e, com rapidez, reorganizar nossa visão de país, nossa economia e nossa integração com o mundo”, disse FHC.

Além disso, o ex-presidente afirmou que as estruturas partidárias estão corroídas, pois os grupos que elas defendem não são mais coesos. “Há uma crise da democracia representativa mundial, os partidos perderam a capacidade de unir e a população não confia em quem votou. As lideranças tradicionais perderam peso, há uma desmoralização do sistema”, disse.







TESTE DO CONSUMO CONSCIENTE

---

Criado em 2003 pelo Instituto Akatu, o **Teste do Consumo Consciente (TCC)** permite avaliar o grau de consciência do consumo de pessoas, além de orientá-las na tomada de consciência para a transformação de hábitos.

Ao fazer o Teste cada pessoa conhece em tempo real seu grau de consciência diante dos atos de consumo (sabendo se é um consumidor indiferente, iniciante, engajado ou consciente) e fica sabendo em que perfil de consumo se encontra, se comparado com o perfil dos demais brasileiros, delineado pela Pesquisa Akatu realizada periodicamente.

---

*Deste o lançamento da  
nova plataforma, em 2014,*

**38 MIL PESSOAS**

*se cadastraram no TCC*

## COMO FUNCIONA A PLATAFORMA DO TCC?

O usuário se cadastra em **[tcc.akatu.org.br](http://tcc.akatu.org.br)** e responde a perguntas simples sobre comportamentos e valores relacionados ao processo de consumo. Finalizada esta etapa, o usuário acessa um relatório comparativo em que consegue visualizar sua posição na escala do Akatu (se é um consumidor

indiferente, iniciante, engajado ou consciente), sua posição com relação aos demais brasileiros e em que categorias suas práticas de consumo já são mais conscientes. Neste momento o usuário ainda tem contato com dicas mobilizadoras que mostram impactos de consumo.

Na sequência, o usuário tem a oportunidade ainda de, ao responder à segunda etapa do Teste do Consumo Consciente, receber sugestões customizadas de caminhos a seguir para mudar de comportamento, baseada nas suas práticas de consumo.

## PARA EMPRESAS

Diversas empresas já utilizaram o TCC para avaliar o perfil de seus colaboradores ou outros públicos de interesse. De posse dos resultados, essas organizações podem criar, com o apoio do Akatu, ações estratégicas de mobilização e sensibilização.

*Essas são algumas das empresas que já aplicaram o TCC:*



# DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

Exercícios findos em 31 de dezembro (Em Reais)

	Notas	2017	2016		Notas	2017	2016
<b>Com restrição</b>							
Projetos	13	-	97.124	<b>Total das receitas operacionais</b>		<b>3.435.851</b>	<b>6.156.501</b>
Filiações	15	1.310.689	2.747.104	<b>Custos e despesas operacionais</b>			
Gratuidades	14	331.364	775.740	Salários, encargos e benefícios	19	(1.328.464)	(1.996.053)
Contribuição		38.328	-	Serviços de terceiros	20	(1.811.674)	(2.107.487)
Doação Parceria		230.333	-				
		<b>1.910.714</b>	<b>3.619.968</b>				
<b>Sem restrição</b>							
Doações Livres	16	250.783	299.214	Despesas gerais e administrativas	21	(427.215)	(863.301)
Patrocínios	17	638.857	194.682	Despesas tributárias	22	(89.568)	(246.755)
Prestação de serviços	18	579.241	1.947.473	Depreciação	7	(34.934)	(61.564)
Rendimentos financeiros		22.720	26.412	Despesas financeiras		(14.832)	(16.085)
Outras receitas		5.803	30.402	Outras despesas operacionais		(19.385)	(33.372)
Reversão da cofins		27.734	90.753	<b>Total de despesas operacionais</b>		<b>(3.726.071)</b>	<b>(5.324.619)</b>
Reversão de provisões	11	-	-				
Reversão de receita anos anteriores		-	(52.403)	<b>(Déficit) / Superávit do exercício</b>		<b>(290.220)</b>	<b>831.882</b>
		<b>1.525.138</b>	<b>2.536.533</b>				

# BALANÇOS PATRIMONIAIS

Exercícios findos em 31 de dezembro (Em Reais)

Ativo				Passivo e patrimônio líquido			
	Notas	2017	2016		Notas	2017	2016
<b>Circulante</b>				<b>Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	4	657.736	721.234	Fornecedores	8	12.847	76.101
Contas a receber	5	11.812	503.202	Obrigações trabalhistas	9	30.087	152.333
Outros créditos	6	2.919	17.874	Obrigações tributárias		4.714	13.743
Impostos a recuperar		1.356	1.044	Receitas a apropriar	10	1.090.080	1.215.275
<b>Total do ativo circulante</b>		<b>673.822</b>	<b>1.243.354</b>	<b>Total do passivo circulante</b>		<b>1.137.727</b>	<b>1.457.452</b>
<b>Não circulante</b>				<b>Patrimônio líquido</b>			
Imobilizado	7	202.128	242.544	Patrimônio social	12	(259.848)	30.372
Intangível	7	1.926	1.926			(259.848)	30.372
<b>Total do ativo não circulante</b>		<b>204.054</b>	<b>244.470</b>				
<b>Total do ativo</b>		<b>877.876</b>	<b>1.487.824</b>	<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>		<b>877.876</b>	<b>1.487.824</b>

As notas explicativas da Administração são parte integrantes das demonstrações financeiras

# QUEM FAZ O AKATU

## **DIRETORIA**

**Diretor-presidente**  
Helio Mattar

**Diretores adjuntos**  
Rafael Henrique Rodrigues  
Ruy Lindemberg

**Diretora executiva**  
Renata A Soares

## **ASSOCIADOS**

Anamaria Cristina Schindler  
Helio Mattar  
Oded Grajew  
Ricardo Cavalieri Guimarães  
Ricardo Young  
Sergio Ephim Mindlin

## **CONSELHO DELIBERATIVO**

**Presidente**  
Marcos Grasso

Daniela Nascimento Fainberg  
Eduardo Schubert  
João Paulo Capobianco  
Jorge Luiz Abrahão  
Luiz Alexandre Mucerino  
Luiz Ernesto Gemignani  
Marcos Bicudo  
Marcos Grasso  
Marise Barroso  
Renata Moura  
Ricardo Vacaro  
Ricardo Young  
Sergio Mindlin

## **CONSELHO FISCAL**

**Presidente**  
Thomas Lanz

Laecio da Silva Barreiros  
Vicente Palmieri Filho

## **CONSELHO CONSULTIVO**

**Presidente**  
Renata Sawchuk Moura

Ana Lucia Villela  
Andrea Alvares  
Gustavo Donda  
John Forgach  
José de Menezes Berenguer  
José Vicente Marino  
Lina Maria Useche Kempf  
Lúcia Maria Araujo  
Marcelo Lopes Cardoso  
Marco Flavio Simões Coelho  
Renata Moura  
Ricardo Abramovay  
Ricardo Ariani  
Ricardo Rodrigues de Carvalho  
Roger Friedrich Werner Koeppel  
Ruy Lindemberg  
Maria Luiza Pinto  
Stela Goldstein  
Thais Rodrigues Corral  
Ulisses Kameyama

## **CONSELHO ACADÊMICO**

**Presidente**  
Ricardo Abramovay

Eduardo Viola  
Emilio La Rovere  
Fatima Portilho  
Livia Barbosa  
Nisia Werneck  
Roberto Schaeffer

## **EQUIPE AKATU**

Chayanne B. F. Silva  
Cristiane Parmigiani  
Daniel Montalde Limas  
Daniela Moretto  
Denise Conselheiro  
Diego Schultz  
Fernando Martins  
Helena Salgado  
Helio Mattar  
Jair Oliveira  
Katia Arima  
Laura Sousa  
Loris Ohannes  
Luciana Vilas Boas  
Mariana O. Preto  
Michael A. Oliveira  
Natalia Freitas  
Raiza Inacio  
Renata A Soares  
Tania Cristina  
Virginia Antonioli

# EMPRESAS APOIADORAS 2017

## Fundações Apoiadoras



## Apoiadores pioneiros



## Apoiadores master

KPMG

## Apoiadores beneméritos

Basf

Cargill

Dow

Faber-Castell

Grupo Boticário

Grupo JD

Instituto C&A

Klabin

Porto Seguro

Tim

Votorantim

## Apoiadores estratégicos



## Apoiadores mantenedores



## Apoiadores institucionais



## Apoiadores ouro

adidas

Instituto Cyrela

Johnson & Johnson

McDonald's

RL Sistemas de Higiene

Tribanco



**Consumo consciente  
para um futuro sustentável.**