



Educação Ambiental: Caminhos na busca do consumo sustentável

Natália Gouveia Gordiano¹, Patrícia Mendes Barroso², Mayara Arruda Pereira³, Maria Emília Cavalcante Costa⁴
Raimunda Olímpia de Aguiar Gomes⁵

¹Estudante de Engenharia Ambiental e Sanitária - IFCE- Campus Maracanaú, email: natalia.gestao@gmail.com

²Estudante de Engenharia Ambiental e Sanitária - IFCE- Campus Maracanaú, email: mayara.ap.ifce@hotmail.com

³Estudante de Engenharia Ambiental e Sanitária - IFCE- Campus Maracanaú, email: patricia-mendes2@hotmail.com

⁴Estudante de Engenharia Ambiental e Sanitária - IFCE- Campus Maracanaú, email: emilia.costa@cimplast.com.br

⁵Doutoranda (UNESP), IFCE, email: olimpia_aguiar@yahoo.com.br

Resumo: Antes de se comprar qualquer produto deve-se ter sempre uma pergunta em mente, como esta: - Será que precisamos realmente de todos os produtos que consumimos? Deve-se ter uma consciência ambiental e analisar essa pergunta com cuidado, percebe-se que boa parte do que é consumido no cotidiano é fruto de uma falsa necessidade, de um exagero criado pela cultura do consumismo e dos bens descartáveis. Nesse contexto cabe ressaltar que a educação ambiental assume cada vez mais uma função transformadora, para formação de um consumidor-cidadão, que remete a uma nova postura diante do ato de comprar. Foram utilizados dois tipos diferentes de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica contou com a realização de levantamentos bibliográficos de modo a obter o maior número de informações sobre o tema em questão. O formulário contou com perguntas de múltipla escolha, como também perguntas dicotômicas (sim e não), além de apresentar uma pergunta aberta, onde os entrevistados puderam expressar seu conhecimento ou opinião a respeito do tema Consumo Sustentável. Para análise dos resultados foram considerados os dados encontrados no Bloco I que define o perfil do consumidor, Bloco II que analisa o hábito de consumo dos entrevistados e o Bloco III referente ao conhecimento e a participação dos entrevistados em atividades de educação ambiental. O desafio é grande, o tema educação ambiental e consumo sustentável é novidade para muitos, mas é necessário acreditar e buscar resultados, pois hoje a preocupação não é apenas com a natureza e sim com a própria sobrevivência da espécie humana. Quando a preocupação com desenvolvimento e consumo sustentáveis não fizer parte do cotidiano das pessoas o meio ambiente continuará sofrendo com o excesso de resíduos gerados pela população cada vez mais consumista.

Palavras-chave: consumo sustentável, educação ambiental, meio ambiente

1. INTRODUÇÃO

O crescimento populacional desencadeou o aumento na demanda por produtos industrializados e como consequência ocorreu aumento na produção dos resíduos poluentes. Principalmente se considerarmos que o modelo de produção contemporâneo, introduzido pela Revolução Industrial, é baseado no uso intensivo de energia fóssil, na superexploração dos recursos naturais e no uso do ar, água e solo como depósito de dejetos. Procedimento que é apontado como a principal causa da degradação ambiental atual (ESPINOSA, 1993).

Para agravar esse quadro vivemos em uma sociedade consumista, aonde o ato de “ir às compras”, desde produtos considerados como básicos até produtos de luxo, começaram a ser percebidas como atitudes que afetam a qualidade do meio ambiente. O consumo é uma condição permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos (BAUMAN, 2008). O estímulo ao consumo ocorre principalmente pelos meios de comunicação, que dão a esse consumo uma identidade social. Dessa forma, consumir passa a representar uma forma de autoafirmação, onde esses indivíduos são reconhecidos por aquilo que vestem, calçam e consomem. A mídia através de suas propagandas mostra que os indivíduos podem ser mais felizes quando compram



o carro do ano, quando adquirem os eletrodomésticos mais modernos ou quando usam roupas de grifes famosas. Mas, para que esse quadro mude precisamos de uma mudança profunda dos valores atuais, é preciso modificar as mentalidades, é necessário que haja uma mudança de atitude.

Assadourian (2010) reforça que o consumismo não está isento de consequências, e aponta que em um planeta finito, definir sucesso e felicidade através de quanto uma pessoa consome não é sustentável. Assim, antes de comprar qualquer produto devemos ter sempre uma pergunta em mente, como esta: - Será que precisamos realmente de todos os produtos que consumimos? Se tivermos uma consciência ambiental e analisarmos essa pergunta com cuidado, perceberemos que boa parte do que consumimos/compramos em nosso cotidiano é fruto de uma falsa necessidade, de um exagero criado pela cultura do consumismo e dos bens descartáveis.

Nesse contexto a educação ambiental assume cada vez mais uma função transformadora, para formação de um consumidor-cidadão, que remete a uma nova postura diante do ato de comprar. Ações individuais conscientes, bem informadas e preocupadas com questões ambientais aparecem como uma nova estratégia para a resolução dos problemas ambientais e para as mudanças em direção à sociedade sustentável (PAAVOLA, 2001).

A Educação Ambiental(EA) deve tratar do estudo da natureza e do estudo do homem com a natureza, contribuindo para formar cidadãos capazes de analisar as formas de consumo, pois todos precisam lembrar que os recursos naturais são finitos e que se não houver preocupação com o consumo excessivo o planeta não será capaz de dispor de recursos por muito tempo. Esse conceito ajuda a fazer surgir atitudes voltadas para o consumo sustentável, ou seja, para uma forma de consumo que utilize os recursos naturais para satisfazer as necessidades atuais sem comprometer as necessidades das futuras gerações.

De Toni et al (2010) consideram o consumo consciente como um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental como forma de preservar e manter um meio social com maior qualidade de vida. De forma mais simplista, Schäfer et al (2011) tratam o consumo sustentável como a escolha e o consumo de produtos sustentáveis. Para o Instituto Akatu (2005), o consumo consciente é um processo que busca o equilíbrio entre as necessidades individuais, as possibilidades ambientais e as necessidades sociais em três diferentes etapas: compra, uso e descarte.

Portanto a EA deve proporcionar uma reflexão crítica aos consumidores mostrando que economia e meio ambiente andam juntos e dependem um do outro. Segundo Reigota (1998), a educação ambiental aponta para propostas pedagógicas centradas na conscientização, mudança de comportamento, desenvolvimento de competências, capacidade de avaliação e participação dos educandos. Para Pádua e Tabanez (1998), a educação ambiental propicia o aumento de conhecimentos, mudança de valores e aperfeiçoamento de habilidades, condições básicas para estimular maior integração e harmonia dos indivíduos com o meio ambiente.

Diante desse novo contexto, é necessário mudar o comportamento do homem em relação à natureza, no sentido de promover sob um modelo de desenvolvimento sustentável (processo que assegura a uma gestão responsável dos recursos do planeta de forma a preservar os interesses das gerações futuras e, ao mesmo tempo atender as necessidades das gerações atuais), evitando assim maior destruição do nosso planeta.

Essa problemática inspirou as autoras, membros do grupo de pesquisa que vem estudando a EA como uma alternativa para a construção do sujeito ecológico, nas busca de responder a seguinte questão: Quais os hábitos do consumidor, na relação consumo e descarte? Com essa prerrogativa propusemos como objetivo geral compreender a relação, consumidor e consumo, a partir da relação desse consumidor com o produto.

Esse objetivo se desdobrou nos seguintes objetivos específicos: Identificar como o consumidor descarta os produtos em desuso. Analisar como o consumidor avalia a relevância a educação ambiental.



2. MATERIAL E MÉTODOS

Para este estudo foram utilizados dois tipos diferentes de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica contou com a realização de levantamentos bibliográficos de modo a obter o maior número de informações sobre o tema em questão. A pesquisa de campo, por sua vez, foi realizada através de aplicação de formulário estruturado no período entre os dias 27/03/2012 e 03/04/2012.

Por se tratar de uma pesquisa que envolveu consumo e educação ambiental, dois temas bastante veiculados na contemporaneidade, optamos por elaborar um formulário estruturado com 16(dezesseis) questões disponibilizadas na rede social *Facebook*, do grupo da engenharia ambiental. O questionário teve como sujeitos da pesquisa consumidores que fazem parte do grupo da engenharia ambiental na rede social, principalmente usuários da rede social *Facebook* que tiveram interesse em responder o formulário. Foi também realizada uma análise crítica das respostas que possibilitou entender a forma de consumo e descarte final desses produtos e a até que ponto a educação ambiental pode influenciar na busca do consumo sustentável. Nesse procedimento solicitamos que participassem da pesquisa acessando um link com o questionário. Como resultado, contamos com a participação de 70 sujeitos.

O questionário contou com perguntas de múltipla escolha, como também perguntas dicotômicas (sim e não), além de apresentar uma pergunta aberta, onde os entrevistados puderam expressar seu conhecimento ou opinião a respeito do tema Consumo Sustentável. Dividido em 3 blocos, com o objetivo de melhor analisar o perfil dos consumidores: Bloco I - referente as questões de 1 a 5 e tem como objetivo a identificação pessoal, como sexo, idade, escolaridade, profissão e renda; Bloco II - referente as questões de 6 a 11, foram analisadas perguntas sobre o hábito de consumo, como por exemplo: Quais os principais produtos que consomem? Como descarta o que não serve mais? Antes de adquirir um produto você verifica se o mesmo possui selo verde? e Bloco III - referente da questão 12 a questão 15, visou analisar o conhecimento e a participação dos entrevistados em atividades de Educação Ambiental. Essas observações foram avaliadas através dos seguintes questionamentos:

- Acredita ser importante que as escolas/universidades incluam em suas disciplinas temas voltados a Educação Ambiental?
- Durante sua vida escolar/universitária você estudou temas voltados para à Educação Ambiental?
- Você tem interesse em participar de atividades de Educação Ambiental?
- Em sua comunidade/bairro existe algum projeto de Educação Ambiental?

Para a avaliação da pesquisa foram realizadas análises quanti qualitativa. Os dados qualitativos foram analisados, por meio do método diretivo objetivo. Os dados quantitativos foram analisados, através do programa *Google Docs* que auxiliou na interpretação dos dados. Esse programa permitiu manipular, transformar, criar tabelas e gráficos que resumissem as informações obtidas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para análise dos resultados foram considerados os dados encontrados no Bloco I que define o perfil do consumidor, o Bloco II para análise do hábito de consumo dos entrevistados e o Bloco III abordou sobre a participação dos entrevistados em atividades de educação ambiental. Essa análise revelaram os seguintes resultados:

3.1 Perfil dos entrevistados:

Participaram da pesquisa 70 pessoas, com idade entre 16 e 48 anos, a maioria do sexo feminino, pertencentes as mais variadas profissões, sendo a maioria composta por estudantes (30 pessoas), assistentes/analistas administrativos (6 pessoas), administradores (5 pessoas) e professores (4 pessoas). Com ensino superior em andamento e com renda mensal entre 3 e 4 salários mínimos.

3.2 Hábito de consumo dos entrevistados:



Perguntamos quais produtos eles mais costumavam comprar e a maior parte dos entrevistados respondeu que entre os produtos que mais costumam comprar estão produtos alimentícios, calçados, roupas e cosméticos.

Verificamos que 54% dos entrevistados, admitiu que as vezes costumam pensar antes de comprar, ou seja, se questiona se realmente precisa realizar uma compra, 10% dos entrevistados disse que sempre que um produto apresenta problemas procuram levá-lo para conserto e, praticamente a outra metade, 46% informou que só encaminha um produto defeituoso para conserto se o mesmo estiver na garantia.

Quando questionados sobre a forma como descartam os produtos que já não querem mais, apenas 10% dos entrevistados, informou que encaminha os produtos que não servem mais para reciclagem, 41% optam por fazer doação e 49% descartam em lixo comum. A maior parte dos entrevistados escolhe os produtos pela qualidade ou pelo valor e apenas 9% dos entrevistados afirmam que escolhem levando em consideração se a empresa é ecologicamente correta, já 47% dos entrevistados admitem que não verificam se o produto tem selo verde, 19% verifica a existência do selo verde e 14% não sabem o que é um selo verde.

3.3 Conhecimento e a participação dos entrevistados em atividades de educação ambiental:

Na aplicação do questionário percebemos que: 98% dos entrevistados acham importante que as escolas incluam em suas disciplinas temas voltados para a educação ambiental, 41%, informou que só estudou educação ambiental a partir do ensino superior e 89%, informou que tem interesse de participar de atividades de educação ambiental.

Quando perguntados se na comunidade em que residem existem algum tipo de projeto voltado para a educação ambiental: 34% entrevistados informaram que em suas comunidades não existe esse tipo de projeto/atividade e 49% informou que não tem conhecimento se esses projetos existem em seu bairro/comunidade.

Das pessoas entrevistadas um total de 47 responderam a última pergunta – Para você o que é Consumo Sustentável – e conferindo as respostas podemos resumir que a idéia principal é que Consumo Sustentável é consumir de forma consciente, sem exageros, comprando só o necessário, levando em consideração os impactos ambientais, com o objetivo de diminuí-los. É fazer o uso racional de recursos preocupando-se com as futuras gerações, adquirindo produtos ecologicamente corretos e se preocupando com o descarte dos mesmos, procurando reutilizá-los ou reciclá-los (PESQUISA, 2012).

6. CONCLUSÕES

De acordo com os dados obtidos nessa pesquisa podemos observar que a maioria dos entrevistados são jovens e adultos do sexo feminino. Possuem nível superior em andamento ou já são profissionais, e que possuem renda fato que os leva a consumir bens duráveis e não duráveis. São considerados consumidores ativos e por ser um público jovem, tende a seguir a cultura do consumismo e da moda.

Pelas respostas dos entrevistados podemos observar que a Educação Ambiental não faz parte de suas rotinas e que a maioria só começou a estudar o assunto a partir do ensino médio ou da faculdade. Verificamos que a grande maioria ainda está cursando o ensino superior, e podemos concluir que o tema Educação Ambiental ainda é uma novidade para muitos. E, por essa razão, a maior parte dos entrevistados não leva em consideração a questão ambiental no momento de realizar suas compras, não analisando se o produto tem selo verde ou se a empresa é ambientalmente correta, pois tais reflexões não fazem parte de seu dia-a-dia.

Praticamente todos concordam que a Educação Ambiental deve ser abordada nas escolas e tem interesse em participar de atividades e projetos voltados para essa área, mas a maioria respondeu que nem sequer sabe se seu bairro ou sua comunidade desenvolve esse tipo de atividade, mostrando assim



o real desinteresse que a população tem sobre esse tipo de educação, pois apesar de informarem que tem interesse em participar, as pessoas não procuram esse tipo de atividade.

Com isso percebemos também a carência/deficiência da educação ambiental, pois ela deveria ser mais envolvente e palpável, fazendo nascer assim o interesse das pessoas. Tratando de temas relacionados ao nosso cotidiano e fazendo sempre um link com nossas atividades, como, por exemplo, com o nosso ato de comprar ou de descartar os produtos que não servem mais, pois a maioria dos entrevistados informou que descarta em lixo comum ou faz doação desses produtos, apenas 10 pessoas encaminham para reciclagem. Isso ocorre porque não existem programas que estimulem/incentivem a reciclagem, programas que além de gerar benefícios ao meio ambiente e renda para as comunidades envolvidas, poderiam ajudar na reeducação das pessoas. Programas que devem nascer de iniciativas do governo, pois a quebra de paradigmas deve partir de “cima para baixo”, ou seja, deve ser iniciativa do governo e o governo também deve ser responsável pela fiscalização do cumprimento de tais programas, pois assim essas ações terão uma maior credibilidade.

A última pergunta do formulário aplicado era: Para você o que é consumo sustentável? Das 70 pessoas entrevistadas, 47 responderam a pergunta e dessas 47 pessoas, 16 não tiveram respostas significativas, ou seja, ao responder a pergunta demonstraram que não tem conhecimento suficiente para falar sobre o tema. Isso nos mostra mais uma vez o quanto somos carente em educação ambiental, e que sem incluir a educação ambiental nas escolas, nas comunidades, em casa, em programas do governo, não teremos como exigir que os cidadãos possam ser consumidores conscientes e preocupados com a sustentabilidade do planeta.

As pessoas precisam entender o que é sustentabilidade e como a forma de consumo podem influenciar na qualidade de vida que temos, e somente após entender esses conceitos, poderão praticar o consumo sustentável e assim contribuir para a sobrevivência das futuras gerações.

Precisamos urgentemente encontrar uma maneira para continuar consumindo os produtos e bens necessários a nossa sobrevivência e conciliando esse consumo com a preservação do meio ambiente, pois nos moldes atuais o planeta não terá condições de sustentar tantos resíduos que estão sendo gerados. A educação ambiental voltada para um modo de consumo sustentável, onde possam existir idéias palpáveis e envolvimento de todos é o primeiro passo para que a mudança possa acontecer.

Temos que nos livrar de velhas utopias e tentar encontrar maneiras de conscientização que possam realmente convencer os cidadãos, mudando sua forma de consumo e assim, conseqüentemente, podendo mudar também os modos de produção. O consumidor, precisa entender que no momento da compra suas escolhas devem ir além da marca, valor, garantia e estética. Suas escolhas devem ser baseadas na conduta da empresa que fabrica o produto, nos impactos ambientais gerados durante a fabricação e no descarte final dos produtos e, principalmente, devem questionar a necessidade de fazer novas aquisições.

O desafio é grande, o tema educação ambiental e consumo sustentável é novidade para muitos, mas precisamos acreditar e buscar resultados, pois hoje a preocupação não é apenas com a natureza e sim com a própria sobrevivência da espécie humana. Quando nos preocupamos com desenvolvimento e consumo sustentáveis estamos nos preocupando com a qualidade do meio ambiente que vivemos e com a herança que deixaremos para nossos filhos e netos. Sabemos que nosso modo de vida é capitalista, que os meios de comunicação, através de suas inúmeras propagandas, querem que sejamos consumistas ao extremo, mas como humanos – seres pensantes – devemos nos questionar sempre sobre a real necessidade de fazer nossas aquisições de bens materiais, pois essas escolhas influenciarão o futuro de nossa espécie.

REFERÊNCIAS

ASSADOURIAN, E. **Ascensão e queda das culturas de consumo**. Estado do Mundo 2010. Transformando culturas – do consumismo à sustentabilidade. Washington: World Watch Institute, 2010.



BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, p.37-65.

BRASIL. Política Nacional de Educação Ambiental, Lei 9.795/99.

DALMARCO, DENISE DE A. S.; HAMZA, K. M. **As certificações sustentáveis e sua relevância para o consumo consciente e os negócios**. Universidade Presbiteriana Mackenzie, Faculdades Alves Faria (ALFA).

DE TONI, D.; MATTIA, A.A.; LARENTIS, F.; SILVA, M.G.R. **Um estudo sobre a configuração da imagem do conceito de consumo consciente**. V Encontro Nacional da ANPPAS. Florianópolis, 2010.

ESPINOSA, H. R. M. **Desenvolvimento e meio ambiente sob nova ótica**. Ambiente, v.7, n. 1, p. 40-44, 1993.

GOMES, D. V. Educação para o consumo ético e sustentável. **Rev. Eletrônica Mestr. Educ. Ambient.**, v. 16, p. 18-31, jan./jun. 2006. Disponível em:< <http://www.remea.furg.br/edicoes/vol16/art02v16.pdf> >. Acesso em: 18 jun. 2012.

INSTITUTO AKATU. **Diálogos Akatu: a gênese do consumidor consciente**. Janeiro, 2002.

MARCATTO, C. **Educação ambiental: conceitos e princípios**. Belo Horizonte: FEAM, 2002. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/7028363/Educacao-Ambiental-Conceitos-Principios>>. Acesso em 18 jun. 2012.

PAAVOLA, J. **Economics, ethics and green consumerism**. In: COHEN, M.; MURPHY, J. (Ed.). **Exploring sustainable consumption: environmental policy ant the social sciences**. Oxford: Elsevier Science, 2001a. p.79-96.

PÁDUA, S.; TABANEZ, M. (orgs.). Educação ambiental: caminhos trilhados no Brasil. São Paulo: Ipê, 1998.

PESQUISA. **Resultados dos formulários aplicados**. Fortaleza, 2012.

REIGOTA, M. **Desafios à educação ambiental escolar**. In: JACOBI, P. et al. (orgs.). **Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências**. São Paulo: SMA, 1998. p.43-50.

ZANETI, I. C. B. B.; SÁ, L. M. **A educação ambiental como instrumento de mudança na concepção de gestão dos resíduos sólidos domiciliares e na preservação do meio ambiente**. Disponível em:< http://sma.visie.com.br/wp-content/uploads/cea/Texto_Zaneti.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2012.