

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RAFAEL DE SOUSA MUNIZ

CONSUMO SUSTENTÁVEL:

a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA

São Luís

2016

RAFAEL DE SOUSA MUNIZ

CONSUMO SUSTENTÁVEL:

a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Protásio César dos Santos

Co-orientadora: Prof^a. Ma. Maria de Fátima Ribeiro dos Santos

São Luís

2016

Muniz, Rafael de Sousa.

Consumo sustentável: a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA / Rafael de Sousa Muniz. – São Luís, 2016.

69 f

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2016.

Orientador: Prof. Dr. Protásio César dos Santos.

1.Consumo. 2.Sustentabilidade. 3.Percepção. I.Título

CDU: 502.173:[378:658]

RAFAEL DE SOUSA MUNIZ

CONSUMO SUSTENTÁVEL:

a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 04 de Julho de 2016

BANCA EXAMINADORA

Prof. Protásio César dos Santos
Universidade Estadual do Maranhão
Orientador

Prof. Paulo de Tércio Castro Nogueira
Universidade Estadual do Maranhão

Prof. Inácio Ferreira Façanha Neto
Universidade Estadual do Maranhão

A Deus, minha família, amigos e todos que amo. Daria a vida para protegê-los.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ser responsável pela existência de todos os seres animados e inanimados que fazem parte deste universo. Sem sua grandeza, sabedoria e amor incomensuráveis, não haveria nada; e esta experiência, assim como todas as outras, não seriam possíveis de acontecer.

Agradeço ao meu pai José Pedro Abreu Muniz, minha mãe, Maria de Jesus Andrade de Sousa, minha irmã, Camila de Sousa Muniz e minha tia, Maria Faustina Andrade de Sousa, por serem a minha família, que esteve comigo até hoje em todos os momentos, e que me ensinaram a ter valores dos quais me orgulho, e que com certeza levarei comigo pelo resto de minha vida.

Agradeço à minha namorada Ana Paula Leite de Brito, por ser a pessoa mais incrível, carismática, divertida, inteligente, amável e companheira que um rapaz como eu poderia ter como cúmplice de todos os momentos.

Agradeço ainda, aos amigos: Allen Vidal, George Fernando, Isabelle Rabelo, Jennifer Alencar, Lucas Victor, Pollyana Muniz, Rodrigo Luz e Yuri Pereira, por terem se tornado amigos de todas as horas. Os guardo com muito carinho em meu coração.

Agradeço também aos queridos companheiros de trabalho: Edson, Jarllyson, Matheus, Nely e Richardson, por tornarem meus dias mais felizes e agradáveis, mesmo diante dos desafios encarados no cotidiano.

Agradeço também à UEMA e a todos os professores que fizeram parte da minha trajetória na instituição, em especial, ao meu Orientador, Protásio César, e minha Co-orientadora, Maria de Fátima, por serem pessoas de bem, e por terem me guiado nesta caminhada com tanta boa vontade e disposição. Uma menção especial ao Professor Paulo de Tércio, que mesmo não tendo participado deste trabalho, foi meu professor de Logística, e se mostrou disposto a ajudar caso eu precisasse. A todos aqui citados, minha eterna gratidão.

“Buscar apenas um remédio técnico para cada problema ambiental que aparece, é isolar coisas que, na realidade, estão interligadas e esconder os problemas verdadeiros e mais profundos do sistema mundial”.

Papa Francisco

RESUMO

O planeta Terra encontra-se numa situação em que as mudanças ocasionadas pelo homem ao longo do tempo se transformaram em deterioração do meio ambiente e conseqüentemente da qualidade de vida de grande parte da humanidade. Nota-se, no entanto, uma crescente sensibilização por parte da sociedade no que tange a meios de tentar reverter essa situação. O “Consumo Sustentável” pode ser considerado uma alternativa de mudança positiva no combate a essa degradação ambiental. Com base nisso, tornou-se pertinente a execução desta pesquisa, que tem como principal objetivo analisar a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA sobre consumo sustentável, incluindo seus hábitos e formas de pensamento oriundos do consumo consciente. Como objetivos específicos têm-se: descrever os fundamentos teóricos referentes ao consumo sustentável; verificar o grau de informação e conhecimento dos alunos sobre consumo sustentável; mostrar a aplicabilidade de métodos de consumo sustentável entre os discentes e identificar a opinião dos alunos a respeito de como o consumo sustentável pode afetar seu futuro como administradores. Os procedimentos metodológicos deram-se mediante a pesquisa bibliográfica, de campo e de levantamento, utilizando-se como instrumento de pesquisa, o questionário. Sendo assim, as informações foram coletadas diretamente com os discentes do Curso de Administração. Percebeu-se então, que os alunos possuem uma percepção coerente a respeito do que se entende por consumo sustentável, no entanto, mais da metade dos discentes admitiu não ter hábitos de consumo sustentáveis. Isso mostra que alguns fatores limitantes, como renda e disponibilidade de produtos que atendam a esse tipo de consumidor, influenciam diretamente em seu comportamento.

Palavras-chave: Consumo. Sustentabilidade. Percepção.

ABSTRACT

The planet Earth is in a situation where the changes caused by man over time, became the deterioration of the environment and consequently the quality of life of big part of the humanity. It is noted, however, a growing awareness on the part of society about ways of trying to reverse this situation. The "Sustainable Consumption" can be considered a positive alternative of change to combat this environmental degradation. Based on this, it has become pertinent to carry out this research, which aims to analyze the students' perception of UEMA Administration Course on Sustainable Consumption, including their habits and ways of thinking coming from conscious consumption. As specific objectives, we have: describe the theoretical foundations for the sustainable consumption; check the level of information and knowledge of students on sustainable consumption; show the applicability of methods of sustainable consumption among students and identify the students' opinions as to how sustainable consumption can affect your future as administrators. The methodological procedures have given up by bibliographical research, field and survey, using the questionnaire as a research tool. Thus, the information was collected directly from the Administration Course students. It was realized then that the students have a coherent perception about what is meant by sustainable consumption, however, more than half of the students admitted to not having sustainable consumption habits. This shows that some limiting factors such as income and availability of products that meet this type of consumer directly influence their behavior.

Keywords: Consumption. Sustainability. Perception

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Principais acidentes ambientais no século XX	19
Quadro 2 – Objetivos do desenvolvimento sustentável	21
Figura 1 – Motivação dos diferentes atores	33
Gráfico 1 – Sexo	45
Gráfico 2 – Idade	46
Gráfico 3 – Fonte de renda dos discentes.....	47
Gráfico 4 – Valor da remuneração dos alunos com fonte de renda.....	48
Gráfico 5 – Comportamento consumista	51
Tabela 1 – Comportamento consumista e hábitos sustentáveis de consumo.....	52
Gráfico 6 – Quantidade de alunos com hábitos de consumo sustentáveis.....	52
Gráfico 7 – Opinião dos alunos sobre a influência do tipo de consumo na fabricação de produtos	54
Gráfico 8 – Percepção dos alunos sobre a disponibilidade de produtos que atendam às exigências de consumidores adeptos ao consumo sustentável	55
Gráfico 9 – Consumo sustentável como fator de modificação da realidade do meio ambiente	56
Tabela 2 – Hábitos de consumo dos discentes do Curso de Administração da UEMA	57

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	15
2.1	Meio ambiente e os bens ambientais	15
2.2	Desenvolvimento sustentável: evolução histórica e conceitos	17
2.3	Princípios do direito ambiental e políticas para o desenvolvimento sustentável	22
3	CONSUMO X SUSTENTABILIDADE	27
3.1	Consumo e consumismo	27
3.2	Consumo consciente o marketing verde	30
3.3	Educação ambiental para o consumo consciente	34
3.4	Sustentabilidade social	36
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
4.1	Abordagem e tipo de pesquisa	39
4.2	Local, universo e amostra	41
4.3	Instrumentos e técnicas de coleta	42
4.4	Tratamento de dados	43
4.5	Limitações da pesquisa	43
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	44
5.1	Identificação	44
5.1.1	Gênero dos participantes	44
5.1.2	Idade dos participantes	45
5.1.3	Fonte de renda	46
5.1.4	Valor da renda dos alunos.....	47
5.2	Consumo sustentável	48
5.2.1	Percepção dos participantes sobre consumo sustentável.....	48
5.2.2	Comportamento consumista.....	50
5.2.3	Hábitos de consumo sustentáveis.....	51
5.2.4	Influência do consumo na fabricação de produtos	52
5.2.5	Consumo sustentável: disponibilidade de produtos	54
5.2.6	Influência do consumo sustentável ao meio ambiente	56
5.3	Comportamento e influência sustentável	57
5.3.1	Hábitos de consumo.....	57
5.3.2	Influencia do consumo sustentável na futura profissão de administrador	59

6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
	REFERÊNCIAS	64
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO.....	67

1 INTRODUÇÃO

À medida que a sociedade avança rumo ao seu crescimento, é normal que surjam questões envolvendo a harmonia e o equilíbrio entre os fatores presentes em tal progresso. Essas questões são elaboradas como forma de tentar resolver o dilema do desenvolvimento propriamente dito, em que o crescimento não deve progredir de maneira única, sem que aspectos sociais e ambientais sejam levados em consideração.

O atual cenário em que o planeta se encontra é considerado de emergência no que diz respeito ao meio socioambiental: catástrofes ambientais, utilização de modo imprudente e sem reposição dos recursos naturais, poluição, aquecimento global e o caos na sociedade. Tudo isso retrata o resultado do progresso que a humanidade conduziu até agora, no qual a globalização fomentou o capitalismo exacerbado, gerando um crescimento inconsequente de tudo que envolve ganhos monetários e materiais.

As atividades que envolvem toda a circulação de bens e serviços em nosso planeta são criadas, aperfeiçoadas, gerenciadas e executadas por empresas. Essas empresas são dirigidas por pessoas que possuam a capacidade de desempenhar tal papel: os administradores.

Teoricamente, a Administração é a ciência social responsável por formar os profissionais que estarão à frente das empresas, podendo assim, conduzi-las de forma a analisar os impactos de suas respectivas atividades e elaborar estratégias para controlar tais ações.

Devido os impactos negativos causados pelo atual modelo econômico em nosso meio ambiente, estudos têm sido realizados com o objetivo de desenvolver técnicas e procedimentos capazes de amenizar, e posteriormente, reverter os níveis de degradação ambiental.

Autoridades como o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), e instrumentos de planejamento como a Agenda 21, são fundamentais no que diz respeito à forma de lidar com catástrofes e conflitos ambientais, gestão de ecossistemas, a governança ambiental, as substâncias nocivas, a eficiência dos recursos e as mudanças climáticas, tudo isso em prol da construção de uma sociedade mais sustentável.

Portanto, considerando a relevância do tema, levanta-se os seguintes questionamentos: Qual a percepção dos alunos do curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão a respeito de consumo sustentável? O que eles entendem por consumo sustentável? Como são suas práticas e sua extensão? De que forma eles enxergam o consumo sustentável como fator de modificação da realidade no quesito meio ambiente? De que modo sua apropriação pode ser feita na esfera administrativa para efetuar tal modificação?

Ao lado desses questionamentos, tem-se como objetivo geral analisar a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA sobre consumo sustentável, incluindo seus hábitos e formas de pensamento oriundo. Como objetivos específicos: descrever os fundamentos teóricos referentes ao consumo sustentável, verificar o grau de informação e conhecimento dos alunos sobre consumo sustentável, mostrar a aplicabilidade de métodos de consumo sustentável entre os discentes e identificar a opinião dos alunos a respeito de como o consumo sustentável pode afetar seu futuro como administradores.

Para alcançar os objetivos propostos e responder aos questionamentos de investigação, adotaram-se como procedimentos metodológicos: abordagem quantitativa e qualitativa. Sendo esta última em menor grau. Constou também do apoio da pesquisa exploratória, descritiva, bibliográfica e estudo de caso. O instrumento de coleta foi o questionário.

A escolha do tema justifica-se pelo interesse em identificar a percepção que os alunos têm sobre consumo sustentável, assim como sua prática. Este trabalho também busca contribuir com informações recolhidas sobre o nível de consciência a respeito de sustentabilidade que os alunos possuem, visto que, diante da situação atual em que quase 7 milhões de pessoas morrem por ano devido exposição à poluição, e cerca de 1000 crianças morrem por dia devido as doenças transmitidas por água contaminada e imprópria para consumo, segundo informações divulgadas pelo PNUMA. Dessa forma, percebe-se a urgência de providências que precisam ser tomadas para que seja possível reverter esta situação, ou ao menos amenizá-la (NITAHARA, 2016).

Todavia, apesar de saber que muitas pessoas têm consciência desta situação, o descaso é grande, e o pensamento de que “se apenas eu fizer algo a respeito, nada irá mudar” prevalece diante da oportunidade de se mover e contribuir na mudança necessária a saúde do planeta. Diante desta situação, tornou-se

oportuno realizar uma pesquisa acerca de alguma variável que contribua com o desenvolvimento sustentável, e que pareça mais palpável de pôr em prática. Foi então que a ideia de analisar a percepção dos alunos do Curso de Administração acerca de consumo sustentável surgiu, trazendo consigo a oportunidade de averiguar através de um questionário de perguntas quanti-qualitativas os hábitos e as formas de pensar a respeito desta temática.

Sendo assim, o trabalho foi dividido em seis capítulos; o primeiro, a introdução, nas quais estas informações estão sendo apresentadas de forma a expor uma breve contextualização sobre o tema proposto, questões de pesquisa, objetivos geral e específicos, breve indicação dos procedimentos metodológicos, justificativa e plano do trabalho.

A revisão de literatura foi retratada nos capítulos dois e três. O capítulo dois foi o primeiro a compor este quesito, e nele são apresentados alguns conceitos que envolvem meio ambiente e desenvolvimento sustentável. Alguns pontos como bens ambientais, os problemas que envolvem meio ambiente, evolução histórica e princípios que regem o direito ambiental foram tratados neste capítulo. O capítulo três, compreende a segunda parte que compõe a revisão da literatura. Nele são abordados assuntos diretamente ligados ao consumo sustentável. Questões de consumo, consumismo, consumo consciente e sua relação com o marketing verde, educação ambiental para consumo consciente e assuntos relacionados a sustentabilidade social serão tratados com maior profundidade neste ponto.

Já no capítulo quatro, são apresentados os procedimentos metodológicos que serviram de subsídio para a execução desta pesquisa, tais como abordagem e tipologia de pesquisa, universo, amostra, instrumentos e técnicas de coleta de dados, limitações da pesquisa, e a forma como os dados foram tratados.

No quinto capítulo ocorre a exibição das informações levantadas neste estudo (demonstrado em forma de gráficos e tabelas), assim como a análise dos dados no intuito de solucionar o problema apresentado nesta pesquisa.

Por fim, o sexto capítulo compreende as considerações finais, onde serão apresentadas as respostas para a problemática deste estudo.

2 MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Neste capítulo abordam-se alguns conceitos essenciais para que se construa uma base sólida de conteúdo com o propósito de tratar o tema principal com profundidade. De início, descreve-se a respeito do meio ambiente, seguido de alguns elementos como seus conceitos, abrangência e outros pontos importantes. Sua relação com os bens ambientais e alguns problemas causados pelo homem. Em seguida, é tratado o assunto de desenvolvimento sustentável, assim como a evolução histórica do processo, acompanhado de alguns conceitos. O capítulo então, é finalizado com alguns princípios do direito ambiental aliados a políticas com foco em desenvolvimento sustentável.

2.1 Meio ambiente e os bens ambientais

O meio ambiente pode ser considerado um conjunto de vários ecossistemas, ou seja, várias subdivisões do planeta cujas características permitem o desenvolvimento das mais diversas espécies que o constroem. A caatinga, a mata atlântica, as lagoas, até mesmo um corpo que serve de habitação à parasitas é considerado um ecossistema. Pode-se afirmar que o meio ambiente é composto de processos e mecanismos que atuam de forma harmônica a fim de garantir o equilíbrio capaz de manter a vida no planeta Terra (KLOETZEL, 1998).

Convém ainda demonstrar um exemplo do admirável equilíbrio proveniente do meio ambiente, que pode ser aduzido no seguinte trecho de Kloetzel (1998, p. 16):

De fato, considerado em seu conjunto – e isso é muito importante! – ao longo de um reduzido intervalo de tempo, o meio ambiente mantém um admirável equilíbrio. Examinemos, por exemplo, o ciclo do carbono: a cada ano – se for calculada a respiração das plantas e do solo, bem como a difusão a partir dos oceanos – cerca de 200 bilhões de toneladas de gás carbônico são liberados para a atmosfera, ao mesmo tempo que uma quantidade praticamente igual é de novo absorvida. De sorte que uma análise do CO₂ atmosférico, feita ao longo de alguns meses (notem bem: alguns meses!), revelará um equilíbrio bem razoável, o mesmo ocorrendo com o ciclo do nitrogênio, do enxofre, do fósforo e assim por diante.

Feitas tais considerações sobre meio ambiente, observa-se que é necessário tratá-lo de forma diferenciada, levando em consideração que seus recursos devem ser explorados respeitando seu tempo de reposição, assim como sua preservação deve ser um hábito praticado por todos que o habitam.

Na prática, os problemas relacionados ao meio ambiente têm acompanhado o crescente avanço da industrialização e a capacidade do homem de intervir na natureza. Como forma de combater esses problemas, surgiram as Organizações Não Governamentais (ONGs), com o propósito de atuar diretamente em questões que envolvam o meio ambiente. Tais ONGs operam atualmente, de forma a pressionar, em escala global, todos os níveis de organização política da sociedade, para que questões de desenvolvimento sustentável sejam tratadas com prioridade. Essa nova realidade implica em mudanças nas organizações do setor público e privado, uma vez que modelos econômicos e de produção devem ser revistos no intuito de uma adequação ao modelo sustentável (DIAS, 2011).

Já Benatti (2005, p. 205) traça os seguintes esclarecimentos:

Com a Constituição de 1988 o meio ambiente passou a ser assegurado constitucionalmente e equiparado a um direito fundamental da pessoa. A proteção do meio ambiente foi assumida como uma função pública e privada, cujo exercício se relaciona com os direitos fundamentais da qualidade de vida e a utilização racional e sustentável dos recursos naturais. Ao ser promovida à categoria constitucional de direito fundamental, a proteção do meio ambiente tornou-se um elemento importante para assegurar a implementação do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana.

Nesse contexto, percebe-se a responsabilidade vinculada a todos os entes que compõem a sociedade atual. Ora, o meio ambiente é considerado de forma constitucional como um direito pertencente ao ser humano, o mesmo deve tratar sua proteção sustentada em leis constitucionais, com atitudes passíveis de punição caso haja condutas inadequadas no que tange a preservação ambiental como responsabilidade social.

Integrando o meio ambiente, existem os bens ambientais, que são descritos pela legislação como recursos ambientais. A lei de Política Nacional do Meio Ambiente, Lei nº 6.398/81, artigo 3º, entende como recursos ambientais a atmosfera, as águas interiores, superficiais e subterrâneas, os estuários, o mar territorial, o solo, o subsolo, os elementos da biosfera, a fauna e a flora (BENATTI, 2005).

Ainda no contexto ambiental, é importante ressaltar a importância do macrobem, como sendo o meio ambiente propriamente dito, e os microbens, ou bens ambientais. Dessa forma, pode-se estabelecer a relação de que os bens ambientais são elementos que constituem o meio ambiente, e que ambos possuem a mesma “natureza pública de uso comum”. Tal característica é encontrada na Constituição Federal, no entanto, a apropriação de bens ambientais não ocorre de forma livre,

sendo necessário assim, autorização ou licença pública para executar tal ação, com exceção de casos de subsistência e sobrevivência (RIOS et al., 2005).

Benatti (2005, p. 207) completa essa ideia da seguinte forma:

Por causa da crescente preocupação com a proteção ambiental, com o dever constitucional de proteger o meio ambiente e coibir práticas lesivas ao equilíbrio ecológico, a tendência do direito nacional e internacional é cada vez mais regular a apropriação e o uso dos bens ambientais, impondo restrições ou orientando comportamentos para a utilização desses bens.

De modo a complementar tal raciocínio, torna-se necessário expor de forma clara, no que consiste exatamente o problema que circunda o meio ambiente, assim como a utilização inadequada de seus bens ambientais, como pode ser observado a seguir:

O elemento comum às diversas vertentes interpretativas é o reconhecimento de que a ação humana vem produzindo uma crescente depredação da natureza, de consequências significativas para o futuro da humanidade. Este fenômeno, aqui tratado como “questão ambiental”, refere-se a um conjunto de deficiências na reprodução do sistema, o qual se origina na indisponibilidade ou escassez de elementos do processo produtivo advindos da natureza, tais como matérias-primas e energia e seus desdobramentos ideopolíticos. Em outras palavras, trata-se da incapacidade do planeta de prover, indefinidamente, os recursos necessários à reprodução da vida, em condições históricas e sociais balizadas pelo alto nível de produção e consumo. (SILVA, 2010, p. 67).

Convém, por oportuno, ressaltar que a utilização dos recursos naturais de forma indiscriminada reflete diretamente nos impactos que culminarão sobre as gerações futuras, comprometendo assim, o avanço da sociedade e a existência da raça humana e de todos os outros componentes do nosso meio ambiente.

2.2 Desenvolvimento sustentável: evolução histórica e conceitos

Nos últimos 300 anos, a evolução tecnológica se deu como nunca antes havia ocorrido em nenhum outro período histórico. Tal período foi marcado por várias descobertas em todos os campos da ciência, permitindo ao homem, um grau de controle e exploração dos elementos naturais a níveis extremos, e até certo ponto, perigosos (DIAS, 2011).

Para entender melhor o vínculo entre a evolução humana e sua relação ambígua com a natureza, Dias (2011) divide o processo da evolução histórica do elo que existe entre homem e meio ambiente em quatro pontos principais, sendo eles: o

homem e a natureza na pré-história; a criação do ambiente cultural: o processo de urbanização; industrialização e meio ambiente; a contaminação industrial.

Ao falar do primeiro ponto, o homem e a natureza na pré-história, Dias (2011) afirma que o ser humano é a espécie entre todas as existentes, que possui maior capacidade de adaptação ao ambiente natural. Tal capacidade é explicada, segundo o autor, graças ao fato de que o homem sempre criou seu próprio ambiente dentro do meio que o circunda. A criação de ferramentas para ampliar suas capacidades, assim como a compreensão de que a formação de grupos seria a melhor forma de resistência para sobreviver no meio ambiente hostil, complementam a resiliência do ser humano. Tais fatores demonstram, na prática, a aplicação do planejamento que é iniciado no cérebro humano, e que dita as ações mais coerentes de acordo com suas necessidades. Esse processo inerente ao homem continua avançando, e juntamente com ele as modificações realizadas no meio ambiente, graças as consequências de sua evolução.

O segundo ponto, conforme sustenta Dias (2011), aborda a criação do ambiente cultural e o processo da urbanização, que se deram com o surgimento da agricultura, sendo um processo profundo de transformação da relação do homem com a natureza, já que as atividades agrícolas exigem a criação de um meio ambiente artificial, para que se tenha o cultivo de plantas e animais. Com a aumento das áreas onde a agricultura predominava, as aglomerações humanas foram se espalhando, e com elas as alterações feitas pelo homem no meio em que habita. A evolução de tal procedimento, foi dando lugar as grandes cidades e conseqüentemente, a destruição do ambiente natural que existia antes desse crescimento.

Já o terceiro ponto exprime que a industrialização teve impactos avassaladores no meio ambiente, como aduz Dias (2011, p. 7):

Sem dúvida, os novos mecanismos e formas de produção, acrescidos da exploração intensiva e sistemática dos recursos naturais trazidos pela Revolução Industrial, generalizaram-se e se espalharam de forma descontrolada, sem prever as consequências para o meio ambiente. Os processos de industrialização aumentaram de forma espetacular, mas foram concebidos de forma irracional, tendo como resultado o grave problema ambiental que afeta todo o planeta nos dias de hoje. O desmatamento intensivo para criar novas áreas agrícolas e produzir o carvão vegetal provocou o desaparecimento da maior parte da cobertura florestal da Europa no século XIX e início do século XX.

O quarto ponto, ainda segundo Dias (2011, p. 7), aborda a contaminação industrial, como sendo “um dos problemas mais visíveis causados pela

industrialização. ” A destinação dos resíduos advindos desse processo, sejam eles de qualquer tipo, impactam diretamente no meio ambiente natural e na saúde humana.

O Quadro 1 mostra os principais acidentes ambientais que ocorreram no século XX, que tiveram repercussão na mídia internacional e que acabaram contribuindo para o avanço das discussões sobre problemas ambientais.

Quadro 1 – Principais acidentes ambientais no século XX

Ano	Descrição
1947	Navio carregado de nitrato de amônia explode no Texas, causando mais de 500 mortes e deixando 3.000 feridos.
1956	Contaminação da baía de Minamata, Japão. Foram registrados casos de disfunções neurológicas em famílias de pescadores, gatos e aves. A contaminação acontecia desde 1939 devido a uma companhia química instalada às margens. Moradores morreram devido às altas concentrações de mercúrio, que causavam a chamada “doença de Minamata”.
1966	Na cidade de Feyzin, França, um vazamento de GLP causa a morte de 18 pessoas e deixa 65 intoxicados.
1976	No dia 10 de julho, em Seveso, cidade italiana perto de Milão, a fábrica Hoffmann-La Roche liberou densa nuvem de um desfolhante conhecido como agente laranja, que, entre outras substâncias, continha dioxina, altamente venenosa. Em torno de 733 famílias foram retiradas da região.
1978	Na cidade de San Carlos, Espanha, caminhão-tanque carregado de propano explode causando 216 mortes e deixando mais de 200 feridos.
1984	No dia 2 de dezembro, um vazamento de 25 toneladas de isocianato de metila, ocorrido em Bhopal, Índia, causou a morte de 3.000 pessoas e a intoxicação de mais de 200.000. O acidente foi causado pelo vazamento de gás de Fábrica da Union Carbide.
1984	Em San Juanico, México, incêndio de GLP seguido de explosão causa 650 mortes e deixa 6.400 feridos.
1986	No dia 26 de abril, um acidente na usina de Chernobyl, na antiga URSS, causado pelo desligamento do sistema de refrigeração com o reator ainda em funcionamento, provocou um incêndio que durou uma semana, lançando na atmosfera um volume de radiação cerca de 30 vezes maior que o da bomba atômica de Hiroshima. A radiação espalhou-se, atingindo vários países europeus e até mesmo o Japão.
1986	Em Basileia, Suíça, após incêndio em uma indústria foram derramadas 30 toneladas de pesticidas no Rio Reno, causando a mortandade de peixes ao longo de 193km.
1989	Na madrugada de 24 de março de 1989, o navio-tanque Exxon-Valdez, ao se desviar de um <i>iceberg</i> , bateu num recife e a seguir encalhou no estreito do Príncipe William, no Alasca. O rombo aberto no casco deixou vazar cerca de 44 milhões de litros de petróleo. O vazamento de óleo, o pior da história dos EUA, atingiu uma área de 260 km ² , poluindo águas, ilhas e praias da região. Morreram milhares de animais – peixes, baleias e leões-marinhos.

Fonte: Dias (2011), adaptado de Dias (2003), Bogo (1998) e Cetesb.

Em se tratando do Brasil, também ocorreram alguns acidentes ambientais. Dentre estes, convém citar o vazamento de óleo na Baía de Guanabara, no Rio de Janeiro (RJ) e em Araucária (PR), no ano 2000, tendo a Petrobrás como principal

responsável pelo vazamento de, respectivamente, 1,3 milhão e 4 milhões de litros de óleo nestas localidades. Em 2007, houve um rompimento de barragem da empresa Mineração Rio Pomba Cataguases, em Mirai (MG), onde houve vazamento de 2.280.000 m³ de água e argila nessa região. Em novembro de 2011, ocorreu o vazamento de uma grande quantidade de óleo da Chevron na Bacia de Campos, no Rio de Janeiro (RJ). A mancha provocada pelo acidente chegou a aproximadamente 162 km², deixando um grande rastro de animais mortos na região (PORTAL EBC, 2015).

Recentemente, houve a “maior tragédia ambiental da história do Brasil”, como considerou o próprio governo federal; trata-se do rompimento da barragem da Samarco em Mariana (MG). Tal acontecimento provocou a liberação de 62 milhões de metros cúbicos de rejeitos, formando uma onda de lama de aproximadamente 10 metros de altura. Dentre as principais consequências desta lama tóxica, tem-se a morte do Rio Doce, milhares de pessoas sem água na região, comprometimento da vegetação e impactos no oceano atlântico, visto que o rio serve para transportar nutrientes ao mar. (SANTOS, 2015).

Seguindo essa linha histórica, a problemática ambiental se tornou uma das maiores preocupações existentes em meio à sociedade, tornando necessária a criação de um vínculo entre desenvolvimento e sustentabilidade, pois como afirma Rocha (2011, p.15) “pode-se conseguir uma durabilidade do próprio processo de desenvolvimento, reduzindo assim, as contradições sociais e ambientais que ele tem gerido até então, e preservando o bem-estar das próximas gerações.”

O Papa Francisco (2015, p. 114) traça a seguinte explanação acerca dos episódios de degradação ambiental que vem acontecendo no decorrer dos anos:

O que está acontecendo põe-nos perante a urgência de avançar em uma corajosa revolução cultural. A ciência e a tecnologia não são neutras, mas podem, desde o início até ao fim de um processo, envolver diferentes intenções e possibilidades que se podem configurar de várias maneiras. Ninguém quer o regresso à Idade da Pedra, mas é indispensável abrandar a marcha para olhar a realidade de outra forma, recolher os avanços positivos e sustentáveis e ao mesmo tempo recuperar os valores e os grandes objetivos arrasados por um desenfreamento megalômano.

Com base nessa necessidade de recuperar os valores harmônicos entre desenvolvimento e sustentabilidade, é que surge à expressão “desenvolvimento sustentável”, antes denominada de “ecodesenvolvimento”, consiste em um processo de transformação onde a “exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a

orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender as necessidades e razões humanas.” (CMMAD, 1988, p. 49 apud BARBIERI, 2011, p. 21).

Logo, desenvolvimento sustentável pode ser entendido como a relação que existe entre a satisfação das necessidades humanas no presente, em harmonia com a satisfação das necessidades humanas das gerações futuras, sem comprometer aspectos advindos de desenvolvimento, tanto no presente, como no futuro (BARBIERI, 2011).

Complementando essa ideia de Barbieri (2011), Polizelli (2011) demonstra através do Quadro 2, os principais objetivos do desenvolvimento sustentável.

Quadro 2 – Objetivos do desenvolvimento sustentável

1. Desenvolvimento e conservação integrados.
2. Equidade e justiça “social”.
3. Respeito à diversidade cultural e autodeterminação social.
4. Satisfazer às necessidades humanas básicas.
5. Respeito aos sistemas ecológicos

Fonte: Polizelli (2011)

Polizelli (2011) assinala ainda que a perspectiva de desenvolvimento sustentável está vinculada a importância da equidade, diversidade e autodeterminação, visto que a relevância dada ao bem-estar das gerações futuras é fundamental para pôr em prática os valores citados.

Percebe-se que o conceito de desenvolvimento sustentável é algo muito amplo, e envolve diversos fatores a serem relacionados a fim de explicar de forma satisfatória a sua abrangência. Analisando semanticamente, a palavra desenvolvimento, segundo Rocha (2011, p. 13), está vinculada a “tudo que estivesse associado à ideia de progresso e também todos os dilemas da sociedade capitalista”. Já a noção de sustentabilidade, está ligada a utilização de modo racional dos recursos físicos renováveis e não renováveis. Rocha (2011), afirma que tal finitude de ambos os recursos deve ser vista sob uma perspectiva dos parâmetros de consumo alojado em nossa sociedade.

Corroborando a ideia de relação que existe entre desenvolvimento e sustentabilidade, Silva (2010) relata que existem contradições no que tange a trama semântica que envolve tal conceito, já que “o reconhecimento da necessidade de uma relação racional entre sociedade e natureza não pode esmaecer o fosso que separa sustentabilidade ambiental e social da dinâmica societária em curso”.

Torna-se necessário indagar a questão do equilíbrio como sendo principal fator que une desenvolvimento a sustentabilidade, visto que a utilização de quaisquer bens ambientais, assim como artificialização da natureza implica em um custo ecológico. Dessa forma, convém evidenciar que:

Indubitavelmente, o discurso do Desenvolvimento Sustentável se assenta em forte apelo ético. No entanto, dada a ausência de uma organização social que promova a utilização coletiva dos recursos naturais, assim como a geração de detritos, verifica-se o aprofundamento do fosso entre o discurso ético e a realidade objetiva, tendo em vista que a dimensão ética integra o interesse universal, relativa ao gênero humano como totalidade, enquanto a dinâmica societária regida pelo capital implica uma lógica particularista, individualista por natureza. (SILVA, 2010, p. 180).

Observa-se então, que existe uma certa disparidade entre os conceitos que sustentam a expressão “desenvolvimento sustentável” e o verdadeiro equilíbrio entre desenvolvimento, que engloba os interesses sociais, e a preocupação seguida de atitudes em prol da sustentabilidade.

Em comentário a essa questão, Rocha (2011, p. 21) lembra que:

Para que o desenvolvimento possa tornar-se sustentável, para compatibilizar as exigências da “reprodução social” com aquelas da ‘reprodução ecológica’ há que se integrar na sua concepção noções mais abrangentes do que as que estão estritamente ligadas aos mecanismos do mercado *Stricto sensu*: entre outras a de *capital social* (conjunto de recursos sócio-culturais capazes, na sua conjunção, de promover a melhor utilização dos ativos econômicos) e a de *território* (conjunto de fatores físico-naturais, históricos e sócio-culturais articulado no espaço).

Sendo assim, o desenvolvimento sustentável exige total harmonia entre a sociedade e o meio ambiente, aliando o progresso juntamente com a conservação consciente dos recursos naturais do planeta.

2.3 Princípios do direito ambiental e políticas para o desenvolvimento sustentável

O direito ambiental é constituído por alguns princípios jurídicos, que serão apresentados no decorrer desse capítulo, com a finalidade de proteger o meio ambiente. Seus conceitos também abordam o reconhecimento da intrínseca relação entre desenvolvimento econômico e a conservação dos recursos naturais. Tais objetivos exigem ações cooperativas entre governo e sociedade, visto que o desenvolvimento sustentável só se torna possível diante de uma perspectiva de interação global (RIOS et al., 2005). Segundo este mesmo autor os princípios que regem o meio ambiente ainda estão sendo construídos, no entanto, sua estrutura atual

pode ser baseada em três pilares principais: precaução/prevenção; princípio do poluidor-pagador; direito a informação e participação pública.

O desenvolvimento sustentável, não sendo propriamente um princípio do direito ambiental, tem sua importância no condicionamento da realização do progresso à proteção do meio ambiente. Como ressalta Rios et al. (2005, p. 89) o desenvolvimento sustentável “traduz um conjunto de valores ancorados em condutas relacionadas à produção, para que o resultado seja a compatibilização da apropriação dos recursos naturais com sua manutenção.” Em outras palavras, para que ocorra sua realização, torna-se necessário a concretização dos valores e diretrizes próprios do direito ambiental.

Corroborando a ideia de desenvolvimento sustentável, torna-se visível a relação orgânica que se pode estabelecer com o princípio da precaução, que se reflete na concepção da prevenção ambiental como sendo a melhor forma de proteger o meio ambiente, ao invés da remediação de danos que podem ser, em determinadas ocasiões, irreparáveis. Além disso, reflete também a necessidade de tomada de decisões que possam prever danos causados por produtos que ainda não tenham comprovação científica de seus malefícios ao meio ambiente (RIOS et al., 2005).

Em conformidade ao que foi mencionado, existe também o princípio da prevenção, que pode ser entendido da seguinte forma:

O princípio da prevenção, com um *status* no direito internacional mais antigo do que o da precaução, deve ser invocado em todas as atividades ou empreendimentos cujos efeitos no ambiente sejam conhecidos e previsíveis, ainda que notáveis, como é o caso da construção de barragens para aproveitamento hidrelétrico de rios. Nesse exemplo, o significativo impacto ambiental causado pela interrupção artificial de um curso d’água modificada, de forma acentuada, a biodiversidade e o clima local, sendo as suas consequências, ainda que graves ao ambiente, bem conhecidas e razoavelmente avaliadas pela ciência. (RIOS et al., 2005, p. 95).

Entende-se então, que a diferença entre ambos está na incerteza científica ou no grau de avaliação dos riscos de certas atividades ou substâncias.

Já o princípio do poluidor-pagador consiste na diminuição de prejuízos de qualquer espécie ao meio ambiente. Rios et al. (2005, p. 107) destaca que:

O princípio do poluidor-pagador não se confunde com a responsabilidade objetiva do causador do dano de repará-lo integralmente. Embora este esteja inserido no princípio, uma vez que a responsabilização demanda apurar o nexo de causalidade entre o evento que deu causa à poluição e a sua efetiva ocorrência, não se pode restringir a aplicação do princípio do poluidor-pagador tão somente à reparação econômica do bem ambiental lesado pelo causador. A ideia central é de que, além da imposição de um regime de responsabilidade jurídica pelo dano ambiental, o princípio do poluidor-

pagador induza ou fortaleça mecanismos de mercado que sejam instrumentos aptos a inibir a ação prejudicial ao meio ambiente.

Dessa forma, soma-se a esse fato que o princípio do poluidor-pagador favorece a adoção de medidas econômicas para diminuir ou excluir os riscos ambientais, favorecendo também, a criação de um regime de responsabilidade e compensação pelos prejuízos causados a natureza.

Sustentando o pilar do direito à informação e a participação pública, cabe ressaltar que a sociedade e os governos se tornam responsáveis por aceitar ou não determinadas atividades e empreendimentos com base nos princípios que constituem a preservação e uso adequado do meio ambiente (RIOS et al., 2005).

No contexto de responsabilidade para com o meio ambiente, torna-se importante citar as quatro sugestões de política com foco em desenvolvimento sustentável conforme Daly (2001). A primeira delas, consiste em parar de contar o consumo do capital natural como renda, e pode ser entendida com base no raciocínio de Daly (2001, p. 183):

Renda, por definição, é o montante máximo que uma sociedade pode consumir este ano (com uma dada base de recursos) e ainda ser capaz de consumir o mesmo montante próximo ano. Ou seja, o consumo, este ano, se for chamado de renda, deve deixar intacta a capacidade de produzir e consumir o mesmo volume no ano próximo. Assim, a noção de sustentabilidade é inserida na própria definição de renda. No entanto, a capacidade produtiva que se deve manter intacta tem sido tradicionalmente estendida unicamente como capital construído pelo homem, excluindo-se o capital livre. Isto podia ter sido justificado no mundo vazio de antigamente, mas no mundo cheio de hoje, isso é anti-econômico. O erro de contar implicitamente o consumo do capital natural como renda é costumeiro em três áreas: (1) no Sistema de Contas Nacionais (SCN); (2) na avaliação de projetos que exaurem capital natural; e (3) na contabilidade do balanço internacional de pagamentos.

Para Daly (2001), estas três áreas, caso atuem de forma conjunta, são capazes de acabar com a inclusão do capital natural como renda de uma sociedade. O sistema de contas nacionais, segundo o autor, já conta com esforços direcionados para alcançar tal objetivo. A avaliação de projetos deve utilizar a medição dos custos de uso como forma de controlar projetos que esgotem capital da natureza. Já na contabilidade do balanço de pagamentos, a exportação de capital natural esgotável não deve entrar como renda, assim como a reclassificação das transações realizadas a fim de poupar recursos sustentáveis.

A segunda alternativa de política, seria tributar menos a renda e taxar mais o uso de recursos naturais na produção. Esse procedimento consistiria, segundo Daly

(2011), em adotar medidas capazes de barrar a livre utilização de recursos naturais na produção de fábricas e indústrias, aumentando as taxas sobre esses produtos, sem comprometer a economia. Medidas como essa são capazes de incentivar o uso consciente de recursos naturais, já que induz indústrias a repensar o uso de determinados insumos com base em seu custo de produção.

A terceira forma de política sustentável para Daly (2011), consiste em maximizar a produtividade do capital natural no curto prazo e investir no crescimento de sua oferta à longo prazo.

Em virtude do que foi mencionado, Daly (2001, p. 187) assinala ainda que:

A lógica econômica requer que nos comportemos destas duas maneiras com respeito ao fator limitante da produção – isto é, maximizar sua produtividade hoje e investir no seu aumento amanhã. Estes princípios não estão em disputa. Desacordo existe, sim, acerca de se o capital natural é realmente o fator limitante. Alguns argumentam que capital construído pelo homem e capital natural são tão bons substitutos que a própria ideia de um fator limitante, que requer que os fatores sejam complementares, é irrelevante. É certo que, sem complementaridade, não existe fator limitante. Assim, a questão torna-se: capital construído pelo homem e capital natural são basicamente complementos ou substitutos? Aqui de novo, podemos prover pleno emprego perpétuo para econométricos, e eu daria minhas boas-vindas a mais trabalho empírico sobre o ponto, apesar de pensar que fica suficientemente claro para o senso comum que capital natural e capital construído são fundamentalmente complementares e só marginalmente substituíveis.

Com relação ao que foi alegado, Daly (2001) acrescenta ainda que tanto bens quanto fatores de produção podem ser complementos ou substitutos. Se dois fatores são bens substitutos, a ausência de um não limita a utilidade do outro. No caso de complementos, a ausência de um, reduz bastante a utilidade do outro. O fator complementar, quando em escassez, acaba se tornando o fator limitante.

Para Daly (2001), a quarta forma de política sustentável é considerada fora de propósito pela maioria dos economistas, e consiste em sair da ideologia da integração econômica global do livre comércio, do livre movimento de capitais e do crescimento promovido por exportações – e para uma orientação mais nacionalista, que busque desenvolver a produção doméstica para mercados internos como primeira opção, recorrendo ao comércio internacional apenas quando for mais eficiente. Esta forma de política afetaria diretamente acordos internacionais, e conseqüentemente, as possibilidades de as nações crescerem com a globalização. Tal restrição se mostraria com total ausência de aplicabilidade do ponto de vista econômico, mas favoreceria o desenvolvimento sustentável.

Conclui-se, então, que os princípios da gestão ambiental, juntamente com alguns modelos de política voltados para desenvolvimento sustentável podem ser usados de forma benéfica se colocados em prática, tanto no âmbito civil (povos de um modo geral) quanto no público (governos). Basta que existam fatores determinantes na influência a ser exercida em ambas as esferas.

3 CONSUMO X SUSTENTABILIDADE

Neste capítulo descrevem-se assuntos diretamente ligados ao consumo sustentável, dando ênfase aos aspectos mais importantes a respeito do seu entendimento. Inicia-se discorrendo sobre questões do consumo propriamente dito, e os excessos que ocasionam comportamentos consumistas. Em seguida, é mencionado a respeito de consumo consciente e sua relação com o marketing verde, objetivando assimilar a compreensão acerca de consumo sustentável. Por fim, são abordados conceitos sobre educação ambiental para consumo consciente e assuntos relacionados a sustentabilidade social, como forma de consolidar conteúdos que integram o consumo sustentável.

3.1 Consumo e consumismo

O consumo é algo indispensável na vida de todo ser vivo. A necessidade de consumir existe a partir do momento em que o organismo carece de determinado fator para se manter em funcionamento. Em se tratando do ser humano, o ato de consumir se estende para além do consumo necessário à satisfação de nossas necessidades essenciais (consumo primário), e chega em níveis imaginários do nosso cérebro (consumo secundário), como afirma Silva (2014).

Já Camargo (2013) deixa assentado que o consumo pode ser analisado a partir de diferentes perspectivas. As pessoas em geral – que não possuem vínculo com qualquer teoria de consumo – explicam tal ação com base em impulsos, seja para aproveitar uma grande chance oferecida por uma determinada loja, ou até mesmo para aproveitar, de forma racional, um produto ou serviço que ofereça uma boa relação de custo/ benefício.

Camargo (2013, p. 6) assinala ainda que:

Por outro lado, estudiosos da Sociologia afirmariam que, entre outros motivos, a compra serve para estimular, e manter, a socialização. Ou seja: compramos produtos e serviços que o nosso grupo de referência identifica como significativos. Isso porque necessitamos fazer parte de um grupo social.

Outras vertentes também podem ser levadas em consideração, como o ponto de vista dos psicólogos, que diriam que compramos para “satisfazer necessidades físicas de segurança, afetividade, e necessidades emocionais de poder e reconhecimento.” (CAMARGO, 2013, p. 6).

Já os antropólogos explicariam que “as pessoas compram bens como forma de participar de uma linguagem coletiva, para identificação com certas tribos e diferenciação de outras. É a buscada afirmação do ‘eu’ no todo.” (CAMARGO, 2013, p. 6).

Em suma, várias teorias podem ser apresentadas de maneira a explicar o consumo. Estes conceitos têm influência direta em critérios de decisão e escolha, e não somente isso, vários outros fatores exercem influência sobre um indivíduo acerca do ato de consumir, como ressalta Camargo (2013, p. 9) no seguinte trecho: “[...] o clima faz você comprar mais ou menos; o ciclo circadiano (dia e noite) influencia o seu comportamento de consumo; os hábitos de bando o influenciam a escolher certos produtos ou lugares.” Fica claro, então, o grau de relevância de saber ponderar as escolhas a serem feitas diante de tantas variáveis externas influenciáveis no comportamento de consumo humano.

Silva (2014, p. 62) ressalta que:

[...] escolher é uma condição humana que determina quem somos e quem seremos no futuro. As escolhas só não podem mudar o passado, mas certamente determinaram os fatos já ocorridos e plantaram as sementes que estamos colhendo no presente e que colheremos no futuro.

Quando se trata de tomar decisões, não adianta tentar se omitir ou fugir de tal responsabilidade. A própria vida se encarrega de fazer o ser humano arcar com as consequências de suas escolhas. No entanto, como seres racionais, as pessoas tendem a questionar aquilo que não entendem, ativando áreas cerebrais distintas para cada tipo de situação (SILVA, 2014).

Segundo Silva (2014, p. 63):

Nosso cérebro possui um funcionamento básico que, de certa forma, é compartilhado por todos os seres humanos: o circuito do medo/estresse, que visa nos proteger dos perigos; o sistema de recompensa, que nos faz buscar satisfação; o centro da respiração e da circulação sanguínea, e assim por diante. São partes comuns a todos nós que garantem a nossa existência física sem que tenhamos que pensar o tempo todo nisso. Contudo, existem áreas em nosso cérebro que só dizem respeito a cada indivíduo. Essas diferenças pessoais estão relacionadas à maneira única com que cada um de nós sente, pensa, vive e aprende. Por isso somos todos muito parecidos e, ao mesmo tempo, únicos.

Dessa forma, torna-se necessário entender como o cérebro humano é capaz de induzir e influenciar na hora de escolher o que vai ser consumido. Somente dessa forma é possível ter a liberdade de discernir desejo de necessidade na hora de consumir algo (SILVA, 2014).

Diante disso, Camargo (2013) corrobora que o comportamento humano a respeito do consumo, tem fundamentos explicados através de fatores biológicos. Segundo as neurociências (ciências que estudam o comportamento através de imagens cerebrais) o ato de consumir, inunda o cérebro com uma substância denominada de dopamina – um neurotransmissor de comunicação entre as células nervosas – que circula por várias regiões, e preenche uma área específica responsável pelo prazer. O grande problema, é que, como as drogas, “você vai querer sempre mais, porque, quanto mais libera o tal neurotransmissor, menor é o efeito deste, e, com o tempo, você vai precisar estimular mais e mais esse prazer”, explica Camargo (2013, p. 7).

Quando o consumo se transforma em consumismo, a causa dessa transformação é de suma importância para que se tenha um entendimento adequado desse processo como um todo. Saber sua procedência – primário ou secundário – é vital para tomar providências mais precisas na obtenção do controle dos impulsos gerados por tal ação. Portanto, entende-se que o consumo primário pode ser exercido, por exemplo, ao fazer compras de alimentos e objetos de higiene pessoal, ou seja, adquirindo apenas o que está diretamente ligado a sobrevivência. Já o consumo secundário, não tem por objetivo satisfazer as reais necessidades do nosso organismo, e sim, atender aquelas que são criadas em nosso imaginário. Tais necessidades fruto da imaginação, costumam criar falsos desejos insaciáveis, que acabam por manipular nossos hábitos e ações (SILVA, 2014).

Em virtude do que foi mencionado, nota-se que o nascimento do consumo compulsivo, se dá através do consumo secundário, que incita o hábito de comprar e comprar cada vez mais, com destaque para o “ter”, sem que exista de fato uma saciedade natural para o que realmente se precisa no âmbito das necessidades básicas.

Silva (2014) traz um comparativo dos hábitos de consumo atuais com hábitos que o homem mantinha há tempos atrás, e que foram essenciais na sobrevivência e evolução de sua espécie.

[...] o ato de comprar faz parte da vida de todos nós. Consumimos para suprir nossas necessidades básicas e também para alguns prazeres e caprichos. O nosso lado “caçador”, que faz parte da nossa biologia evolutiva, não vai à caça, mas às compras! Consumir é visto por nosso cérebro como uma recompensa, uma premiação, tal qual sentíamos quando obtínhamos a carne da caçada ou os frutos e as verduras da colheita. Fazer com que nos sentíssemos bem ou alegres com esses atos foi um meio extremamente eficaz de garantir a sobrevivência da nossa espécie.

Camargo (2013) acrescenta que o comportamento de consumo depende de bases biológicas, que atuam de forma inconsciente, sendo determinantes também aos fatores culturais. A relação que ambos os fatores possui, deve ser levada em consideração na busca pelo equilíbrio no que diz respeito ao consumo, para que assim, seja possível fazer as escolhas mais sensatas em harmonia com aspectos socioambientais.

3.2 Consumo consciente o marketing verde

O consumo consciente, ou consumo verde, assim como o marketing verde, são frutos de um processo de amadurecimento da humanidade no que diz respeito a preocupação ambiental. Goleman (2011, p. 43) coloca da seguinte forma:

As ameaças atuais exigem o desenvolvimento de uma nova sensibilidade, a capacidade de reconhecer a rede oculta de conexões entre as atividades humanas e os sistemas da natureza, e as sutis complexidades de suas interseções. Esse despertar para novas possibilidades pode fazer todos, coletivamente, abrirem os olhos, causando uma mudança em nossos pressupostos e percepções mais básicos, mudança que impulsionará outras no comércio, na indústria e nas ações e nos comportamentos de cada um de nós.

Feldmann (2008) ressalta que é necessário compreender o papel do consumo na vida cotidiana, já que as pressões exercidas pelo consumo a respeito de seus padrões e efeitos podem, na teoria, representar um grande perigo para o meio ambiente. Na prática, isso já ocorre de forma intensa, e a situação de risco em que o planeta se encontra, pode, futuramente, sofrer com danos irreversíveis caso os indivíduos da sociedade não exerçam de forma adequada sua condição de consumidor, sendo responsáveis com o poder político que lhes é concedido sobre suas escolhas.

Ainda seguindo essa linha, Feldmann (2008, p. 157) diz que a “sociedade contemporânea terá que se preparar para enfrentar a complexidade atual. ” A forma de lidar com tal complexidade, no que tange ao consumo, pode ser evidenciada a seguir:

As pessoas, enquanto indivíduos, têm diante de si, no campo do consumo, muitas escolhas, o que chamamos de microescolhas. Entretanto, as macroescolhas determinam o contexto das microescolhas, a exemplo das políticas no campo da macroeconomia, transporte, saúde, etc. Até recentemente, as macroescolhas estavam inseridas fundamentalmente no contexto dos países: votamos no presidente do Brasil, entretanto, somos afetados pelas decisões do presidente norte-americano de modo dramático.

A globalização, vista por um ângulo otimista, pode trazer fórmulas de democracia que resolvam o mal-estar por ela provocado, sendo uma das alternativas a politização do consumo, ou seja, conferir as microdecisões uma nova dimensão que represente um vetor positivo na construção do consumo sustentável. (FELDMANN, 2008, p. 157).

Segundo Silva (2014), nossa consciência é a estrutura essencial que determina nosso modo de agir e atribui a responsabilidade para com a sociedade e o meio ambiente. Corroborando essa ideia, Feldmann (2008) acredita que é necessária a conscientização do consumidor, tornando-o ciente do impacto de suas escolhas. Tal linha de pensamento vai ao encontro do que afirma Dias (2011, p. 159): “com o aumento da consciência ambiental em todo o mundo, está consolidando-se um novo tipo de consumidores, chamados de ‘verdes’”.

Esse conceito está diretamente ligado à preocupação direcionada para a preservação ambiental. Essa nova forma de consumo consciente manifesta preocupações em vários segmentos. Por exemplo, na hora de fazer compras, o consumidor consciente analisa a procedência do produto, a maneira como ele será descartado, sua composição, tempo de vida útil, se é ecologicamente correto, tudo isso é observado no intuito de não prejudicar, ou afetar da menor forma possível o meio ambiente, demonstrando repúdio por produtos que possam vir a contaminá-lo. O consumidor verde, também adapta seus hábitos, desde os mais básicos, como os de higiene pessoal até tomada de decisões mais sérias, de forma ambientalmente consciente (DIAS, 2011).

Com tais mudanças acontecendo no âmbito do consumo, juntamente com a nova visão dos consumidores verdes, de que forma o marketing pode trabalhar em conjunto com essa perspectiva? Primeiramente, faz-se necessário entender como o marketing atua na mente do consumidor. Silva (2014, p. 67) assinala que:

Se fôssemos comprar qualquer coisa pela lógica (apenas racionalmente), só compraríamos o que de fato é necessário. Mas infelizmente, no momento de escolher o que comprar, o cérebro recebe influências de todo o nosso saber não consciente (percepções e sentimentos), e o marketing, que entende cada vez mais nosso funcionamento cerebral, se vale justamente disso. Para nós, muitas vezes, isso não faz diferença, mas para os profissionais de publicidade é primordial. Outra maneira de o marketing nos influenciar sem percebermos é por meio de suas analogias, que nos fazem resgatar prazeres vivenciados, imaginados/ idealizados, ou apenas através dos sentidos: música, cheiro, sensações, memória, cor, cheiro, sensações, memória, cores e imagens fortes.

Observa-se então, que o marketing possui ferramentas que agem através de nossas percepções e sentimentos. Sendo assim, a conscientização do ser humano

a respeito do consumo pode influenciar o direcionamento que o marketing deve tomar para atender as necessidades de consumidores verdes. Isso faz com que empresas revejam suas condutas e tentem manter um posicionamento alinhado com os adeptos do consumo sustentável. Para tal feito, essas organizações têm utilizado técnicas de marketing voltadas para o uso do meio ambiente de forma racional e competitiva. Essa nova vertente do marketing se preocupa com a elaboração de estratégias em harmonia com as implicações mercadológicas de produtos que estejam de acordo com a legislação ambiental e que atendam as expectativas e necessidades dos consumidores em consonância com o meio ambiente (DIAS, 2011).

Segundo Dias (2011, p. 172):

A busca por melhor qualidade de vida, que reflete o crescimento das preocupações ambientais no final do século passado, constitui hoje um aspecto importante a ser levado em consideração na construção da imagem de um produto. Esta construção do produto com apelo ecológico só terá condições de se constituir em valor agregado se todo o ciclo de vida do produto e o seu processo de fabricação estiverem adequados às exigências ambientais. Caso contrário, a médio prazo, a imagem da marca da empresa perderá prestígio e respeitabilidade, e, como os que atuam no meio sabem, recuperar a reputação é bem mais difícil que construí-la.

Para Kotler et al. (2012), muitas empresas que não começaram a pensar em uma adaptação de seus processos mais voltada ao meio ambiente, sentiram uma pressão ao correr o risco de serem apontadas e constrangidas publicamente por ambientalistas e consumidores conscientes.

Kotler et al. (2012) cita três casos de grandes empresas e seus respectivos papéis, que geraram impactos notáveis e positivos para o meio ambiente, sendo elas: DuPont, Walmart e Timberland.

A DuPont, empresa química fundada há mais de dois séculos, transformou-se radicalmente – de maior poluidora dos Estados Unidos em uma das empresas mais preocupadas com o verde no país. Pode-se dizer que a DuPont foi uma grande inovadora ambiental, já que direcionou esforços na exploração de tecnologias para criar produtos novos e aperfeiçoados. Ela se reposiciona constantemente, alinhando-se com as necessidades dinâmicas e com os temas em voga no mundo. (KOTLER et al., 2012).

O Walmart – maior empresa varejista do mundo – foi um grande investidor no que diz respeito ao marketing verde. Em 2005, a empresa investiu 500 milhões de dólares para que seus processos fossem menos nocivos ao meio ambiente. A criação de supercentros verdes e comercialização de produtos sustentáveis também são

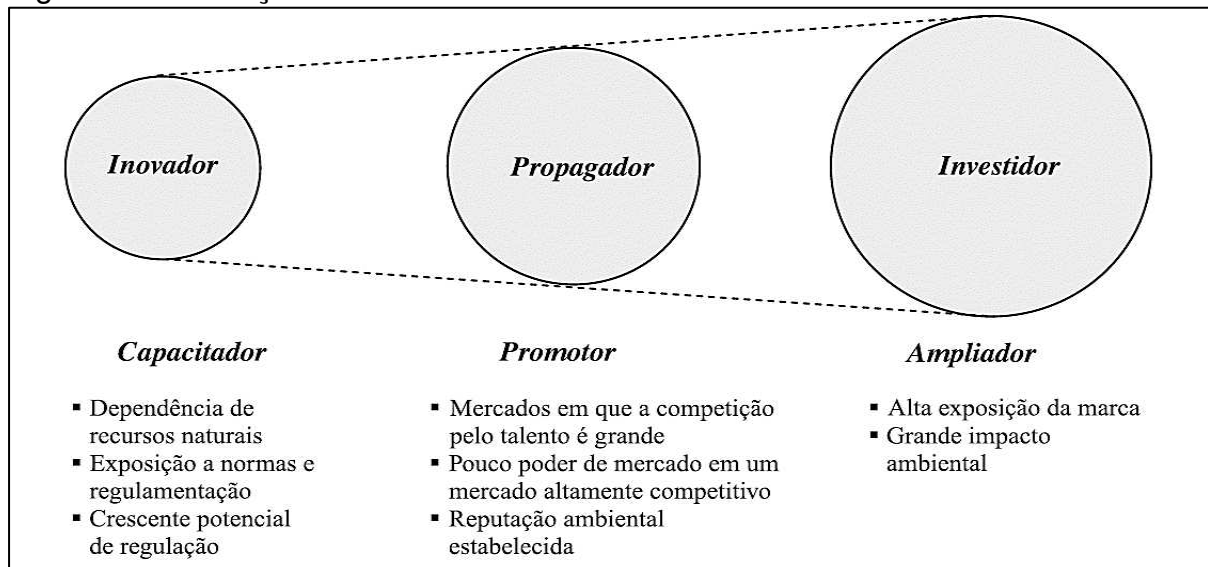
exemplos de seus investimentos ao consumo ambientalmente correto. (KOTLER et al., 2012).

Já a Timberland – líder mundial em design, engenharia e marketing de calçados, vestuário e acessórios – é uma grande propagadora do negócio verde, visto que seus valores internos em harmonia com a sustentabilidade, lhe dão grande vantagem competitiva. A Timberland também possui programas de ajuda as comunidades menos privilegiadas, além de promover os valores de sua marca, entre eles, o de proteção do meio ambiente. (KOTLER et al., 2012).

Kotler et al. (2012) define assim, três classificações de empresas que queiram estar de acordo com suas responsabilidades socioambientais: as inovadoras, investidoras e propagadoras.

A Figura 1, mostra de forma prática, as motivações de cada empresa com base nas classificações citadas anteriormente.

Figura 1 – Motivação dos diferentes atores



Fonte: Kotler, Kartajaya e Setiawan (2012)

Convém notar que a além de benefícios ao meio ambiente, empresas que adotam posturas sólidas com relação ao marketing verde tendem a ser mais respeitadas e ter mais prestígio no mercado.

Dias (2011) corrobora que o apelo ecológico serve de base na construção de produtos ambientalmente sustentáveis, e que sua inclusão e aceitação por parte das empresas é extremamente positivo e se torna fundamental para que as organizações consigam manter uma boa imagem no mercado, como também manter

o equilíbrio da vida no planeta, permitindo que a humanidade continue caminhando em harmonia com o ambiente a sua volta.

3.3 Educação ambiental para o consumo consciente

Ao falar sobre educação ambiental voltada para o consumo consciente, é de suma importância discorrer a respeito da relação que existe entre as formas de inteligência e as habilidades cognitivas. De acordo com Goleman (2011), a forma de inteligência que visa a adaptação com o nosso nicho ecológico é denominada de “inteligência ecológica”.

Goleman (2011, p. 44) traça os seguintes esclarecimentos:

Assim como a inteligência social e emocional baseiam-se em nossa capacidade de enxergar os fatos pela perspectiva do outro, ser solidários com o outro e mostrar nossa preocupação para com ele, a inteligência ecológica amplia essa capacidade a todos os sistemas naturais. Mostramos tal empatia sempre que nos sentimos angustiados diante do "sofrimento" do planeta, ou decidimos melhorar as coisas. Essa empatia ampliada se soma a uma análise racional das causas, gerando motivação para ajudar.

A inteligência ecológica se torna um pilar essencial no que diz respeito a aplicabilidade da educação ambiental, pois aspectos básicos de suas principais características são tidos como pré-requisitos para que seja possível o cumprimento da educação ambiental.

Silva (2010, p. 137) aponta que a educação ambiental “é uma das ferramentas mais largamente utilizadas pelo sistema capitalista no ‘enfrentamento’ da ‘questão ambiental’.” Sua conceituação é fundida por várias concepções que, segundo Leonardi (2001), podem ser classificadas em quatro grandes conjuntos de temas ou objetivos que englobem a educação ambiental, sendo eles:

- biológicos: referem-se a proteger, conservar e preservar espécies, o ecossistema e o planeta como um todo;
- espirituais/culturais: dedicam-se a promover o autoconhecimento e o conhecimento do universo, segundo uma nova ética;
- políticos: buscam desenvolver a democracia, a cidadania, participação popular, diálogo e autogestão;
- econômicos: defendem a geração de empregos em atividades ambientais não-alienantes e não-exploradoras e também autogestão e participação de grupos e indivíduos nas decisões políticas. (LEONARDI, 2001, p. 396).

Somando tais concepções e correntes, a educação ambiental pode ser entendida como uma forma de contribuir com a biodiversidade, bem-estar individual e da sociedade em geral, e autogestão política e econômica com base em processos

educativos que promovam uma relação harmônica entre a qualidade de vida e o meio ambiente (LEONARDI, 2001).

Já Silva (2010) aduz que a educação ambiental tem como objetivo “a formação de uma consciência crítica, do ponto de vista ambiental”. Tal consciência crítica deve ser capaz de compreender desigualdades sociais, diferenças culturais e políticas como dimensões de uma mesma totalidade.

A respeito de sua prática pedagógica, Silva (2010) cita duas vertentes ideopolíticas, sendo elas instrumentais e emancipatórias. O primeiro caso se restringe a aspectos gestionários e comportamentais, “impedindo que a ação pedagógica participe da construção de processos de democratização da sociedade, bem como da consolidação de uma nova relação sociedade”, Silva (2010, p. 138). Já a vertente emancipatória defende a ideia de que a educação ambiental pode ser entendida a partir de um duplo papel: “participando dos processos de socialização humana e cumprindo uma função ideológica de tensionamento das bases da reprodução da ‘questão ambiental’.” (SILVA, 2010, p.138).

Silva (2010) destaca ainda o papel ideológico da educação ambiental, com base em suas ações pedagógicas, que pode ser aduzido da seguinte forma:

[...] ao delimitar como foco de sua ação pedagógica o convívio humano com a natureza – ignorando, moto-contínuo, as determinações sociais deste intercâmbio – converte a ‘questão ambiental’ em uma problemática individual, cuja separação dependeria de uma radical mudança de comportamento, cabendo a todos os cidadãos assumirem ‘a sua parte’. O ‘consumo consciente’ e o fim das práticas predatórias seriam responsabilidade de toda a humanidade. (SILVA, 2010, p. 138).

Entende-se, então, que a educação ambiental, quando repassada pedagogicamente, torna-se dever do indivíduo que possui contato com ela. No entanto, os cidadãos, ao cumprirem suas responsabilidades individuais, acabam por adquirir um compromisso que é de toda a humanidade, o de praticar o consumo consciente (SILVA, 2010).

É importante também, ressaltar os fatores que comprometem as práticas de educação ambiental. No âmbito das políticas públicas, Leonardi (2001, p. 406) apresenta os seguintes motivos acerca de tal comprometimento: “descontinuidade administrativa; falta de recursos financeiros; número insuficiente de recursos humanos para atuar na atividade; despreparo dos professores; interferências políticas.” Tudo isso influencia de forma negativa a educação ambiental, e conseqüentemente, futuros hábitos de consumo consciente.

Leonardi (2001) aduz ainda que compreender a relação que existe entre homem e meio ambiente, significa um aumento da percepção no que diz respeito as estruturas sociais, econômicas e políticas que permeiam tal relação. Infere-se então que a questão ambiental tem sido cada vez mais associada a questão social, e que esse vínculo é de suma importância na educação do indivíduo para o despertar de um comportamento mais conscientemente sustentável.

3.4 Sustentabilidade social

A relação que existe entre meio ambiente e pobreza constitui uma grande preocupação para aqueles que defendem o desenvolvimento sustentável, não apenas do ponto de vista ecológico, mas também social. O combate à pobreza se torna prioridade quando se analisa a relação que existe entre tal condição humana e a natureza. Silva (2010, p. 188) afirma que “o alívio da pobreza é tanto um imperativo moral como um requisito prévio indispensável para chegar a sustentabilidade ambiental. ” Dessa forma, entende-se que o combate à pobreza é uma mediação importante para se mitigar a depredação ambiental.

Portanto, para entender melhor questões que abordem a sustentabilidade social, torna-se necessário identificar, no âmbito das investigações científicas, assim como na formulação das políticas de intervenção social, duas grandes correntes cujas definições servem de base para estabelecer o sentido do termo desenvolvimento sustentável, tanto do ponto de vista ecológico, como social, sendo elas:

- a) A que considera que o problema é, antes de tudo, ecológico, que a ameaça fundamental consta nos danos aos quais as ações dos homens submetem a terra: patrimônio e base de sua existência presente e futura. A ‘sustentabilidade’ que deve-se procurar é a ecológica. Isso é a tendência ‘protecionista’ e ‘conservacionista’ dura;
- b) A que considera que a questão da sustentabilidade não se coloca apenas em termos ecológicos, mas também sociais: para alguns autores porque não tem resposta aos problemas ambientais sem tratamento dos problemas sociais; para outros a natureza não tem valor intrínseco, mas que este valor origina-se da própria existência dos homens e dos usos que dela eles fazem. Esta é a tendência ‘desenvolvimentista’. (ROCHA, 2011, p. 15).

A primeira corrente pode ser definida como sustentabilidade ecológica, enquanto que a segunda é denominada de sustentabilidade social. A noção de sustentabilidade ecológica engloba o conceito de resiliência, como sendo o estado de equilíbrio de um sistema, que ao ser pressionado por uma perturbação forte o bastante

para romper com tal equilíbrio, se rompe, dando lugar a um novo sistema, ou um novo ambiente com características positivas e/ou negativas aqueles que o habitam. Dessa forma, sustentabilidade ecológica seria então, respeitar o estado de resiliência do meio ambiente, ou seja, fazendo do desenvolvimento algo compatível com a capacidade de sustentação da natureza (ROCHA, 2011).

Sustentabilidade social, segundo Rocha (2011), aborda a condição básica da vida de um ser humano, no que tange a inclusão social, estabelecendo os direitos de cidadania básica, como saúde, educação, lazer, acesso à informação etc. A pobreza, como sendo o estado da ausência de tudo que um cidadão comum tem direito, representa um grave problema, já que a sustentabilidade social é condição necessária para assegurar a sustentabilidade ambiental, visto que o meio ambiente é um direito de todos.

Cabe, por oportuno, destacar a lição de Kliksberg (2003), que traz informações a respeito da humanidade e sua evolução que conta com imensas forças produtivas, diversos avanços no ramo da informática, biotecnologia, robótica, microeletrônica, telecomunicações e diversos outros campos. Em contrapartida, Kliksberg (2003) apresenta números chocantes a respeito da pobreza diante de tamanho cenário de “desenvolvimento”, como mostra a seguir:

[...] 1,3 bilhão de pessoas carecem das necessidades mais básicas e vivem em pobreza extrema, com menos de um dólar de renda por dia; 3 bilhões se encontram na pobreza, tendo de subsistir com menos de dois dólares diários; 3 bilhão de pessoas carecem de água potável; 3 bilhões de pessoas não possuem instalações sanitárias básicas e 2 bilhões não recebem eletricidade. (KLIKBERG, 2003, p. 105).

Nota-se a discrepância que existe entre as possibilidades que o desenvolvimento econômico dispõe no que diz respeito ao potencial produtivo e tecnológico, da realidade de grande parte da população que vive de forma miserável, em pobreza extrema. No intuito de pensar a respeito da resolução de tal problema, Sheng (2001, p. 166) ressalta que:

Antes de buscarmos qualquer solução para seja qual for o problema percebido, entretanto, nós, como uma sociedade, devemos concordar sobre o problema a que se necessita endereçar. De outra forma, não haverá base para qualquer solução efetiva, porque o problema, antes de tudo, não é considerado pela sociedade como se existisse. Para que uma sociedade identifique os problemas a serem abordados, deverá haver um processo social em que os diversos segmentos apresentem e discutam suas percepções e aspirações. A maioria da sociedade poderá dessa forma delinear os problemas que lhe afligem e, subsequentemente, formar uma base de apoio para solucioná-los. A disponibilidade e a difusão da

informação, a educação e o aumento da consciência facilitarão a identificação social informada dos problemas.

Em vista disso, a identificação do problema social é o primeiro passo para que medidas efetivas de resolução sejam tomadas. Em conformidade com o que foi dito por Sheng (2001), faz-se necessário tratar o problema de acordo com o seu grau de importância, pois de nada adianta apenas saber da existência de um determinado problema e agir como se o mesmo não existisse. Tal linha de raciocínio contribui na explicação dos extremos citados anteriormente, em que de um lado o potencial tecnológico de evolução é enorme, ao mesmo tempo em que uma grande porcentagem da população não tem nem o que comer.

Sendo assim, a sustentabilidade social, como sendo fator integrante do desenvolvimento sustentável, exige total harmonia entre a sociedade e o meio ambiente, aliando o progresso juntamente com a conservação consciente dos recursos naturais do planeta, garantindo assim, uma qualidade de vida igualitária para todos os seres vivos que habitam a Terra.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Lakatos e Marconi (2003, p. 221) descrevem “metodologia como sendo a que abrange maior número de itens, pois responde, a um só tempo, às questões como?, com quê?, onde?, quanto?”. ” Dessa forma, mediante o que foi apresentado no referencial teórico, este capítulo tem como objetivo apresentar os procedimentos metodológicos utilizados no decorrer da pesquisa, e que serviram de base para que sua realização fosse concluída com êxito.

4.1 Abordagem e tipo de pesquisa

Adotou-se como forma de abordagem a pesquisa quantitativa e qualitativa. Quantitativa porque tem como principal característica a utilização da quantificação, realizada por meio de técnicas estatísticas (MATIAS-PEREIRA, 2012). No caso desta pesquisa, são apresentados a média e o percentual, mediante gráficos e tabelas. Qualitativa, porque “as informações obtidas não podem ser quantificáveis. Por sua vez, os dados obtidos são analisados de forma indutiva. ” (MATIAS-PEREIRA, 2012, p. 85). Este método foi utilizado em menor proporção, visto que o questionário apresentou apenas duas questões abertas.

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 155), “a pesquisa é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. ” Gil (2008, p. 26) complementa ainda que:

Pode-se definir a pesquisa como processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos. [...] a pesquisa pura busca o progresso da ciência, procura desenvolver os conhecimentos científicos sem a preocupação direta com suas aplicações e consequências práticas. Seu desenvolvimento tende a ser bastante formalizado e objetiva a generalização, com vistas na construção de teorias e leis.

Em comentário a essa questão, Vergara (2013) assinala que é importante o pesquisador ser informado sobre o tipo de pesquisa que será realizada, assim como sua conceituação e justificativa. A autora propõe ainda dois critérios básicos de classificação a respeito de uma determinada pesquisa, sendo eles: quanto aos fins, e quanto aos meios.

Segundo Vergara (2013), uma pesquisa pode ser classificada quanto aos fins das seguintes formas: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista.

Tecendo uma análise detalhada sobre o tema da pesquisa em questão, juntamente com os respectivos conceitos acerca de cada uma das classificações, definiu-se que o estudo se enquadra nas categorias exploratória e descritiva.

Lakatos e Marconi (2003, p. 188) fazem a seguinte analogia a respeito de pesquisa exploratória:

[...] são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema. [...] empregam-se geralmente procedimentos sistemáticos ou para a obtenção de observações empíricas ou para as análises de dados (ou ambas, simultaneamente). Obtém-se frequentemente descrições tanto quantitativas quanto qualitativas do objeto de estudo, e o investigador deve conceituar as inter-relações entre as propriedades do fenômeno, fato ou ambiente observado.

Já a respeito das pesquisas descritivas, Gil (2008, p. 28) deixa assentado que “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Com base no que foi exposto, pode-se definir a pesquisa deste trabalho como sendo exploratória, pois será aplicado um método científico de coleta de dados, e, posteriormente, realizada sua análise para que esclarecimentos sejam efetuados no intuito de descobrir qual a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA acerca de consumo sustentável, assim como suas práticas e entendimento.

A pesquisa também pode ser classificada como descritiva, visto que uma amostra dos alunos do Curso de Administração da UEMA será analisada, através da aplicação de um questionário que coletará informações descritivas que serão utilizadas em consonância com outras variáveis estabelecidas com foco no tema desta pesquisa. Dessa forma, haverá a possibilidade de traçar relações entre as variáveis do estudo, para que uma análise mais elaborada possa ser feita, garantindo assim, a resposta para a problemática desta pesquisa.

Quanto aos meios, Vergara (2013) afirma que a pesquisa pode ser classificada de nove formas, sendo elas: pesquisa de campo; pesquisa de laboratório; documental; bibliográfica; experimental; ex post facto; participante; pesquisa-ação; estudo de caso.

De acordo com as categorias apresentadas, pode-se enquadrar esta pesquisa como sendo de campo, bibliográfica e estudo de caso. De campo, pois, como aponta Gil (2008, p. 55), “procede-se a solicitação de informações de um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado.” Gil (2008, p. 57), afirma ainda que a pesquisa de campo “procura muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis. ”

Sendo assim, esta pesquisa classifica-se como de campo, uma vez que as informações foram recolhidas de um determinado grupo, no caso, os discentes do Curso de Administração da UEMA, com o objetivo de saber a percepção dos alunos a respeito de consumo sustentável. Tal informação foi alcançada através de questões referentes ao tema, que foram analisadas juntamente com outros questionamentos de descrição e de identificação, a fim de correlacionar as variáveis envolvidas no processo.

A pesquisa também foi bibliográfica, já que pode ser classificada como sendo, de acordo Vergara (2013, p. 43), “um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral. ”

A pesquisa se enquadra também como estudo de caso, pois como aponta Vergara (2013, p. 44), “é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento. Pode ou não ser realizada no campo. ”

4.2 Local, universo e amostra

A pesquisa foi realizada na cidade de São Luís, capital do estado do Maranhão, na UEMA, Cidade Universitária Paulo VI, Tirirical.

Para Lakatos e Marconi (2003, p. 223), “universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum. ” A delimitação do universo consistiu no alinhamento e especificação de dados abordados na pesquisa, enumerando suas características em comum. Amostra é a parte retirada do universo, uma vez que a pesquisa não é censitária, ou seja, não utiliza todo o universo, investigando apenas uma parte (amostra).

Sobre amostras, Vergara (2013) afirma que existem dois tipos de classificação: probabilística, que se baseia em procedimentos estatísticos, e não probabilística fundamentada em tipicidade e acessibilidade.

Nesta pesquisa, o universo compreende todos os alunos do Curso de Administração da UEMA. Já a amostra foi estabelecida com base em 68 alunos que se dispuseram a contribuir com a pesquisa respondendo o questionário, justificando assim, o tipo de amostra não probabilística por acessibilidade, que se fundamenta no alvo que foi estabelecido para este estudo, e a disponibilidade que os discentes tiveram para colaborar com este trabalho.

4.3 Instrumentos e técnicas de coleta

Para que se possa realizar uma coleta de dados adequada e bem estruturada, é necessário buscar instrumentos e técnicas que supram da melhor forma possível a obtenção de tais informações. Nesse estudo, foi utilizado um questionário, que segundo Vieira (2009, p. 15), “é um instrumento de pesquisa constituído por uma série de questões sobre determinado tema.”

O questionário foi contemplado com dez questões fechadas e duas abertas, totalizando em doze questões. Este foi dividido em três partes, a saber:

- a) Identificação: apresenta questões diretas e descritivas que servem para identificar alguns pontos essenciais para a pesquisa;
- b) Consumo Sustentável: esta parte é composta por algumas questões a respeito de consumo e sustentabilidade, e tem o objetivo de extrair informações sobre a percepção e alguns hábitos sobre consumo sustentável;
- c) Comportamento e Influência Sustentável: é constituído por um quadro que possui uma quantidade razoável de comportamentos e de que forma estes hábitos podem influenciar futuramente.

Suprimiu-se a identificação dos discentes como preservação ética da investigação.

Também foram realizadas pesquisas bibliográficas através de livros, artigos, publicações na internet, teses e outros veículos de informação voltados para o tema desta pesquisa, e para fins de contribuição metodológica.

4.4 Tratamento de dados

Segundo Gil (2008, p. 178), o tratamento de dados consiste na “obtenção de um sentido mais amplo para os dados analisados, o que se faz mediante sua ligação com conhecimentos disponíveis, derivados principalmente de teorias. ” Vergara (2013, p. 56) complementa ainda que “o tratamento dos dados refere-se àquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando por que tal tratamento é adequado aos propósitos do projeto. ”

Os dados podem ser categorizados, segundo Vergara (2013), de forma estatística e não estatística. A primeira é realizada com uma abordagem quantitativa, que, segundo Lakatos e Marconi (2003), no âmbito das pesquisas sociais, tende a realizar mensurações acerca de atributos da experiência humana. Já a forma não estatística consiste em uma análise qualitativa, que, de acordo com Gil (2008), dispõe de procedimentos analíticos e dependem muito da capacidade e estilo do pesquisador na hora de realizar sua verificação.

4.5 Limitações da pesquisa

Toda pesquisa científica apresenta obstáculos e fatores que acabam por dificultar sua elaboração. Esta pesquisa apresentou algumas dificuldades no que diz respeito à aplicação do questionário, visto que algumas disciplinas sem professor influenciaram na disponibilidade de alguns alunos nos dias em que a aplicação dos questionários foi realizada, pois em determinados horários, haviam pouquíssimos discentes disponíveis.

Dos 68 questionários aplicados, dois ficaram sem a resposta da última questão, que é uma questão discursiva. Esta limitação não afetou a análise feita acerca das questões diretas a serem investigadas. Mesmo com alguns empecilhos, não houve comprometimento da efetividade da amostra, que se apresentou suficiente para atender os objetivos desta pesquisa.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como já mencionado, o instrumento de coleta de dados desta pesquisa foi o questionário, elaborado de acordo com o foco do estudo. Este, foi dividido em três partes, sendo elas: 1 Identificação; 2 Consumo Sustentável; 3 Comportamento e Influência Sustentável. A ordem de apresentação da análise dos dados seguiu a mesma ordem de questões presentes no questionário.

Os resultados vistos a seguir, foram apresentados mediante gráficos (questões fechadas), e sua análise foi feita antes da exibição destes. Usaram-se apenas duas tabelas, e suas análises foram feitas logo após sua exibição, de forma a facilitar o entendimento de sua verificação. As questões abertas serão analisadas com base na técnica de análise indutiva, como aduz Matias-Pereira, (2012).

O período de aplicação dos questionários ocorreu entre o dia 29 de abril e 4 de maio. A ferramenta utilizada foi um modelo de questionário impresso, que foi aplicado pessoalmente aos 68 alunos do Curso de Administração da UEMA. Vale ressaltar que houve um processo de interpelação, que ocorreu com alunos que se encontravam sem aula no momento de sua aplicação, assim como a solicitação feita a alguns professores, para que fosse aplicado em algumas turmas em que estava havendo aula.

No intuito de manter a veracidade das opiniões, juntamente com a preservação ética da investigação, não houve identificação dos estudantes que contribuíram com a pesquisa.

5.1 Identificação

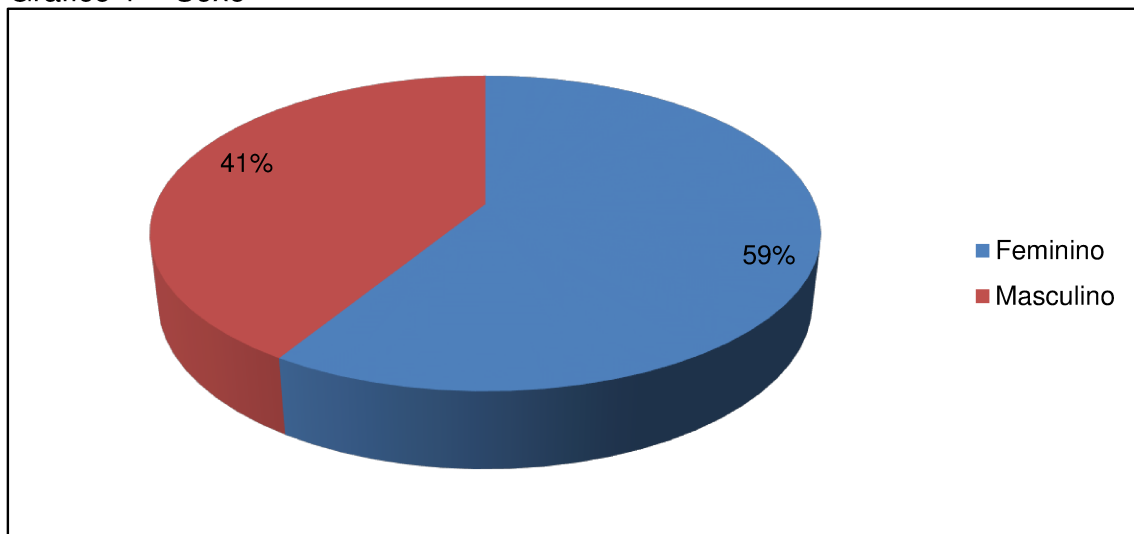
Neste aspecto, foram realizadas análises sobre quatro questões quantitativas e descritivas, que serviram para identificar alguns pontos essenciais no que tange as características dos respondentes, e possíveis relações que existam entre essas características com consumo sustentável.

5.1.1 Gênero dos participantes

Faz-se necessário dizer que não houve contatos pré-estabelecidos, apenas interpelação direta e pessoal com os alunos do curso.

De acordo com os dados levantados neste quesito, nota-se que de um total de 68 pessoas que responderam o questionário, 40 (59%) são do sexo feminino, enquanto que 28 (41%) pertencem ao sexo masculino. Tal informação alinha-se com uma pesquisa do Censo de 2013 sobre número de estudantes no ensino superior. Na categoria a respeito de gêneros, a pesquisa aponta que 55,5% dos matriculados em instituições de ensino superior são mulheres, um dado importante no que diz respeito a igualdade de gêneros, que caminha rumo ao equilíbrio.

Gráfico 1 – Sexo



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

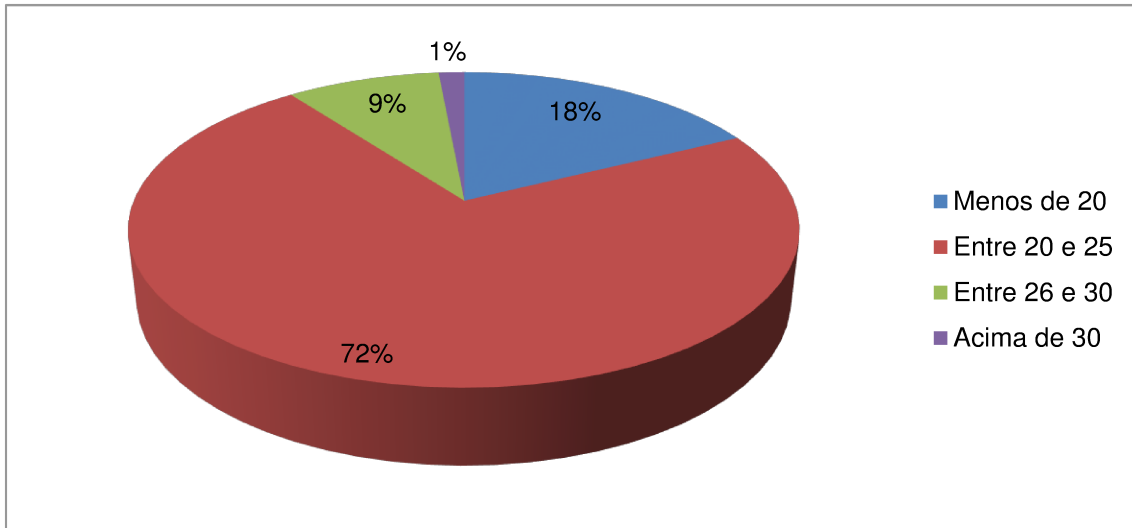
5.1.2 Idade dos participantes

No que se refere a idade dos participantes, notou-se um grupo bastante jovem de alunos, com média equivalente a 22,6 anos. Na faixa com menos de 20 anos, encontram-se 18% (12) dos estudantes da amostra. A faixa entre 20 e 25 anos, é onde está inclusa a maior quantidade de estudantes que participaram desta pesquisa, somando 49 alunos de um total de 68 que colaboraram, o que representa 72% do todo. A faixa etária de 26 a 30 anos agrupa um percentual de 9% (6) e apenas um dos participantes admitiu ter idade acima de 30 anos, o que corresponde a 1% do total de discentes que cooperaram com este estudo.

Este resultado demonstra semelhança com o obtido por Fleury (1983), em uma pesquisa realizada acerca do ensino de graduação em Administração no Brasil. Seu estudo abrangeu sete instituições de ensino, cobrindo todas as regiões do país,

e teve uma média de idade equivalente a 20,3 anos. Tal correlação indica que há 33 anos atrás, havia predominância de estudantes jovens na graduação de Administração, e que este dado se faz verídico também nos dias atuais

Gráfico 2 – Idade



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.1.3 Fonte de renda

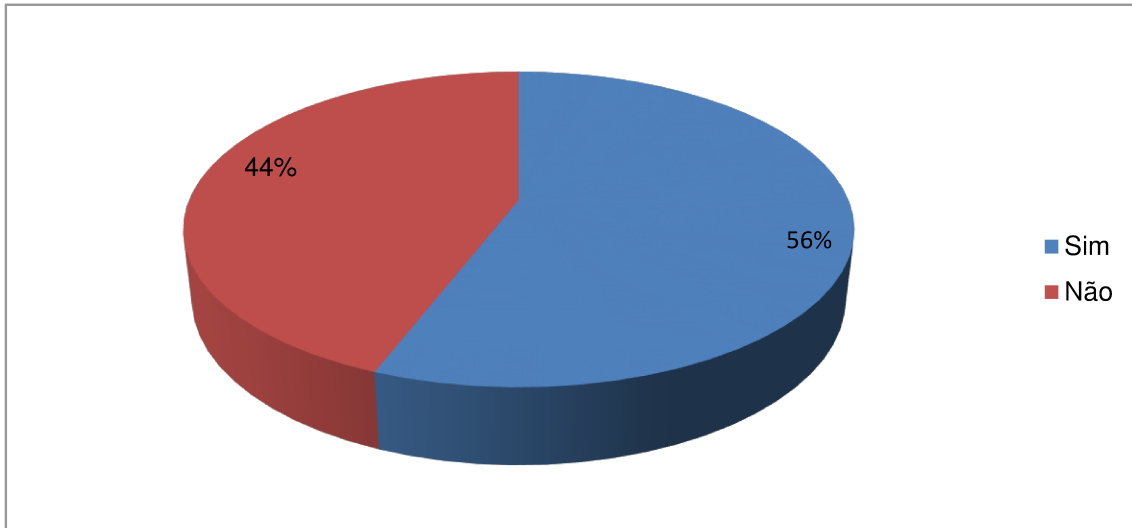
Em relação ao questionamento sobre a renda que o respondente possui, nota-se que houve pouca diferença no que diz respeito às opções disponíveis. Dos 68 discentes que colaboraram com o estudo, 38 admitiram possuir algum tipo de renda, o que representa 56% do total. Já a respeito da ausência de uma fonte de renda, o resultado deixa claro que 44% (30) dos alunos se enquadram nesta variável.

Os resultados aqui obtidos mostram que quase metade dos alunos do curso de Administração da UEMA, não possuem uma fonte de renda. Com relação ao preço de produtos sustentáveis, a ausência de uma renda pode representar limitações na hora de escolher tais produtos.

Uma pesquisa feita em um Supermercado de Recife em 2010, pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos, mostra que um carrinho de compras preenchido com dez produtos básicos comuns, custa R\$ 41,85, enquanto que os mesmos dez produtos da linha orgânica, custam R\$ 61,37. Com base nisso, percebe-se um aumento de 46,6% no preço de produtos sustentáveis, o

que impacta ainda mais na ausência de uma renda para que se possa optar por produtos desta natureza.

Gráfico 3 – Fonte de renda dos discentes



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.1.4 Valor da renda dos alunos

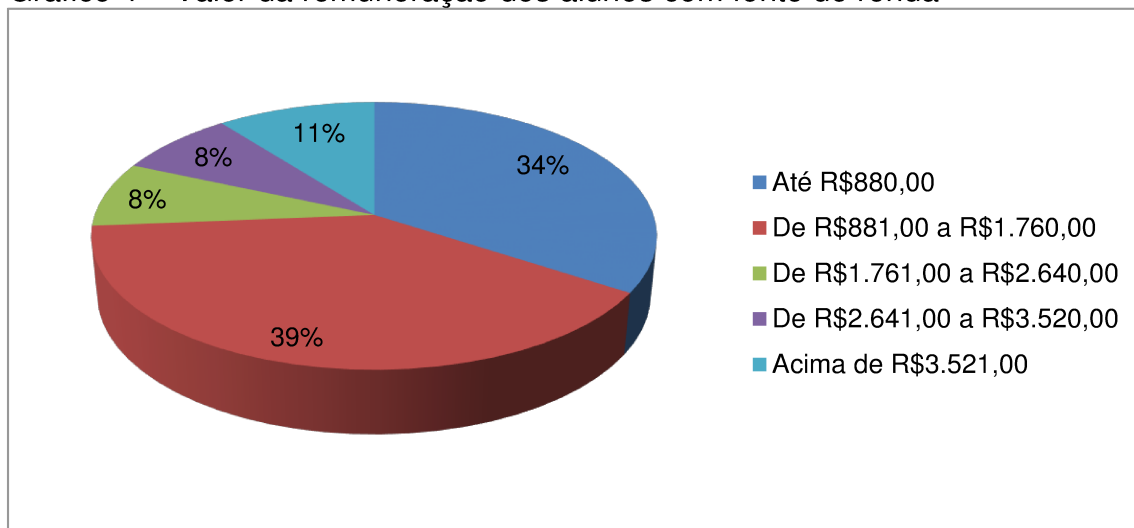
O Gráfico 4 apresenta uma variável que depende diretamente do que foi apresentado na questão anterior, já que apenas os que possuem alguma fonte de renda (38 pessoas), puderam responder a esta pergunta.

Como pode ser observado no Gráfico 4, houve a predominância de alunos que possuem renda acima de um salário mínimo, e até dois salários mínimos, correspondendo a 39% (15) do total deste quesito. Discentes que recebem até um salário mínimo representam 34% (13). Os que recebem acima de dois e até três salários mínimos somam 8% (3), a mesma quantidade dos estudantes que recebem de três a quatro salários mínimos foi registrada, 8% (3). Já alunos que possuem renda superior a quatro salários mínimos, equivalem a 11% (4).

De acordo com o Site Nacional de Empregos (SINE), a média de salários para estagiários de empresas de pequeno, médio e grande porte é de, respectivamente, R\$ 773,42, R\$ 928,10 e R\$1113,71. Estes dados se assemelham totalmente com o exposto no Gráfico 4, visto que as duas variáveis com maior grau de inserção de alunos são as que vão de um até dois salários mínimos, que juntas, correspondem a 73% da amostra em questão.

Com base no que já foi apresentado até agora, pode-se estabelecer a seguinte relação: por ser um grupo jovem, com média de idade de 22 anos, entende-se que os alunos do Curso de Administração da UEMA não possuem ainda vasta experiência de mercado, visto que o intervalo de tempo de conclusão do ensino médio (17 anos), até da média de idade apresentada na pesquisa (22 anos), é de apenas cinco anos. Subtende-se ainda, que boa parte dos discentes apenas estudam, como prova o Gráfico 3, de que aproximadamente metade dos alunos não possui fonte de renda. Percebe-se ainda, que boa parte dos que gozam de rendimento financeiro, enquadram-se nos valores monetários atribuídos aos estágios. Conclui-se então, que os alunos do curso de Administração da UEMA, não possuem poder de compra suficiente para que sejam adeptos assíduos do consumo de produtos sustentáveis.

Gráfico 4 – Valor da remuneração dos alunos com fonte de renda



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.2 Consumo sustentável

Este ponto compreende cinco questões quantitativas e uma questão qualitativa, com o objetivo de extrair informações sobre a percepção dos alunos, assim como algumas avaliações a respeito de variáveis vinculadas ao consumo sustentável.

5.2.1 Percepção dos participantes sobre consumo sustentável

Mediante o fato da pesquisa ter como principal objetivo descobrir a percepção dos alunos do Curso de Administração da UEMA a respeito de consumo

sustentável, viu-se a necessidade de elaborar a uma questão de cunho qualitativo, dando a possibilidade de os alunos descreverem de forma clara e objetiva, com suas próprias palavras, o que estes entendem por “Consumo Sustentável”. O resultado obtido será exposto de acordo com a ideia principal de cada colocação, visto que muitos alunos apresentaram a mesma ideia acerca do que foi questionado, apenas modificando algumas palavras na elaboração de suas respostas. Portanto, observa-se as seguintes elucidações:

- a) Consumo responsável, sem exageros;
- b) Oposição ao consumismo, comprar somente o necessário;
- c) Preocupação com o meio ambiente, consumindo produtos que diminuam o impacto na natureza;
- d) Consumir de empresas preocupadas com o meio ambiente;
- e) É possuir controle sobre todos os gastos;
- f) Evitar desperdícios;
- g) Consumo consciente;
- h) Tudo aquilo que não agrida o meio ambiente;
- i) Consumo de produtos com embalagens que possam ser reaproveitadas e recicladas;
- j) Preocupar-se com o futuro da sociedade e do meio ambiente;
- k) Usar recursos de forma eficiente, diminuindo os custos;
- l) Gastar de acordo com o poder aquisitivo de cada pessoa;
- m) Consumir produtos com recursos naturais em sua composição;
- n) Pensar nas futuras gerações;
- o) É a forma como se utiliza sua própria renda;
- p) Consumir produtos que são ecologicamente fabricados.

Com base no que foi apresentado pelos respondentes, nota-se que a grande maioria dos alunos tem uma percepção sobre consumo sustentável que engloba o consumo responsável de produtos ecológicos ou de composição natural, de empresas ecologicamente corretas, que não agridam o meio ambiente, garantindo assim, a saúde das gerações futuras. Conclui-se então, que os alunos do Curso de Administração da UEMA, tem uma percepção correta acerca do que é consumo sustentável, o que pode ser evidenciado com o que foi apresentado no decorrer deste trabalho.

5.2.2 Comportamento consumista

No que se refere a autoavaliação dos respondentes a respeito de consumismo, 57% (39) consideram-se como pessoas consumistas. Já 29 dos 68 participantes da pesquisa, o que representa 43% do total da amostra, responderam que não se consideram pessoas consumistas (Gráfico 5).

Silva (2014) deixa claro que o ato de consumir faz parte da vida de todos. Consome-se para suprir as necessidades básicas do organismo. No entanto, o risco de se tornar uma pessoa consumista é iminente a partir do momento que características impulsivas dominam as escolhas de um indivíduo.

Em comentário a essa questão, Silva (2014, p. 33) afirma ainda que “sem esse impulso, que ‘cega’ a razão e o faz comprar coisas desnecessárias, não haveria descontrole nas contas bancárias ou nos cartões de crédito da maior parte dos consumidores. ”

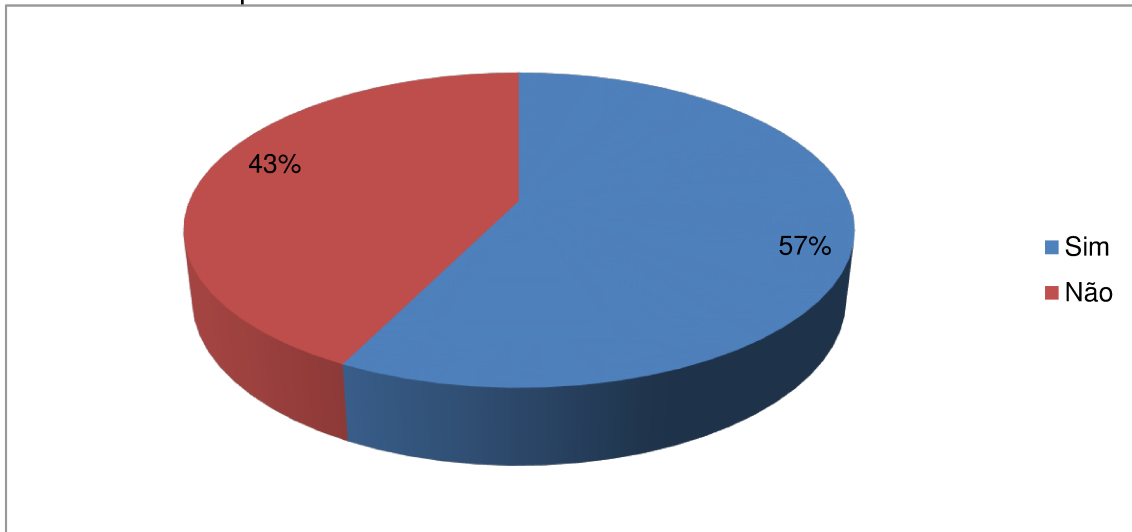
Percebe-se então, que o consumo, quando ocorre de forma exagerada e com base em comportamentos impulsivos (consumismo), “leva a exploração excessiva dos recursos naturais e interfere no equilíbrio estabelecido do planeta. ” (QUEIROZ, 2010).

Segundo o relatório “Planeta Vivo 2008”, do *World Wide Fund for Nature* (WWF) a população mundial já consome 30% a mais do que o planeta consegue repor. Outro relatório, o “Estado do Mundo 2010”, do *World Watch Institute* (WWI), aponta que 60 bilhões de toneladas de recursos naturais são extraídos anualmente pelo homem. Isto representa um aumento de 50% com relação ao que era extraído 30 anos atrás.

Estes dados simbolizam a gravidade do que o consumismo pode representar como elemento prejudicial ao meio ambiente. A medida que o consumismo avança, suas bases de sustento exigem explorações cada vez mais agressivas contra a natureza.

No que concerne ao resultado desta variável, nota-se que boa parte dos alunos do Curso de Administração da UEMA (57%), assumem ter comportamento consumista, o que representa um fator totalmente contrário ao das práticas advindas da essência de consumo sustentável.

Gráfico 5 – Comportamento consumista



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.2.3 Hábitos de consumo sustentáveis

Os resultados que serão apresentados a seguir no Gráfico 6, correspondem ao número de alunos que admitiram, ou não, ter hábitos de consumo construídos com base em sustentabilidade. Nota-se que 53% (36) dos discentes reconheceram não possuir hábitos de consumo sustentáveis, enquanto 47% (32) assumiram ter práticas voltadas para o consumo sustentável.

O consumidor sustentável, pode ser retratado, segundo Dias (2011, p. 159), como “aquele que manifesta suas preocupações ambientais no seu comportamento de compra, buscando produtos que considera que causam menos impactos negativos ao meio ambiente”.

Nesse vértice, é cabível estabelecer uma relação com o que foi analisado no Gráfico 5, visto que hábitos sustentáveis de consumo se mostram contrários à comportamentos consumistas. Dessa forma, subtende-se que a porcentagem de alunos que admitem ter hábitos de consumo sustentáveis, deve ser próxima da porcentagem dos discentes que admitiram não ser consumistas, ou vice e versa.

Neste quesito (Gráfico 6), nota-se que 32 dos 68 alunos pesquisados admitem ter hábitos sustentáveis de consumo. Tal informação deve ir ao encontro do que foi visto no Gráfico 5, acerca dos alunos que não se consideram consumistas, somando um total de 29. Verifica-se então, que os resultados de ambos os gráficos provam a veracidade das opiniões a respeito do que foi questionado, visto que os

valores são semelhantes ao que representa cada variável apresentada nesta relação. Este vínculo pode ser melhor observado na tabela a seguir:

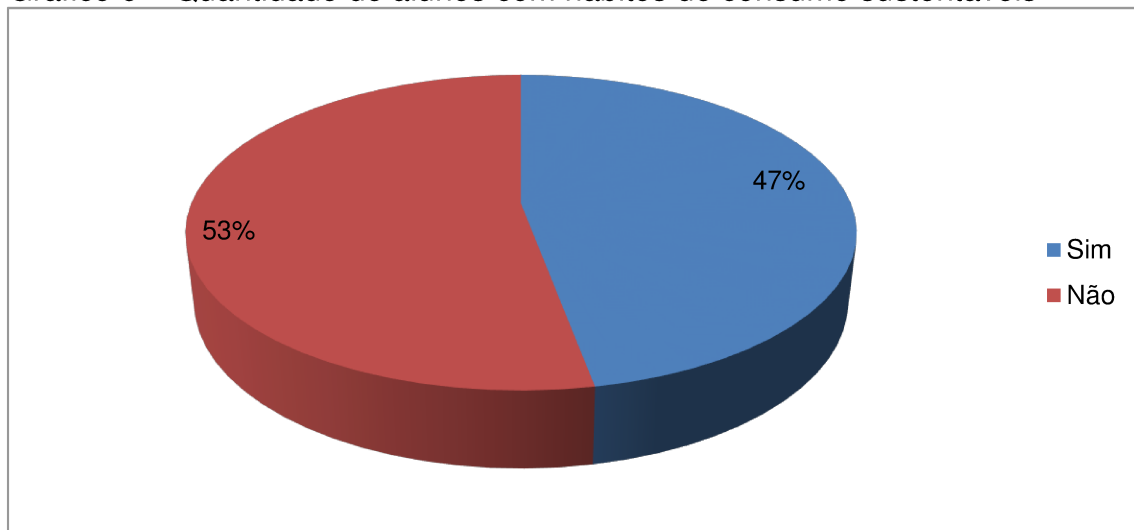
Tabela 1 – Comportamento consumista e hábitos sustentáveis de consumo

	Sim	Não
Consumismo	57%	43%
Consumo Sustentável	47%	53%

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Nesse sentido, deve-se dizer que o número de respostas positivas sobre consumismo (57%), se assemelha a quantidade de respostas negativas sobre consumo sustentável (53%). Logo, fica claro também o contrário, de que o número de réplicas positivas sobre consumo sustentável (47%), reproduz o que foi observado acerca das respostas negativas sobre consumismo (43%), estabelecendo uma relação harmônica e coerente entre estas variáveis.

Gráfico 6 – Quantidade de alunos com hábitos de consumo sustentáveis



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

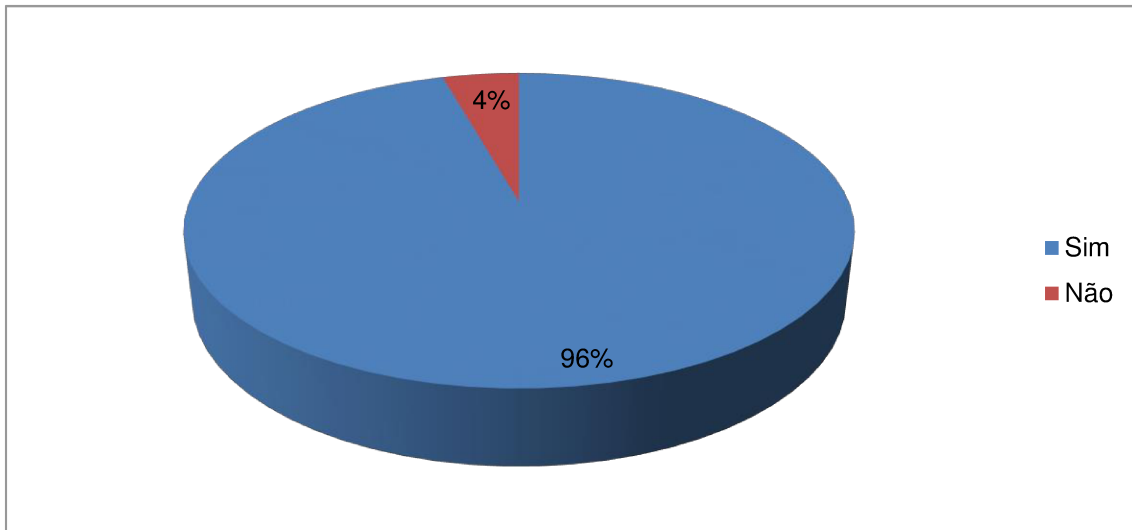
5.2.4 Influência do consumo na fabricação de produtos

O Gráfico 7 revela a opinião dos alunos diante do seguinte questionamento: “na sua opinião, o tipo de consumo das pessoas influencia na forma como os produtos são fabricados?”. A grande maioria dos discentes, 96% (65) para ser mais exato, acredita sim que o tipo de consumo influencia na fabricação e criação dos produtos que se encontram no mercado. Apenas 4%, ou 3 dos 68 alunos que participaram deste estudo, responderam “não” a esta pergunta.

Em entrevista encontrada no site <http://www.agenda21comperj.com>, a coordenadora de Comunicação Institucional do Instituto Akatu – Organização não governamental que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente – Ana Néca, fala sobre a influência do tipo de consumo das pessoas na forma como os produtos são fabricados. Ana acredita que o consumo pode ser um agente transformador da realidade das pessoas. A coordenadora afirma o seguinte: “se o produto não tem selo verde, é fabricado com trabalho escravo, gera muitos rejeitos e eu compro, estou dizendo que essa marca é boa, que está tudo bem, porque mesmo que ela faça tudo isso eu estou comprando.” Ana deixa claro, também o que pensa a respeito de empresas com outras formas de conduta, “se uma marca é mais responsável social e ambientalmente, e eu opto por ela, estou dizendo ‘eu quero mais disso no mundo’, eu valorizo as práticas dessa empresa”.

Nesse sentido, entende-se que como a maioria dos alunos (96%) que participaram dessa pesquisa acreditam que o tipo de consumo influencia na fabricação dos produtos, conclui-se que os discentes creem em seu potencial de consumidores, como sendo um direcionador do rumo que o mercado segue e pode seguir posteriormente caso haja uma mudança significativa nos tipos de consumo. Com o aumento da consciência ambiental, empresas estão adaptando cada vez mais sua variedade de produtos e serviços (vide Capítulo 3), como forma de se enquadrar as necessidades do consumidor. Dessa forma, basta que haja um aumento ainda mais significativo da demanda por produtos ecologicamente sustentáveis, para que grandes mudanças sejam percebidas no mercado atual.

Gráfico 7 – Opinião dos alunos sobre a influência do tipo de consumo na fabricação de produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.2.5 Consumo sustentável: disponibilidade de produtos

No que se refere disponibilidade de produtos que atendam às exigências de consumidores adeptos ao consumo sustentável, foram apresentadas cinco opções de resposta: alta, suficiente, razoável, baixa e insuficiente. A percepção dos alunos acerca desta variável mostrou-se bastante direcionada, com maior número de respostas nas opções que apontam tal disponibilidade como razoável e baixa (Gráfico 8).

Como expõe o Gráfico 8, dois alunos responderam que consideram alta a disponibilidade de produtos que supram as necessidades de quem pratica o consumo sustentável e cinco opinaram como sendo suficiente. A maior concentração de respostas encontra-se nas opções “razoável” e “baixa”, tendo, respectivamente, 31 e 27 respostas assinaladas nestas opções. Apenas três alunos declararam esta disponibilidade como sendo insuficiente.

Nota-se que os alunos do Curso de Administração da UEMA, consideram que a disponibilidade de produtos ecológicos no mercado é razoável/baixo. Mesmo que não se tenha uma grande variedade deste tipo de produto nas prateleiras de lojas e supermercados, é possível encontra-los com um pouco de esforço.

Pode-se estabelecer uma relação com a percepção que os discentes tiveram a respeito da influência do consumo na fabricação de produtos ecológicos. Levando em consideração o que os alunos responderam para a análise do Gráfico 7,

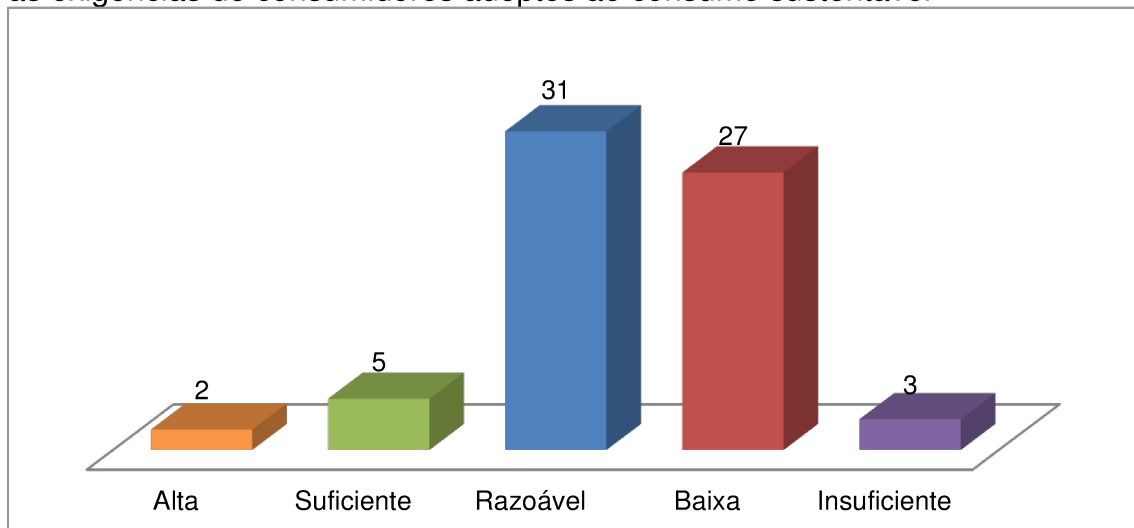
a classificação predominante da disponibilidade de produtos como sendo razoável e baixa, pode corresponder ao tipo de consumo prevalente desta região. Em resumo, com base no que foi exposto, seria pertinente afirmar que a demanda por produtos que satisfaçam os adeptos do consumo sustentável, seja razoável, tangenciando a baixa classificação.

Dessa forma, caso a procura fosse elevada, provavelmente os alunos perceberiam que a variedade desses produtos seria bem mais alta, ou, caso a busca fosse praticamente nula, a opção “insuficiente” desta questão seria a mais assinalada.

Estes dados intercalam-se ainda com o que foi apresentado no Gráfico 6, em que 47% dos alunos admitiram ter hábitos de consumo sustentáveis. Em se tratando da influência na fabricação de produtos, este percentual vai de encontro ao que foi analisado no Gráfico 7, e que é complementado no Gráfico 8.

Em síntese, como 47% dos alunos possuem hábitos de consumo sustentáveis, a disponibilidade de produtos que atendam a necessidade deste tipo de consumidor, seria de fato razoável, tangenciando para baixa, o que é evidenciado nas respostas dadas a esta questão (Gráfico 8). Tal relação se torna coerente com base no que foi evidenciado nas respostas do Gráfico 7, que o tipo de consumo influencia na fabricação de produtos.

Gráfico 8 – Percepção dos alunos sobre a disponibilidade de produtos que atendam às exigências de consumidores adeptos ao consumo sustentável



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.2.6 Influência do consumo sustentável ao meio ambiente

No Gráfico 9, foram apresentados resultados sobre a convicção de opinião dos discentes acerca do consumo sustentável como sendo um fator que realmente pode modificar ou não a realidade do meio ambiente.

O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), divulgou dia 27/05/2016, durante a 2ª Sessão da Assembleia das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEA), o relatório “Meio ambiente saudável, povo saudável” (*Healthy Environment, Healthy People*). O relatório revela que aproximadamente 23% de todas as mortes prematuras no mundo são causadas por problemas de degradação ambiental, com número estimado em 12,6 milhões de mortes no ano de 2012.

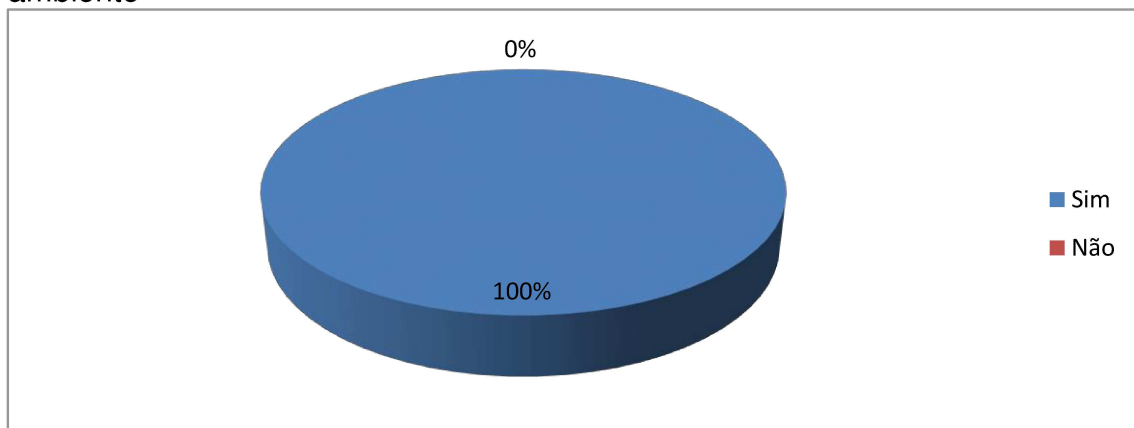
Além disso, o PNUMA destaca que quase 7 milhões de pessoas morrem por ano devido exposição à poluição. Ademais, cerca de 1000 crianças morrem por dia devido as doenças transmitidas por água contaminada e imprópria para consumo.

Os dados referidos acima revelam apenas algumas consequências da degradação ambiental que a natureza vem enfrentando ao longo de todos esses anos.

Os respondentes desta pesquisa, quando questionados sobre a possibilidade do consumo sustentável poder influenciar na modificação da realidade no qual o meio ambiente se encontra atualmente, todos responderam que sim. 100% dos alunos que participaram da pesquisa, acreditam no consumo sustentável como sendo um fator de modificação da atual situação ambiental.

Este dado revela que todos os participantes têm consciência da situação que circunda o planeta Terra atualmente, e que o consumo sustentável é uma medida que pode ser adotada como forma de reverter essa situação.

Gráfico 9 – Consumo sustentável como fator de modificação da realidade do meio ambiente



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

5.3 Comportamento e influência sustentável

Este ponto é constituído por uma tabela que possui seis hábitos a serem usados como forma de extrair informações sobre o comportamento dos alunos acerca de consumo sustentável. Também possui uma questão qualitativa a fim de analisar possíveis influências aos discentes no que diz respeito a suas futuras carreiras como Administradores.

5.3.1 Hábitos de consumo

Tabela 2 – Hábitos de consumo dos discente do Curso de Administração da UEMA

Variável	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase Sempre	Sempre
Evita deixar lâmpadas em ambientes desocupados	2,94%	0%	19,11%	23,52%	54,41%
Fecha a torneira quando não está enxaguando algo	0%	4,41%	10,29%	26,47%	58,82%
Deixa o chuveiro desligado enquanto se ensaboa ou usa produtos no cabelo	1,47%	5,88%	19,11%	30,88%	42,64%
Desliga aparelhos eletrônicos quando não estão sendo usados	2,94%	8,82%	29,41%	25%	33,82%
Usa o verso da folha de papel já utilizado	2,94%	10,29%	26,47%	27,94%	32,35%
Joga lixo em local apropriado	0%	1,47%	11,86%	45,58%	41,17%

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com base no que foi apresentado na Tabela 1, e como forma de avaliar o comportamento dos alunos acerca de consumo sustentável, pode-se traçar os seguintes esclarecimentos acerca dos aspectos abordados:

- a) Evita deixar lâmpadas em ambientes desocupados: 54,41% dos respondentes, o que representa a grande maioria, assumiram que sempre evitam deixar lâmpadas em ambientes desocupados. 23,52% afirmaram quase sempre ter esse tipo de conduta, e uma porcentagem ínfima reconheceu que nunca possui este hábito, somando apenas 2,94%;
- b) Fecha a torneira quando não está enxaguando algo: Mais uma vez, grande parte dos alunos se mostrou consciente da responsabilidade para com o meio ambiente, e nesta variável que visa a economia de água, 58,82% dos alunos marcaram a opção “sempre”. 26,47% assumem que

quase sempre fecham a torneira quando não estão enxaguando algo. Os que marcaram “raramente” e “as vezes”, correspondem, respectivamente a 4,41% e 10,29%. Ninguém assinalou a opção “nunca”, o que representa algo positivo no que diz respeito a consumo sustentável;

c) Deixa o chuveiro desligado enquanto se ensaboa ou usa produtos no cabelo: Dos 68 alunos que responderam a esta questão, 29 afirmaram que sempre realizam este procedimento, o que corresponde a 42,64% da amostra. Boa parte (30,88%) respondeu que quase sempre recorre a este procedimento, e poucos admitiram que nunca ou raramente tem esse hábito;

d) Desliga aparelhos eletrônicos quando não estão sendo usados: Neste quesito, houve uma pequena queda do percentual de alunos que marcaram a opção “sempre” com relação as variáveis anteriores, no entanto, este item obteve o maior percentual, totalizando 33,82% dos discentes que assumiram sempre desligar aparelhos eletrônicos quando estão fora de uso. 25% responderam “quase sempre”, seguidos de 29,41% que afirmaram que as vezes possuem este hábito. Os que optaram por “raramente” e “nunca”, representam o menor percentual, somando 11,76%.

e) Usa o verso da folha de papel já utilizado: 32,35% assumiram sempre utilizar o verso da folha de papel já utilizado. 27,94% marcaram a opção “quase sempre” e 26,47% admitem que as vezes utilizam o papel dessa forma. Estas 3 opções de resposta tiveram uma quantidade parecida de escolhas, o que mostra que há uma preocupação em fazer uso desta ação, mas não tanto quanto das variáveis anteriores. 10,29% responderam raramente e 2,49% assinalaram a opção nunca.

f) Joga lixo em local apropriado: Esta foi a única variável em que a opção “sempre” não foi a mais selecionada. A grande maioria deixou claro que “quase sempre” joga lixo em local apropriado, sendo 45,58% da amostra, seguido dos alunos que marcaram a opção “sempre”, correspondendo a 41,17% do total. Uma parcela ínfima respondeu que nunca ou raramente tem esse hábito, enquanto que 11,86% optaram pela opção “as vezes”.

Uma pesquisa semelhante sobre consumo sustentável realizada em 2015 com estudantes do Curso de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco, aponta um resultado semelhante no que diz respeito as variáveis

abordadas na Tabela 2. Sobre questões que foram abordadas de maneira semelhante acerca do consumo de água e energia, a grande maioria dos respondentes afirmou que sempre dão preferência aos hábitos que favoreçam o consumo sustentável, mantendo uma média de respostas entre 51 e 70% a favor dessas questões.

Conclui-se então que os participantes revelam preocupação com a redução do consumo de água e energia elétrica, assim como o uso consciente do papel e o direcionamento adequado do lixo, como pode ser evidenciado através dos itens em negrito na Tabela 2. Tais precauções podem ser fruto tanto de questões econômicas quanto da preocupação com a escassez de recursos naturais, contudo, estes cuidados se mostram favoráveis às posturas que sigam a linha do consumo sustentável.

5.3.2 Influencia do consumo sustentável na futura profissão de administrador

Como forma de analisar possíveis influências advindas do consumo sustentável, foi apresentada aos participantes da pesquisa a seguinte questão de cunho qualitativo: “na sua opinião, de que forma o consumo sustentável pode influenciar seu futuro como administrador de empresas”. O critério de exibição das respostas será o mesmo utilizado no tópico 5.5, onde foram apontadas as principais ideias obtidas, como pode ser demonstrado a seguir:

- a) Na redução dos gastos e custos de uma empresa, já que todos saberiam utilizar os seus materiais até o fim, sem desperdícios;
- b) Exerceria influência na gestão, na organização e na forma de conscientizar os colaboradores;
- c) Forneceria base para um processo decisório sobre compras mais eficiente;
- d) Ajudaria no apoio às causas sustentáveis e na busca pela preservação do meio ambiente;
- e) Poderia ser usado no aspecto disciplinar;
- f) Traria benefícios pessoais e econômicos por intermédio da reciclagem de materiais de escritório e diminuindo a poluição, por exemplo;
- g) Uso de recursos de forma eficiente, preocupando-se com futuros investimentos;
- h) Auxiliaria no desenvolvimento do país;

- i) Aumentaria o ciclo produtivo;
- j) Uma grande oportunidade para o desenvolvimento de empresas;
- k) O consumo sustentável é capaz de melhorar a imagem de uma instituição perante o mercado;
- l) Poderá afetar a aquisição de matérias-primas no processo produtivo, conseqüentemente, a oferta e a demanda;
- m) Especializações e projetos nessa área como fator competitivo e estratégico, trazendo, portanto, inovações.

Percebe-se com base no que foi retratado, que os alunos do Curso de Administração da UEMA acreditam no potencial estratégico que pode ser extraído do consumo sustentável, como sendo um fator de vantagem competitiva para as empresas através de sua utilização em diversos aspectos, como processo produtivo, imagem da organização perante o mercado, economia, processo de compra mais eficiente e elaborado, redução de gastos e futuros investimentos.

Em se tratando dessa questão, torna-se pertinente salientar o que ensina Dias (2011, p. 113):

O comportamento relacionado com o meio ambiente que exibem as empresas tem uma expressão tangível nas instalações e nos processos que adota cada empresa, os quais se regem pelas políticas e normas da organização. No entanto, existe uma série de elementos intangíveis que podem ser encontrados no comportamento do capital humano, e que, para caracterizarem uma cultura organizacional voltada para o meio ambiente, devem coexistir e interagir com os elementos tangíveis. A efetividade de uma política ambiental na empresa só é possível com a coexistência desses dois elementos da cultura. A combinação desses elementos permite maior eficácia tanto das máquinas, dos equipamentos e dos processos, como do fator humano.

Dessa forma, percebe-se a melhor maneira de inserir os aspectos que foram indicados pelos respondentes no que diz respeito a influência do consumo sustentável. A postura dos alunos acerca da temática deste quesito, se mostrou favorável a questões estratégicas e competitivas, no entanto, mostrou pouco interesse no que diz respeito a utilização das capacidades inerentes da futura profissão, como forma de amenizar os impactos ambientais, estando no controle das organizações futuramente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme o exposto no decorrer deste trabalho, pode-se afirmar que os objetivos, geral e específicos, foram alcançados. O primeiro objetivo específico, que foi descrever os fundamentos teóricos referentes ao consumo sustentável, pode ser encontrado no decorrer dos capítulos 2 e 3.

No capítulo 2, foram abordados conceitos essenciais para que o tema principal fosse construído sobre uma base sólida de conteúdo, de forma a facilitar seu entendimento. Descreveu-se a respeito do meio ambiente, seguido de alguns elementos como seu conceito, abrangência e outros pontos importantes. Sua relação com os bens ambientais e alguns problemas causados pelo homem também foram abordados. Após tais considerações, foi tratado do assunto “desenvolvimento sustentável”, assim como a evolução histórica do processo, seguida de mais alguns conceitos. O capítulo então, foi finalizado com alguns princípios do direito ambiental sendo apresentados, aliados a políticas com foco em desenvolvimento sustentável.

Já o terceiro capítulo tratou de assuntos diretamente ligados ao consumo sustentável, dando ênfase aos aspectos mais importantes a respeito do seu entendimento. Discorreu-se sobre questões do consumo propriamente dito, e os excessos que ocasionam comportamentos consumistas. Também foi falado a respeito de consumo consciente e sua relação com o marketing verde, objetivando assimilar a compreensão acerca de consumo sustentável. Por fim, foram abordados conceitos sobre educação ambiental para consumo consciente e assuntos relacionados a sustentabilidade social, como forma de consolidar conteúdos que integram o consumo sustentável.

Sendo assim, entende-se que os fundamentos teóricos a respeito de consumo sustentável, foram apresentados de forma clara e embasada, garantindo assim, o cumprimento do primeiro objetivo específico apresentado.

O segundo objetivo específico, foi verificar o grau de informação e conhecimento dos alunos sobre consumo sustentável, e encontra-se no capítulo 5, mais especificamente no subcapítulo 5.2, onde foram apresentados os resultados de cinco questões quantitativas e uma qualitativa, seguidos de suas respectivas análises.

Nota-se que no subcapítulo 5.2, são tratadas as informações obtidas a respeito de consumo sustentável. As variáveis que compuseram esta seção, serviram

de base para que se entenda de forma clara, o que se procurava no segundo objetivo específico.

No que concerne ao resultado obtido na análise do Gráfico 5, constata-se que 57% dos alunos assumem ter comportamento consumista, o que representa um fator totalmente contrário ao das práticas advindas da essência de consumo sustentável.

Em contrapartida, nota-se que 47% dos discentes assumiram ter práticas voltadas para o consumo sustentável (Gráfico 6).

Nesse sentido, deve-se dizer que o número de respostas positivas sobre consumismo (57%), se equivale a quantidade de respostas positivas sobre consumo sustentável (47%), visto que ambos são práticas contrárias. Isto retrata, em níveis estatísticos, a veracidade do que foi apresentado pelos alunos a respeito destas variáveis.

Já sobre a opinião dos respondentes a respeito da influência do tipo de consumo na fabricação de produtos, foram obtidos resultados condizentes acerca da confirmação deste fato, somando um total de 96% (Gráfico 7).

Com relação a disponibilidade de produtos que atendam às exigências dos consumidores adeptos ao consumo sustentável, 45,58% dos alunos consideram tal disponibilidade como sendo razoável, seguidos de 39,70% que acreditaram ser baixa (Gráfico 8).

No Gráfico 9, todos os alunos concordaram que o consumo sustentável pode modificar a realidade em nosso ambiente, chegando ao resultado de 100% de respostas positivas acerca desta variável.

Foi abordada ainda uma questão aberta no subcapítulo 5.2, que compreende a descrição, por parte dos alunos, sobre o seu entendimento a respeito de consumo sustentável. Os pontos apresentados pelos discentes acerca de consumo sustentável, abrangem o consumo responsável de produtos ecológicos ou de composição natural, de empresas ecologicamente corretas, que não agridam o meio ambiente, garantindo assim, a saúde das gerações futuras.

Pode-se afirmar então, que praticamente todos os alunos possuem uma noção coerente a respeito de consumo sustentável, assim como também acreditam que sua prática pode mudar a realidade na qual se encontra o planeta. Conclui-se ainda, que aproximadamente metade dos alunos são consumidores adeptos do

consumo sustentável, e que o mercado no qual os produtos desta categoria estão inseridos, é totalmente dependente da demanda deste tipo de consumidor.

Dessa forma, atende-se o que foi almejado pelo segundo objetivo específico desta pesquisa, verificando o grau de informação e conhecimento dos alunos sobre consumo sustentável, e as variáveis que serviram de base para chegar nesta conclusão.

O terceiro objetivo específico – mostrar a aplicabilidade de métodos de consumo sustentável entre os discentes – pode ser encontrado no capítulo 5, através da Tabela 2, onde foram expostos alguns hábitos avaliados pelos discentes com base em seus próprios comportamentos. Notou-se que os participantes revelaram preocupação com a redução do consumo de água e energia elétrica, assim como o uso consciente do papel e o direcionamento adequado do lixo, o que fica evidente nos percentuais em negrito da Tabela 2.

Cumpra-se então o que foi solicitado no terceiro objetivo, visto que foram avaliados métodos de aplicabilidade do consumo sustentável pelos discentes do Curso de Administração da UEMA.

O quarto objetivo compreende a opinião dos alunos a respeito da influência do consumo sustentável em seus futuros como administradores de empresa. Esta opinião pode ser encontrada no capítulo 5, na análise feita do item 5.3.2. Observa-se, que os alunos apontaram o consumo sustentável como sendo, futuramente, um fator de vantagem competitiva para as empresas através de sua utilização em diversos aspectos, como processo produtivo, imagem da organização, economia, processo de compra mais eficiente e elaborado, redução de gastos e futuros investimentos. Tais apontamentos cumprem o que foi requisitado no quarto objetivo específico.

Finalmente, torna-se cabível afirmar que o objetivo geral desta pesquisa foi alcançado. A participação dos alunos que compuseram a amostra estudada nesta investigação foi essencial para que a análise feita acerca de sua percepção sobre consumo sustentável, incluindo seus hábitos e formas de pensamento oriundo, fosse realizada e concluída com êxito.

Além do cumprimento da proposta desta investigação, seu processo de elaboração foi de grande valia na incorporação de novos hábitos, além do fortalecimento de algumas atitudes desenvolvidas com foco na preservação ambiental, o que levou ao amadurecimento da consciência sobre o respeito que deve ser direcionado ao meio ambiente e sua harmonia com seus componentes.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente**: as estratégias de mudanças da Agenda 21. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- BENATTI, José Heder. O meio ambiente e os bens ambientais. In: **O direito e o desenvolvimento sustentável**: curso de direito ambiental. São Paulo: Peirópolis, 2005.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Censo 2013**: ensino superior registra mais de 73 milhões de estudantes. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2014/09/ensino-superior-registra-mais-de-7-3-milhoes-de-estudantes>>. Acesso em: 5 maio 2016
- CAMARGO, Pedro de. **O barato das compras**: por que comprar é tão bom? São Paulo: Novas Ideias, 2013.
- DALY, Herman E. Políticas para desenvolvimento sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FELDMANN, Fábio. Consumismo. In: TRIGUEIRO, André (Coord.). **Meio ambiente no Século 21**. 5. ed. Campinas: Armazém do Ipê, 2008.
- FLEURY, Paulo Fernando. O ensino de graduação em administração no Brasil: um estudo de casos. **Rev. Adm. Empres.**, São Paulo, v.23, n.4, out./dez. 1983.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOLEMAN, Daniel. **Inteligência ecológica**: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- HOLANDA, Lara. Ser verde custa bem mais caro. **Jornal do Comércio**, Recife, 29 jan. 2011. Consumo, p. 13.
- KLIKSBERG, Bernardo. **Falácias e mitos do desenvolvimento social**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- KLOETZEL, Kurt. **O que é meio ambiente**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Pedro Henrique de Goés; FERREIRA, Tarciana Cardoso; BEZERRA, Yulianne Maria de Siqueira; FEITOSA, Maria Joséda Silva; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. Consumo consciente: um estudo com estudantes do curso de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco - Unidade Acadêmica Serra Talhada. RACEF – **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**. v. 6, n. 2, p. 97-108, 2015.

MARQUES – SOROMENHO, Viriato. **O ambiente na encruzilhada: por um futuro sustentável**. Lisboa: Esfera do Caos, 2010.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3. ed. e atual. São Paulo: Atlas, 2012.

NECA, Ana. **Cinco perguntas sobre consumo consciente**. Rio de Janeiro, 2014. Entrevista. Disponível em: <<http://www.agenda21comperj.com.br/noticias/cinco-perguntas-sobre-consumo-consciente>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

NITAHARA, Akemi. **Programa da ONU alerta: degradação ambiental causa 12 milhões de mortes por ano**. Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-05/pnuma-alerta-degradacao-ambiental-causa-12-milhoes-de-mortes-por-ano>>. Acesso em: 05 mai. 2016.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS DO BRASIL. **Exposição à poluição ambiental mata quase 7 milhões de pessoas por ano, alerta PNUMA**. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/exposicao-a-poluicao-ambiental-mata-quase-7-milhoes-de-pessoas-por-ano-alerta-pnuma/>>. Acesso em: 13 maio 2016.

PAPA FRANCISCO. **Carta Encíclica Laudato Si'**: sobre o cuidado da casa comum. São Paulo: Paulinas, 2015.

POLIZELLI, Demerval Luiz. **Meio ambiente e gestão do conhecimento: dos higienistas à sociedade da informação**. São Paulo: Almedina, 2011.

QUEIROZ, Taís. **Consumo, Consumismo e seus impactos no Meio Ambiente**. 2010. Disponível em: <<http://www.recicloteca.org.br/consumo/consumo-e-meio-ambiente/>>. Acesso em: 07 mai. 2016.

RIOS, Aurélio Virgílio Veiga. **O direito e o desenvolvimento sustentável: curso de direito ambiental**. São Paulo: Peirópolis, 2005.

ROCHA, Jefferson Marçal da. **Sustentabilidade em questão: economia, sociedade e meio ambiente**. Jundiaí: Paco Editorial, 2011.

SHENG, Fulai. Valores em mudança e construção de uma sociedade sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo: Globo, 2014.

SILVA, Maria das Graças. **Questão ambiental e desenvolvimento sustentável: um desafio ético-político ao serviço social.** São Paulo: Cortez, 2010.

SITE NACIONAL DE EMPREGOS. **Pesquisa Salarial para estagiário.** Disponível em: <<http://www.sine.com.br/media-salarial-para-estagiario>>. Acesso em: 08 mai. 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VIEIRA, Sonia. **Como elaborar questionários.** São Paulo: Atlas, 2009.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

São Luís, de maio de 2016

Caros colegas,

Solicito sua colaboração no sentido de responder ao questionário abaixo. As informações obtidas serão utilizadas exclusivamente em meu trabalho de conclusão de curso (TCC) do Curso de Administração da UEMA, cujo título é: **Consumo Sustentável**: a percepção dos alunos do curso de Administração da UEMA.

Informo que não será necessária à sua identificação, entretanto, a sinceridade de suas respostas é fundamental.

Antecipadamente, agradeço o tempo que será investido no preenchimento do questionário, também o cuidado e a atenção que dispensar à tarefa.

Atenciosamente,

Rafael de Sousa Muniz

QUESTIONÁRIO

1 IDENTIFICAÇÃO

1.1 Sexo

- () Feminino
- () Masculino

1.2 Idade

- () Menos de 20
- () Entre 20 e 25
- () Entre 26 e 30
- () Acima de 30

1.3 Possui alguma fonte de renda?

- () Sim
- () Não

1.4 Caso tenha respondido “Sim” na questão anterior, assinale a opção que corresponde ao valor da sua renda.

- () Até 880 reais
- () De 881 a 1.760 reais
- () De 1.761 a 2.640 reais
- () De 2.641 a 3.520 reais
- () Acima de 3.520 reais

2 CONSUMO SUSTENTÁVEL

2.1 Descreva de forma clara e objetiva, o que você entende por “Consumo Sustentável”.

2.2 Você se considera uma pessoa consumista?

- () Sim
- () Não

2.3 Você tem hábitos de consumo construídos com base em sustentabilidade?

- () Sim
- () Não

2.4 Na sua opinião, o tipo de consumo das pessoas influencia na forma como os produtos são fabricados?

- () Sim
- () Não

2.5 Como você percebe a disponibilidade de produtos que atendam às exigências de consumidores adeptos ao consumo sustentável?

- () Alta
- () Suficiente
- () Razoável
- () Baixa
- () Insuficiente

2.6 Você acredita que o consumo sustentável pode realmente modificar a realidade em nosso meio ambiente?

() Sim

() Não

3 COMPORTAMENTO E INFLUÊNCIA SUSTENTÁVEL

3.1 Marque a respeito de cada variável, o que mais remete ao seu comportamento

Variável	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase Sempre	Sempre
Evita deixar lâmpadas acesas em ambientes desocupados					
Fecha a torneira quando não está enxaguando algo					
Deixa o chuveiro desligado enquanto se ensaboa ou usa produtos no cabelo					
Desliga aparelhos eletrônicos quando não estão sendo usados					
Usa o verso da folha de papel já utilizado					
Joga lixo em local apropriado					

3.2. Na sua opinião, de que forma o consumo sustentável pode influenciar seu futuro como administrador de empresas?
