



O COMPORTAMENTO VERDE E SUAS VANTAGENS

Liara Ernestina dos Santos Martins^a, Patrícia Silva dos Santos^a, Rafael de Lucena Perini^{a*}

a) FSG Centro Universitário

Informações de Submissão	Resumo
*Autor correspondente (Orientador) Rafael de Lucena Perini, endereço: Rua Os Dezoito do Forte, 2366 - Caxias do Sul - RS - CEP: 95020-472	O colapso ambiental que afeta o mundo, é caracterizado por um complexo desequilíbrio do ser humano e a natureza, isso tem indicado que é necessário compreender os aspectos essenciais a sociedade e ao lugar que vivemos, chamado meio ambiente. É importante transformar o pensamento de ajudar em pratica, favorecendo a preservação e a conservação ambiental, se reeducando e buscando junto com a legislação ambiental, por meio da conscientização sobre os problemas socioambientais, transformando os homens e mulheres em “cidadãos ambientais”. Neste artigo foi realizado uma pesquisa, no qual analisamos o nível de conscientização, que estará relacionado ao comportamento ambiental. A pesquisa foi realizada com 352 alunos do Centro de Negócios do Centro Universitário da Serra Gaúcha (FSG). O método utilizado foi quantitativo, e a estratégia de pesquisa explicativa.
Palavras-chave: Sustentabilidade. Lixo. Meio Ambiente. Reciclagem.	

1 INTRODUÇÃO

Os problemas ambientais têm se tornado um dos maiores desafios para a humanidade, pois suas consequências resultam em impactos negativos para a sociedade, causando impasses que afetam a flora, fauna, água, solo e ar, o que muitas vezes não é dado a importância necessária, mas que consequentemente irá ocasionar danos para diversos fatores. Dias (2006) ressalta que atentar-se para os assuntos direcionados à educação ambiental, é de extrema importância, pois está ganhando força ligando ao indivíduo como um ser social, devendo ser analisada com uma visão ampliada para o futuro a longo prazo, com melhorias na sustentabilidade.

Conforme Macedo (2005), é coerente afirmar que se tratando da percepção do meio ambiente, pode ser usada como um método para identificação do acontecimento em relação

entre a natureza e o ser humano, auxiliando a compreender o nível de problematização ambiental.

No princípio da humanidade, havia uma unicidade orgânica entre o homem e a natureza, onde o ritmo de trabalho e da vida dos homens associava-se ao ritmo da natureza. No contexto do modo de produção capitalista, este vínculo é rompido, pois a natureza, antes um meio de subsistência do homem, passa a integrar o conjunto dos meios de produção do qual o capital se beneficia. (OLIVEIRA, 2002, p. 5)

Tendo em vista os problemas do meio ambiente, conseguimos identificar que há uma má gestão ambiental, e as empresas são compostas por pessoas e cada uma tem sua história, seus pensamentos, suas atitudes diferenciadas, comportamento e valores. Conforme Lucca (2009) a forma de saber e reagir em situações do dia a dia, na análise ambiental, influencia no comportamento das pessoas em relação aos assuntos ambientais. As atitudes são quanto as ações do meio ambiente na prática profissional, pois se a percepção ambiental está voltada a conscientização, pode ocorrer por meio da educação nas diversas fases do ensino fundamental, inclusive no ensino superior, acredita-se que os alunos do Centro de Negócios da FSG tenham uma inteligência ambiental desenvolvida para agirem no contexto organizacional.

Jabbour (2014, p.2) garante que a ação organizacional, está responsável pelo aumento da degradação ambiental testemunhada. Porém também pode assumir o papel importante desse cenário, promovendo melhorias ambientais desejadas por todos os setores da sociedade. Conforme o autor, muitas são as designações dadas à incorporação da temática ambiental nas empresas, porém elas só farão sentido e trarão resultados práticos, quando os dirigentes organizacionais, os alunos do Centro de Negócios possuírem conhecimentos, habilidades e atitudes a favor da gestão ambiental.

O artigo justifica-se a partir da consciência do comportamento verde e de suas vantagens para os tempos atuais e futuros, com esta pesquisa podemos identificar como está a mentalidade dos alunos que logo se tornarão grandes profissionais. Com base na temática ambiental do Brasil está voltado por ferramentas que disciplinam a proteção e o uso de recursos naturais, assim como instrumentos de educação que colaboram para a modificação de conduta em relação ao meio ambiente, este processo é fundamental para construir valores para a preservação ambiental. Assim coletando dados que indicam qual é a atual percepção mais importante.

De acordo com Barbieri (2004), embora o medo com os problemas do meio ambiente seja um assunto muito forte e ganhou um grande espaço da sociedade, para a maioria das organizações, esta preocupação ainda não se modificou para as rotinas operacionais e

administrativas. “A globalização dos problemas ambientais é um fato incontestável e as empresas estão, desde a sua origem, no centro desse processo”. (BARBIERI, 2004, p. 25)

O objetivo geral é analisar o comprometimento com o desenvolvimento sustentável dos Alunos da FSG. Os objetivos específicos são:

- identificar o perfil dos acadêmicos;
- identificar a consciência das atitudes verdes;
- identificar o comprometimento com um futuro melhor;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para Leff (2001, p.31), o início da sustentabilidade aparece como uma condição para construção de uma nova racionalidade produtiva, e uma resposta à fratura da razão moderna, fundada em novos sentidos de civilização e no potencial ecológico, partindo da diversidade cultural do gênero humano, abordando da apropriação da natureza, e da invenção do mundo.

Conforme Ramos (2010, p.83), a sustentabilidade é um método que deve ser constituído em longo prazo, pois para ocorrer um desenvolvimento sustentável é imprescindível trocar o modelo atual de desenvolvimento: o capitalista-industrial, uma vez que este desenvolvimento é preciso, mas também é necessária uma maneira de ter o desenvolvimento com sustentabilidade, ou seja, deve-se desenvolver, mas considerando o pleno desenvolvimento, dos seres humanos, dos animais, das plantas, de todo o planeta terra.

A questão ambiental é um tema que vem sendo abordado frequentemente em nosso dia a dia, seja nos meios de comunicação, nas escolas, nas empresas, ou até mesmo em conversas entre amigos. Em um terreno altamente político e ideológico, a Educação Ambiental surgiu como proposta ao enfrentamento dessa crise através da articulação entre as dimensões social e ambiental (VENTURA e SOUZA, 2010, p.14).

De acordo Mello Filho (1999, p.123): Os problemas ambientais continuaram se multiplicando, em função do modelo de desenvolvimento econômico (capitalista-industrialista), através da anarquia na exploração e gestão dos bens comuns da humanidade por parte de atores políticos e econômicos, orientados por uma racionalidade individualista e instrumental. O princípio da sustentabilidade, portanto surge com a globalização, em que a sustentabilidade ambiental é a capacidade do sistema manter o seu estado constante no tempo, a tal ponto de incorporar a problemática da relação homem x natureza.

Leff (2001, p.61/62) afirma que o fortalecimento dos projetos de gestão ambiental local e das comunidades de base está levando os governos federais e estaduais, como também intendências e municipalidades, a instaurar processos para os interesses de diversos agentes econômicos e grupos de cidadãos na resolução de conflitos ambientais, através de um novo contrato social entre o Estado e a sociedade civil.

Analisando a importância da temática ambiental e a visão integrada do mundo, no tempo e no espaço, a escola deverá oferecer métodos efetivos para a compreensão dos fenômenos naturais, as ações humanas e suas consequências para sua própria espécie, para os outros seres vivos e para o meio ambiente. É fundamental que cada pessoa desenvolva as suas potencialidades e adote posturas pessoais e comportamentos sociais construtivos, colaborando para a constituição de uma sociedade socialmente justa, em um ambiente saudável e acima de tudo sustentável.

Lucca (2009) salienta que uma maneira de agir e perceber a situações no dia a dia, na percepção ambiental, revela a influência sobre as atitudes e comportamentos das pessoas referente a prática profissional nas questões ambientais afetadas. No momento em que a percepção ambiental estiver conectada à conscientização, onde por sua vez, poderá ocorrer nas inúmeras fases do ensino formal, por meio da educação, é esperado que os profissionais, administradores, desenvolvam uma percepção ambiental para atuarem no contexto organizacional.

Conforme Dias (2006) é necessário atentar-se que a Educação Ambiental é ligada fortemente ao indivíduo como um ser social, sendo assim, deve-se ser analisada sua percepção individual como disseminação da Educação Ambiental, com olhares da cada pessoa do espaço social. Macedo (2005), relata que se tratando de percepção ambiental, pode-se utilizar um instrumento ao qual identifica o acontecimento relacionado entre a natureza e o ser humano, onde o mesmo, pode compreender qual o nível de conscientização relacionado à problemática ambiental.

2.1 Educação Ambiental

Para BRANDÃO (2006) considera-se um processo para a vida toda, a educação estimulada para o raciocínio de transmissão de conhecimento de geração a geração e ampliação de conhecimentos. Ainda para Brandão (2006), ninguém esquivava da educação. De diversas

maneiras, em diversos lugares, todos envolvem-se pedaços da vida com ela: para ensinar, para aprender, para aprender-e-ensinar.

Conforme Tanner (1978), a Educação Ambiental, procura um envolvimento público através de ações as quais ensinem os educandos a serem cidadãos que estejam ativos em uma democracia. Leonardi (1997) salienta que em diversas informações internacionais, é enfatizado a Educação Ambiental e sua importância, relacionando como um compromisso com a formação da cultura democrática.

A Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), institucionalizada no Brasil em 1999, por meio da Lei 9.795/99, o conhecimento e ensino sobre o meio ambiente começa a fazer parte na educação não formal e formal. A Educação Ambiente é considerada um componente indispensável ao qual deve-se estar presente em todas as modalidades e níveis do processo educativo, em caráter formal e não formal, encarregando, aos meios de comunicação, as empresas, ao Poder Público, às instituições educativas e a toda a sociedade, ampliar esse processo educativo. Assim, também a PNEA (1999), enfatiza os princípios básicos da educação ambiental:

- I- O enfoque participativo, democrático e holístico;
- II- Totalidade da concepção do meio ambiente, analisando a interdependência entre o meio cultural, socioeconômico e o meio natural, sob a abordagem da sustentabilidade;
- III- O conjunto de concepções pedagógicas, ideias, no aspecto de multi, Inter e transdisciplinar idade;
- IV- O vínculo entre a educação as práticas sociais, o trabalho e a ética;
- V- A permanência e continuidade do processo educativo;
- VI- A avaliação crítica permanente do processo educativo;
- VII- A abordagem das demandas ambientais regionais, locais, nacionais e globais;
- VIII- O respeito e reconhecimento à diversidade cultural e individual;

A Educação Ambiental é o alicerce científico para a sustentabilidade, sendo que a sustentabilidade é um método que deverá atingir a sociedade como um todo, pois é necessária essa relação para que, finalmente, ocorra o desenvolvimento a partir da sustentabilidade. Com esse processo todos saem lucrando, ou seja, com a sustentabilidade poderá se ter o desenvolvimento de empresas, da produção e da preservação, pois ao se englobar todos os elementos de uma sociedade para que haja o desenvolvimento sustentável se terá o progresso

pleno das atividades humanas e do meio ambiente, este que poderá continuar a nos oferecer os recursos necessários para a existência humana na superfície terrestre.

2.2 – O Profissional de Negócios

Flores-Pereira (2010) salienta que há muitos anos as denominações de administradores e gestores foram avaliadas e estruturadas. No século XX Fayol cria os elementos das atribuições e funções dos administradores. Previsão, planejamento, organização, comando, coordenação e controle, são as cinco funções elencadas por Fayol, no sentido de obter-se uma gestão eficaz. (FLORES-PEREIRA, 2010, p. 63).

Segundo Barbieri (2004), grande parte de programas de Educação Ambiental nos cursos superiores, são atividades isoladas muito vezes por ocasião especial como do dia do Meio Ambiente ou até mesmo de programas sobre a coleta seletiva de lixo. Já Dowbor (1999), as áreas sociais tais como saúde, cultura, educação, a ambiental apenas nos últimos anos adquiriu uma importância significativa, ainda se possui uma herança onde se têm sólidas raízes industriais (*just-in-time, fordismo, taylorismo e toyotismo*).

Para Do Carmo et al. (2014), as dimensões sociais e ambientais com a articulação da economia, estão em pauta pelo menos a duas décadas, onde visa reverter o quadro de exaustão e destruição submetidos aos recursos naturais do planeta. Ainda, para o autor, são necessários orientar as demandas empresariais, exigindo a formação de profissionais comprometidos, com o intuito de fazer parte da concretização do desenvolvimento sustentável.

O campo da Administração é envolvido de forma direta a demanda por negócios sustentáveis, tornando-se na gestão social sustentável, uma competência ressaltante para o administrador, logo, indispensável em sua formação. (DO CARMO et al., 2014,p.30).

3 METODOLOGIA

Para realizar este artigo foi utilizada o tipo de pesquisa explicativa, segundo Gil (1999), o objetivo básico da pesquisa explicativa é a identificação de fatores que contribuem ou originam o acontecimento de um fenômeno. É o tipo de análise que mais afunda o conhecimento do fato, porque arrisca explicar a razão e as semelhanças de efeito e causa dos fenômenos. Para Lakatos & Marconi (2001), este tipo de pesquisa visa formar relações de efeito e causa por meio

da influência direta das variantes referentes aos vinte e três objetos de estudo, alcançando a identificação das causas do fenômeno.

A pesquisa é de natureza quantitativa, tem as suas raízes com pensamentos positivistas, tem a tendência de enfatizar o raciocínio dedutivo, as normas da lógica e as qualidades mensuráveis da experiência humana. De outro modo, a pesquisa qualitativa busca salientar os fatores dinâmicos, individuais e holísticos da experiência humana, para abranger a totalidade da composição daqueles que estão vivendo o fenômeno (POLIT, BECKER E HUNGLER, 2004, p. 201).

Como método de coleta de dados, foi realizado uma pesquisa estatística descritiva. Para Freund e Simon (2000), a estatística descritiva há restrições que ligadas ao fato dos dados serem, em determinadas vezes, obtidos de amostras, o que estimula generalizações por parte do analisador. Foi aplicado um questionário com os alunos da FSG do Centro de Negócios, dando valor ao estudo, deste modo foi possível fundamentar o tema por meio de informações sobre o comportamento verde e suas vantagens. Com o total de 352 amostras, sendo que o resultado da população é de 1.200. Com 95% de confiança e 5% de erro amostral, isso irá representar o que as pessoas pensam.

Após a validação dos questionários respondidos pelos alunos, foi utilizado o programa Google docs e definidas as variáveis categóricas da pesquisa como sendo renda familiar, gênero e faixa etária. Com a estruturação do questionário, foram aplicados pré-testes com 30 acadêmicos ao qual analisou-se a necessidade de adequação no questionário, após realizado a adequação foram aplicados semanalmente durante um mês, onde foi solicitado as respostas de 16 perguntas conforme o grau de importância, sendo das questões 1 a 8 atribuídas a respostas como: Todas as vezes, algumas vezes, pouquíssimas vezes e nunca. Depois nas questões de 9 a 16, foram atribuídas as seguintes opções de respostas conforme a prática dos alunos no cotidiano: pratico sempre, pratico algumas vezes, pratico pouquíssimas vezes e nunca pratico.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando as variáveis categóricas, faixa etária, renda familiar e gênero ficou atribuído por renda familiar uma porcentagem de 49,7% o valor de R\$ 955,00 a R\$ 3.816,00 a média da renda, sendo que 63% do sexo feminino e 37% masculino. Destes 11,9% alunos de 20 anos ao qual atribui-se a faixa etária predominante.

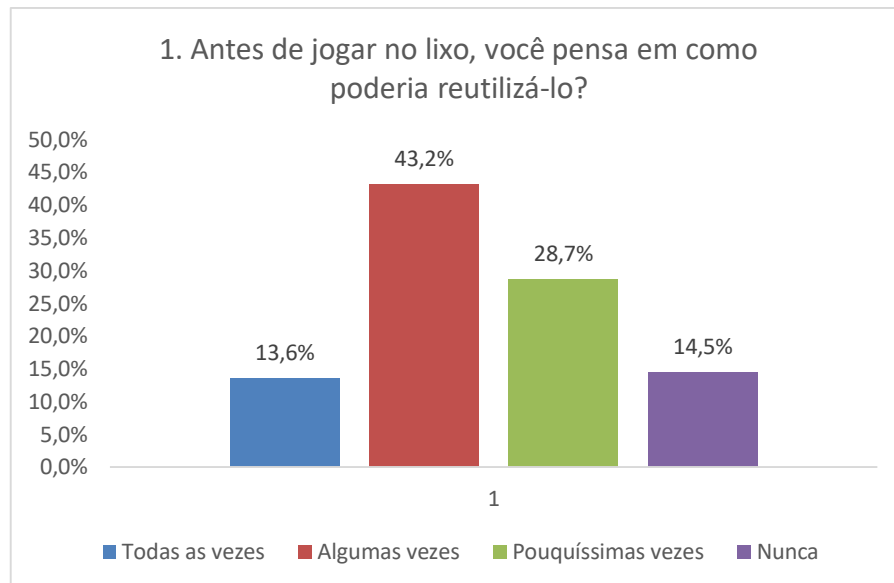


Figura 1: Gráfico da questão número 1 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Considerando a questão, “Antes de jogar algo no lixo, você pensa em como poderia reutilizá-lo”, pode-se verificar que 43,2% dos acadêmicos responderam que algumas vezes reutilizam, 28,7% reutilizam pouquíssimas vezes, 14,5% nunca reutilizam e 13,6% reutilizam todas às vezes. Ainda sobre outro questionamento feito, pergunta de número 2 do questionário, sobre a separação do lixo que pode ser reciclado, como papel, plástico, alumínio, vidro e metais ferrosos, obteve uma satisfatória porcentagem de 55,7% que responderam que todas as vezes, 30,7% algumas vezes, 9,1% pouquíssimas vezes e 4,5% nunca separa o lixo que pode ser reciclado.

Moschini-Carlos (2012), a reutilização do lixo, é o consumo de itens ao qual possam ser usados novamente, como garrafas retornáveis, produtos com refil. Aborda-se sobre o reaproveitamento do produto, podendo sofrer modificações, porém sem ser descaracterizado.

São necessárias alternativas para a busca de recursos disponíveis para implementar novas opções de produção de reciclagem de lixo, ao qual atenda as exigências do mercado, comercialização dos materiais que foram devidamente descartados e separados. Apoio de gestão empresarial, políticas públicas, comunidade e instituições de órgãos não governamentais e governamentais, contribuem com o avanço da concretização dos projetos de reciclagem de materiais descartados (OLIVEIRA, 2008).

Conforme Salvi e Narbes (2009), aproximadamente 50% da população mundial, habita em aglomerados urbanos e cidades, assim, ficando expostas a níveis progressivos crescentes de poluentes do ar. Ainda, para o autor, a poluição de ar é uma mistura de partículas e gases

emitidos para a atmosfera, geralmente por veículos automotivos, indústrias, queima de biomassa, queima de lixo doméstico, combustíveis fósseis e termoelétricas, podendo ser classificados em secundários e primários.

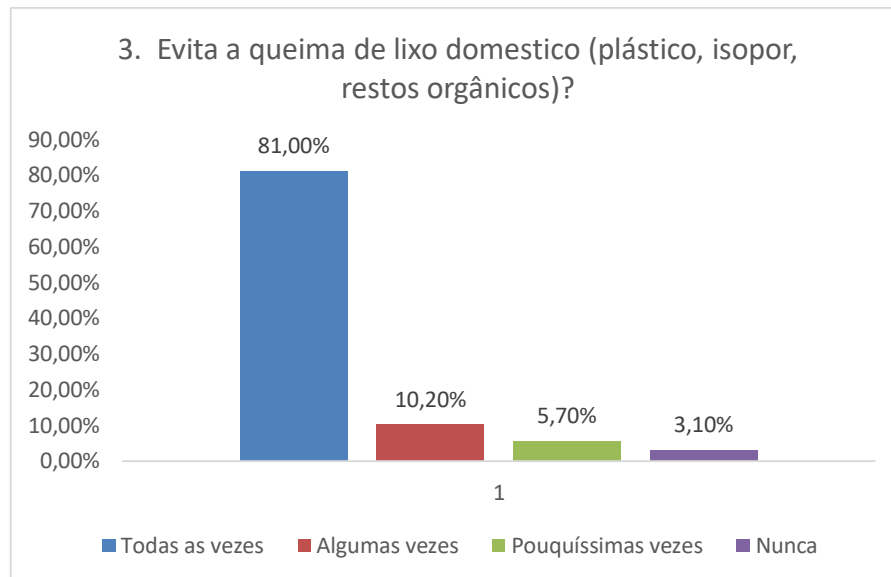


Figura 2: Gráfico da questão número 3 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Considerando a importância do assunto, levantou-se a questão: Evita a queima de lixo doméstico (plástico, isopor, restos orgânicos)? Onde levantou-se as porcentagens de 81% de pessoas que evitam todas as vezes, 10,2% algumas vezes, 5,7% pouquíssimas vezes e apenas 3,1% que nunca evita. Sobre utilizar os dois lados dos papéis, ou reutilizar rascunhos, pode-se validar os seguintes resultados: 46,6% dos alunos, responderam que todas as vezes, já 39,2% algumas vezes, 11,9% pouquíssimas vezes e na minoria de 2,3% nunca reutiliza.

A amostragem a seguir, abrange a análise de resultados da pesquisa onde refere-se que se ao comprar, o aluno possui a prática de procurar saber se o fabricante tem ações ambientais (leva em conta a postura ambiental do fabricante antes de comprar), assim, pode-se levantar as seguintes respostas: 5,4% ainda não pratica procurar saber, 17% pratica algumas vezes, expressivamente 40,9% pratica pouquíssimas vezes e 36,6% nunca pratica.

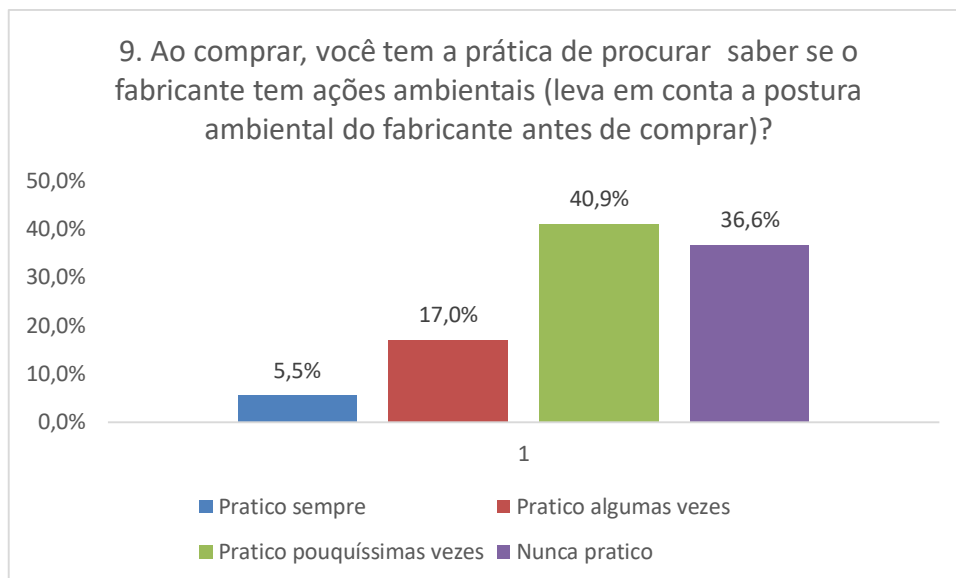


Figura 3: Gráfico da questão número 9 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Para Donaire (1999) salienta que a proteção ambiental, tornando-se para uma função da administração, deslocando-se de ser apenas uma função de produção exclusivamente. Sendo assim, possível, dentro da estrutura organizacional, identificar as questões que são relacionadas ao meio ambiente, e conseqüentemente, interfere no planejamento estratégico.

Segundo Epelbaum (2004, apud OURA & SOUZA, 2007), investir no meio ambiente, contribui na vantagem competitiva, causando resultados tangíveis, tratando-se de eficiência operacional, e intangíveis, quando se fala de valor da marca e reputação. O resultado é reflexo por diversos fatores, sendo eles: processo, setor envolvido, os produtos e todos os impactos ambientais correspondentes. Com um sistema eficaz de gestão ambiental, pode-se auxiliar o gerenciamento da empresa, medindo e melhorando os aspectos ambientais.

Conforme a questão relacionada ao consumo de água “Procura não deixar a torneira aberta ao escovar os dentes ou fazer a barba”. Foi analisado que 75% dos alunos que responderam, afirmaram que faz essa prática todas as vezes, este dado é importante para o país, pois a água é o bem mais precioso que temos hoje. Ao observar as respostas que pratica algumas vezes (15,9%), pouquíssimas vezes (5,4%) e nunca prática com 3,7% é bem preocupante.

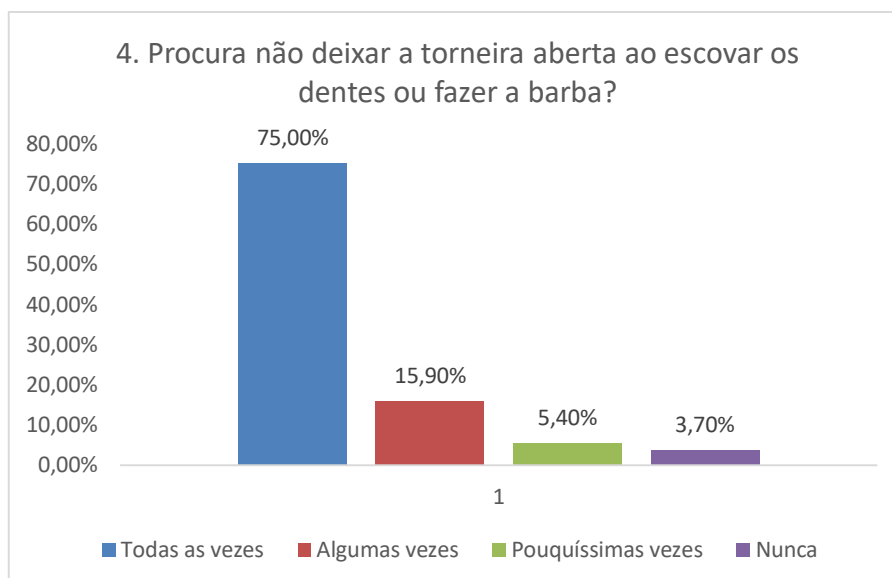


Figura 4: Gráfico da questão número 4 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Um cidadão que necessita de 110L de água para atender suas necessidades diárias, no Brasil, população gasta em média 200L de água por dia. Porém é preciso lembrar que vivemos em uma nação onde muitos não têm condições e acesso à água potável diariamente, tonando a média ainda mais preocupante. Segundo o estudo da Organização das Nações Unidas (ONU).

- aprender a poupar água com dicas simples e práticas para se fazer no dia a dia;
- evitar de lavar roupas muitas vezes por semana: as vezes é lavado apenas algumas roupas só para não deixar dentro da máquina porque incomoda, ou no tanque de molho;
- lavar o carro usando menos de um litro de água: usando os pulverizadores ou borrifadores;
- usar baldes em vez de mangueiras, para lavar calçadas, entre outros;
- economizar no banho;
- economizar na torneira, ao lavar louças;
- ao verificar um vazamento feche o registro até consertar;

Observando as dicas acima, uma delas trata-se de evitar de lavar as roupas muitas vezes por semana, e no questionário tem a seguinte pergunta ” Utiliza máquinas de lavar roupas ou louças apenas quando estiverem com capacidade máxima preenchida”. Analisando os dados, foi preocupante as respostas obtidas, sendo que (33,8%) faz essa prática todas as vezes, (44,9%) realizou algumas vezes, (46,8%) pouquíssimas vezes e (4,5%) nunca praticaram. Com isso foi enfatizamos a importância de lavar roupas ou louças na máquina apenas quando tiverem com a capacidade máxima, com isso evitamos o desperdício de água e energia elétrica.

Ao verificar a importância da água também foi identificado um aspecto que não dá para deixar para trás, o consumo de energia, no questionário aplicado tem a questão “Apaga as luzes e a TV quando sai do ambiente”, com base nas respostas, foi analisado que (63,4%) afirmam que fizeram essa prática todas as vezes, (27,6%) algumas vezes, (8%) pouquíssimas vezes e 1% nunca.

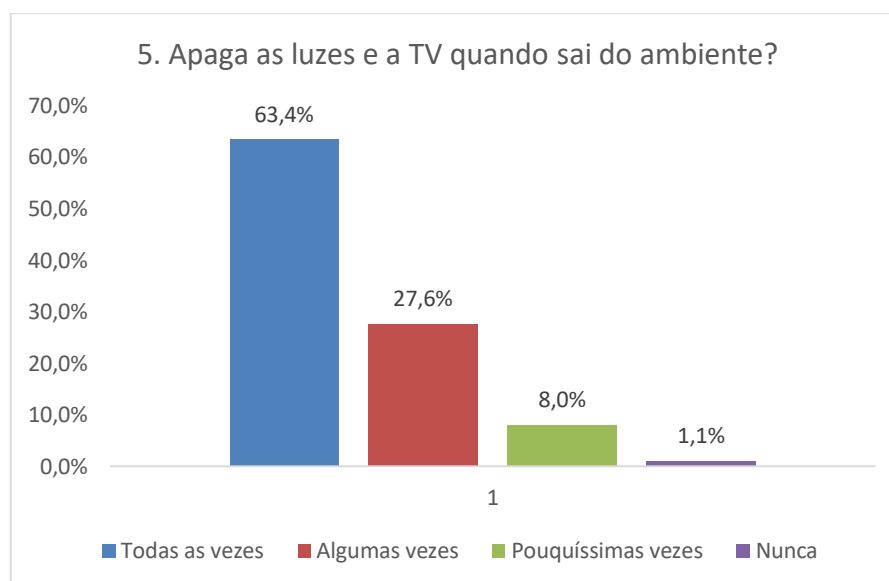


Figura 5: Gráfico da questão número 5 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

O consumo de energia elétrica consciente é de extrema importância ao desenvolvimento sustentável. Sempre que possível é preciso reduzir, acabando com o desperdício, com algumas dicas básicas economizamos dinheiro com a conta de luz e ainda ajudamos o meio ambiente. Esse novo modelo de consumo, definido pelo Instituto Akatu (2008) é aquele que através de uso e escolhas de compra, em que o consumidor procura descobrir o equilíbrio entre a sua sustentabilidade e a satisfação, colabora para um meio ambiente mais proveitoso. Realizar o consumo consciente, consiste em um protagonismo da própria existência e atitude de autonomia.

Ao falar do consumo de energia, é lembrado uma pergunta do questionário, “Você tem a prática de comprar lâmpadas e eletrodomésticos que gastam menos energia”. Ao averiguar as respostas notamos que poucas pessoas fazem o uso deste aparelho elétrico, sendo que (12,5%) faz essa prática sempre, (35,8%) algumas vezes, (33,5%) pouquíssimas vezes e (18,2%) nunca praticaram.

As lâmpadas são as principais aliadas a reduzir os gastos com a energia. A iluminação é responsável por 20% do consumo total de uma residência, escolhendo lâmpadas certas, poderá ter uma diferença na conta de luz, algumas sugestões disponíveis no mercado são: Incandescente, fluorescente compacta e *Light Emitting Diode* (LED). Encontram-se diferentes métodos para diminuir o consumo de energia, sendo uma, a substituição das lâmpadas ineficientes (lâmpadas incandescentes) por lâmpadas eficientes LED (SAIDUR, 2009).

Analisando a questão “Tem a prática de comprar produtos e embalagens fabricados com o material reciclado ou que podem ser recicláveis”, ao observar as respostas é nítido de como as pessoas não adquirem produtos e embalagens com material reciclado, com base nos dados (5,4%) faz essa prática sempre, (25,6%) algumas vezes, (47,7%) pouquíssimas vezes e (21,3%) nunca praticaram. É relevante que a grande maioria dos estudantes pouquíssimas vezes observam este aspecto tão importante da reciclagem.

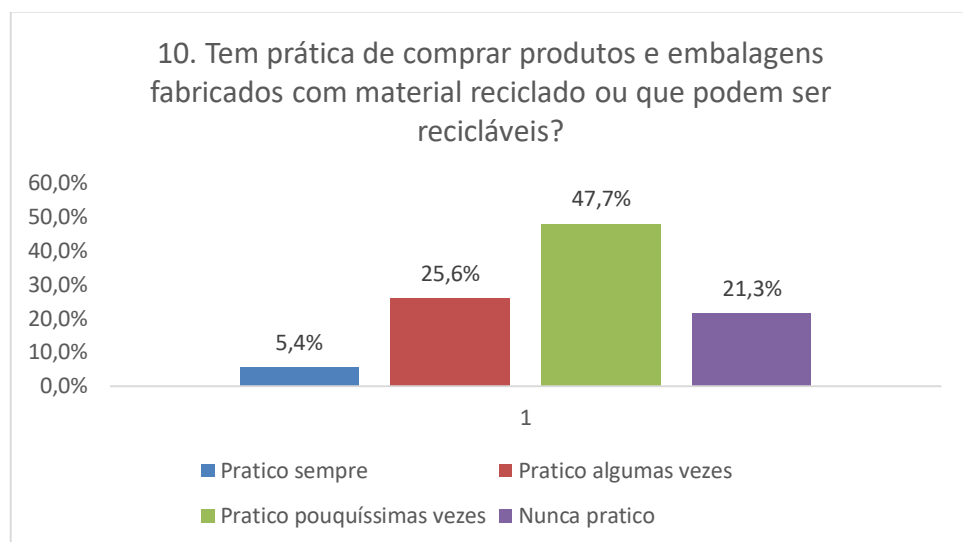


Figura 6: Gráfico da questão número 10 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Para Lessa Filho (2005, p. 44), a reciclagem é considerada uma importante alternativa para reduzir e modificar os impactos e que causam na natureza. Ainda, para o autor, com a reciclagem, é possível reduzir a degradação ambiental causada pelo ser humano. São consideradas embalagens sustentáveis principalmente as feitas de material orgânico e/ou recicláveis, que não demandam muita energia e recursos naturais em sua produção e que, após o seu descarte, tenham impactos ambientais reduzidos, podendo ser medidos por meio da Avaliação de Ciclo de Vida (ACV) de produtos.

A apresentação a seguir, “Antes da compra você tem a prática de verificar rótulos e embalagens para identificar um produto ambientalmente correto”, foi analisado que a resposta mais votada foi a pratico pouquíssimas vezes com 41,5% dos votos, como a segunda opção ficou a nunca pratico com 37,8%. Assim nota-se que poucas pessoas verificam as embalagens, 6% pratica sempre e 14,8% pratica algumas vezes.

O ser humano ecológico dá prioridade para as embalagens recicláveis e com selos informando a origem ecologicamente verdadeira do produto, escolhe pela marca que certifica a composição da embalagem, utiliza isopor e refil. O consumidor verde, segundo Portilho (2005), consome diferentemente, deixa de destacar a redução do consumo, aspectos como a descartabilidade e a obsolescência planejada. Mas ressalta a reciclagem, a redução do desperdício, o uso de tecnologias limpas e o incremento de um mercado consumidor verde.

Ao verificar sobre as embalagens, foi verificado outra questão no qual chamou atenção, “Você tem a prática de comprar produtos orgânicos”, a resposta mais apontada foi a pratico pouquíssimas vezes com 39,8%.

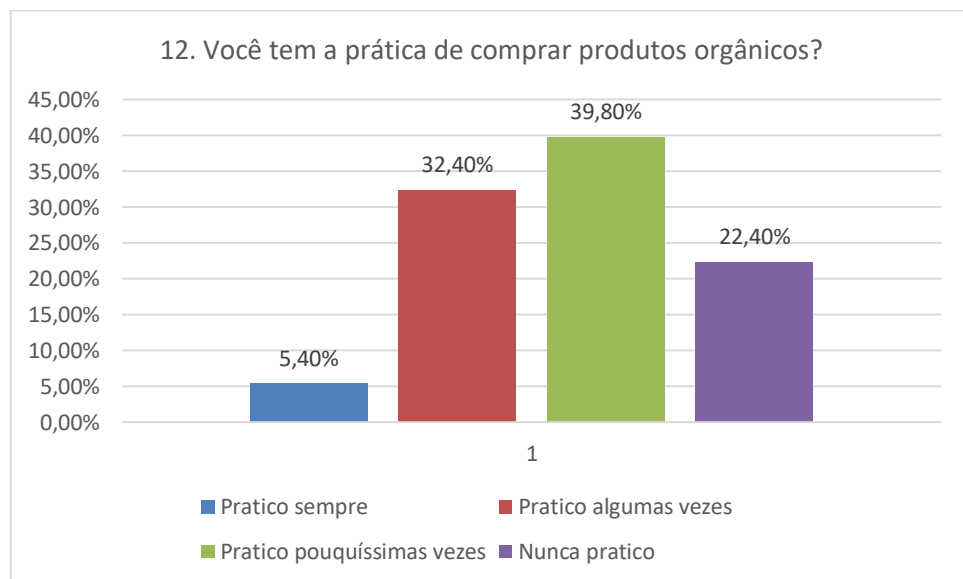


Figura 7: Gráfico da questão número 12 do questionário.
Fonte: Própria (2018).

Calzada (1998) define o consumidor ecologicamente correto como conscientizado e ambientalmente bem informado. Ele sabe exatamente o que quer. Em suas compras, presta atenção e cuidado, olhando o rótulo do produto, verificando se possui algum selo de certificação, buscando dados como os de origem do produto, forma como foi produzido e

garantias. Questiona a ausência de embalagens degradáveis para produtos orgânicos, evita alimentação industrializada e produtos com resíduos químicos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos assuntos abordados ao longo deste artigo, é possível ter a compreensão de que através da educação Ambiental se faz possível a transformação de ideias, costumes, ações e valores, ao qual é necessário obter cuidados com o meio ambiente utilizando métodos que proporcionam uma qualidade de vida melhor e um meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Nisbet (2009), afirma que a preocupação com as oscilações climáticas é uma questão a analisada como segurança pessoal, nacional, de sustentabilidade ambiental e bem-estar. A Educação Ambiental é totalmente transformadora, permitindo mudanças de idéias, costumes, valores, tornando-se um instrumento capaz de gerar uma visão de um ambiente saudável e melhor. Ressaltando que é necessário usar métodos que capacitam melhorias para uma vida de maior qualidade para as pessoas, pois é direito um meio ambiente ecologicamente equilibrado, mas também é dever buscar soluções para se obter um resultado eficaz, buscando rever o desenvolvimento econômico de forma sustentável, ao qual, não degrade e ocasione menos impacto para o meio ambiente.

Considerando o presente estudo, pode-se perceber que as ações ambientais dos acadêmicos do centro de negócios da FSG estão sendo praticados parcialmente em ações que remetem ao cotidiano. A questão de antes do lixo ser descartado, o aluno pensar se o mesmo poderia ser reutilizado, obteve-se um resultado de 43,2% que responderam algumas vezes, o que nos submete a concluir que 13,6% pensa todas as vezes e o restante ainda não tem muita preocupação com a reutilização do lixo.

O aprofundamento no tema ambiental agregou para a análise das ações e o comportamento verde das pessoas, onde 81% evita a queima de lixo doméstico. No aspecto de conscientização em procurar saber se o fabricante tem práticas ambientais, apenas 5,5% pratica saber, com um resultado significante de 40,9% pratica pouquíssimas vezes. A pesquisa também demonstrou como contato coma natureza fortalece a relação de preservação ambiental, o que acaba reforçando as teorias que se dizem respeito do contato efetivo com a natureza, não a tratando com uma peça de visitação ou ações pontuais de preservação.

Conforme análise dos autores, percebe-se que o meio para se alcançar o desenvolvimento sustentável é por meio da educação, visto que toda a conscientização de atitudes e ações partem de dentro das salas de aula, o qual, não é apenas esse conceito que deve-se evoluir, pois deve ser contínuo, ficando sempre atentos, com preocupações de futuras gerações que irão usufruir de um ambiente melhor. O apoio de setores governamentais e empresariais, ainda está falho, pois falta iniciativa desses setores para incentivar a população e seus interesses, buscando agir sustentavelmente, onde empresas possuiu uma grande importância para a evolução dessa proposta, ao qual, as mesmas podem agregar nas suas empresas, processos, métodos sustentáveis que possam impulsionar e demonstrar as possibilidades de sustentabilidade.

Conforme Hamel e Prahalad (1995), é necessário possuir uma visão sistêmica, analisar e observar o futuro, antes que ele chegue. Os autores, acreditam que é viável os empresários desenvolver uma visão do futuro, a longo prazo, com perspectiva para os seus negócios, ou seja, a empresa deve buscar um diferencial competitivo, ou assimetrias de mercado, onde lhe favorecerão futuramente.

É de extrema importância a participação ativa e democrática da sociedade e o Estado, para que seja possível uma solução, tornando a sociedade com ente fiscalizador e consciente, fazendo a mudança de atitudes, através de campanhas, ações, agregando a população ao envolvimento e o discernimento da importância do meio ambiente e das vantagens de atitudes sustentáveis poderão trazer futuramente. A principal característica da educação ambiental é pautada através de seu papel transformador, permanente, abrangente, conscientizado, por meio de informações, com um público formalmente, composto por grupos de trabalhadores, empresários, estudantes e políticos.

Para futuras pesquisas, sugerimos avaliar a qual é a percepção dos alunos no ensino médio, e quais suas atitudes cotidianas com o comportamento verde, como os interesses desses alunos pode influenciar em futuros projetos de economia reversa no cotidiano.

6 REFERÊNCIAS

BARBIERI, J. C. **Educação ambiental e a gestão ambiental em cursos de graduação em administração: objetivos, desafios e propostas.** Revista de Administração Pública, v. 38, n. 6, p. 919-946, 2004.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** São Paulo: Saraiva, 2004.

BARBIERI, J. C.; SILVA, D. **Desenvolvimento sustentável e educação ambiental: uma trajetória comum com muitos desafios**. Revista de Administração Mackenzie - RAM. v. 12, n. 3, 2011. BARBIERI, J. C.; SILVA, D. Educação ambiental na formação do administrador. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e Meio Ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21**, 3 ed. Petrópolis – RJ, 2000.

BRANDÃO, C. R. **O que é educação**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

CALZADA, M. **Quem é o Consumidor Orgânico. Conferência da IFOAM: Mar del Plata**, 1998. <<http://www.planetaorganico.com.br/saudnovc.htm> - acesso em 05/09/2018>.

DE OLIVEIRA, A. M. S. **Relação homem/natureza no modo de produção capitalista**. Revista Pegada, v. 3, 2002.

Dias, G. F. (1992). **Educação ambiental: princípios e práticas**. São Paulo, SP: Gaia.

Dias, R. (2007). **Marketing ambiental**. São Paulo, SP: Atlas

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DO CARMO, G. T.; MACHADO, C. A. R.; JÚNIOR, L. S. M. P. **Desenvolvimento sustentável: um novo paradigma para o administrador?** Perspectivas On Line 2007- 2010, v. 1, n. 3, 2014.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. P.34.

DOWBOR, Ladislau. **A gestão social em busca de Paradigmas**. In: Gestão Social - uma questão em debate. São Paulo: EDUC-IEE, 1999.

EPELBAUM, Michel. **A influência da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial**. Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção. São Paulo: Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2004.

EXAME-PME. **Sustentabilidade – O que os empreendedores precisam saber sobre a discussão mais quente do momento – e como isso pode ser decisivo para o futuro dos negócios**. 9ª edição, julho-agosto, p.27, 2007.

FLORES-PEREIRA, M. T. Repensando a função dirigir: uma análise a partir de livros introdutórios de Administração. GESTÃO.Org - **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 8, n. 1, p. 61-80, 2010.

FREUND, J. E.; SIMON, G. A. **Estatística aplicada**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Gomes, G, Gornl, P. M., & Dreher, M. T. (2011). Consumo sustentável e o comportamento dos universitários: Discurso e práxis! **RECADM** – Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, 10 (2), 80-92.

JABBOUR, C. J. C. Gestão Ambiental em Escolas de Negócios: mapeando o estado da arte. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 4, 2014.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEFF, H. **Epistemologia ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

LEONARDI, M.L.A. **A educação ambiental como um dos instrumentos de superação da insustentabilidade da sociedade atual**. In: CAVALCANTI, C. (Org.) Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas. São Paulo: Cortez / Recife: Fundação Joaquim Nabuco. 1997. p. 391-408.

LESSA FILHO, I. **Educação Ambiental e Reciclagem**. Curitiba: Editora Fundamento, 2005. v. 1000.

LUCCA, Humberto André Rodrigues. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/principio/3321/>>. Acesso em 01/09/2018.

MACEDO, R. L. G. **Percepção, conscientização e conservação ambientais**. Lavras: UFLA/FAEPE, 2005.

Medeiros, J. F., Sampaio, C. H., & Perin, M. G. (2010). **Fatores emocionais no processo de tomada de decisão de compra**. *Psico*, 41 (4), 439-446.

MELLO FILHO, Luiz Emygdio (org.) **Meio ambiente e educação**. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.

MORIMOTO, C., SALVI, R.F. 2009. **As Percepções do Homem Sobre a Natureza**. In: 12 Encontro de Geógrafos de América Latina, Caminando en una América Latina en transformación, Montevideú, 2009.

MOSCHINI-CARLOS, V.; BORTOLI, S.; PINTO, E.; NISHIMURA, P. Y.; FREITAS, L. G.; POMPEO, M.; DÖRR, F. **Cyanobacteria and cyanotoxin in the Billings Reservoir** (São Paulo, SP, Brazil). *Limnetica*, v. 28, n. 2, p. 273-282, 2012.

ONUBR. Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/>>. Acesso em 05/09/2018.

PNEA. Disponível em: <<http://www2.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=321>>. Acesso em 01/09/2018.

POLIT, D.F.; BECK, C.T.; HUNGLER, B.P. **Fundamentos de Pesquisa: métodos, avaliação e utilização**. 5 ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PORTILHO, Fátima. **Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo**. Cad. EBAPE.BR [online]. 2005, vol.3, n.3, pp.01-12. ISSN 1679-3951. <<http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512005000300005>>. Acesso em 01/09/2018.

RAMOS, Elisabeth Christmann. **O processo de constituição das concepções de natureza: uma contribuição para o debate na Educação Ambiental**. Revista Ambiente e Educação: 2010. Vol.15, p.67-91.

SAIDUR, R. (2009) *Energy consumption, energy savings, and emission analysis in Malaysian Office buildings*. *Energy Policy*, v. 37, p. 4104-4113.

TANNER, R. T. **Educação ambiental**. São Paulo: SUMUS E EDUSP, 1978.