

Análise de discursos de sustentabilidade a partir da investigação da consciência ambiental e consumo ecológico de estudantes da educação básica.

AILIM SCHWAMBACH

JOSÉ CLAUDIO DEL PINO

Resumo

Palavras Chave

Sustentabilidade, Consciência ambiental, Consumo ecológico

Agradecimento a órgão de fomento

FAPERGS.

ANÁLISE DE DISCURSOS DE SUSTENTABILIDADE A PARTIR DA INVESTIGAÇÃO DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E CONSUMO ECOLÓGICO DE ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO BÁSICA.

INTRODUÇÃO

A preocupação referente às questões ecológicas e ambientais tem crescido de maneira exponencial na sociedade, sendo este fato verificável principalmente a partir das décadas 60 e 70 (PEREIRA; ARYOSA, 2004), com a construção de saberes em diferentes campos científicos, que passaram a incorporar à sustentabilidade das ações humanas, com a Ecologia, a Ética, a Economia, a Política, entre outros (GUIMARÃES; TOMAZELLO, 2004). Foi o relatório “Nosso Futuro Comum” (*Our Common Future*, em inglês) a base para o crescimento de uma consciência que envolveu o pensamento político sobre os processos de produção e consumo referentes à depredação das reservas naturais e problemas ambientais (PEATTIE; PEATTIE, 2009), o que gerou um reflexo na mudança de práticas, propagandas e discursos das empresas que apresentaram uma gama de vocabulários vinculados a esta temática, como “empresa verde”, “produto verde”, “ecologicamente correto”, “marketing verde”, “consumo consciente”, entre outros (BARROS et al., 2009).

O setor econômico passou a observar o surgimento destas preocupações ambientais e de sustentabilidade dos consumidores como um fator de vantagem em seus produtos, somente a partir do século XX. Começaram a entender como um diferencial ao expor em suas marcas algum processo ecológico que atraíssem as pessoas para uma compra dentro de “padrões ecologicamente corretos”. Os autores Ciribeli e Caneschi (2011) descrevem o “consumidor verde” como sendo o indivíduo que quando compra algo, dá importância à qualidade e ao preço, sem esquecer dos produtos e das marcas que adotam práticas de preservação e preocupação ambiental, observando sua propaganda, embalagem. É o consumir que opta por produtos que causam menos danos ao meio ambiente.

Portanto, é importante para a empresa determinar o nível de sensibilização e o potencial de seu mercado ambiental, especialmente em relação aos aspectos ambientais diretamente relacionados aos seus negócios, ou seu produto. Provou-se empiricamente (DUNLAP, GALLUP; GALLUP, 1993, p. 13) que existem poucas diferenças entre o nível

de preocupação ambiental dos países mais industrializados e países menos desenvolvidos, o que mostra a existência de uma grande preocupação ambiental em todo o mundo. Além disto, programas foram propostos para a formação de sociedades responsáveis, visando um novo modelo de desenvolvimento, chamado de “Desenvolvimento Sustentável”, conforme o relatório “Nosso Futuro Comum”, elaborado em 1987 (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Assim, é importante a compreensão de que a discussão sobre a sustentabilidade das atividades no planeta não pode ser realizada aparte das questões relativas à educação. Apesar de o tempo ser criticamente curto para fazer mudanças educacionais necessárias para garantir um futuro seguro, a educação emerge como um fator determinante para vislumbrarmos um futuro sustentável ao invés do caótico (STERLING, 2001).

Se quisermos seguir pelo primeiro, para termos um futuro sustentável, a Educação Ambiental é a maneira encontrada como medida para conscientizar as pessoas sobre os problemas ambientais decorrentes do mau uso dos recursos naturais pelo ser humano, desde o ano de 1999 foi implementada a Lei de Nº 9.795/99, e esta veio a ser reforçada no ano de 2012, com sua inclusão nas Diretrizes Curriculares Nacionais de EA:

Art. 8º - A Educação Ambiental, respeitando a autonomia da dinâmica escolar e acadêmica, deve ser desenvolvida como uma prática educativa integrada e interdisciplinar, contínua e permanente em todas as fases, etapas, níveis e modalidades, não devendo, como regra, ser implantada como disciplina ou componente curricular específico (BRASIL, 2012, p.70).

Cabe aqui lembrar que esta lei foi promulgada no ano de 1999, sendo que treze anos depois no Brasil, foi realizada a Rio+20, onde a pergunta mais contundente foi sobre como aliar o crescimento econômico à sustentabilidade planetária, as relações econômicas foram postas em cheque, juntamente com as questões ambientais. Procurou-se então encontrar meios de conciliar a proteção do meio ambiente com o desenvolvimento econômico dos países, sendo que o grande saldo positivo remete ao fato de que as ações e os projetos para defesa e preservação do meio ambiente aumentaram consideravelmente em âmbito municipal, estadual e federal.

Giddens (2000) escreve que “A sustentabilidade ambiental exige, pois, que se produza uma descontinuidade: de uma sociedade para a qual a condição normal de saúde foi o crescimento da produção e do consumo material deve passar-se a uma sociedade capaz de desenvolver-se, reduzindo-os”. Com isto, questiona-se se os diferentes

estudantes da educação básica assumem posturas de escolhas de produtos que não agridem tanto o meio ambiente, se conhecem selos ecológicos, entre outras posturas que possam apontar se esses estariam em sintonia com todo este discurso ambiental apresentado ao longo dos últimos anos. Seria possível que a escola contribuísse para que os jovens e adolescentes de hoje percebam e entendam as consequências ambientais de suas escolhas como consumidores?

Dias (1994) escreve que o processo de avaliação da consciência ambiental é algo passível de ser analisado, com tanto que seja feita uma pesquisa rígida e detalhada, onde deverá extrair dos envolvidos uma ideia básica e outra elaborada sobre os conceitos e padrões de desenvolvimentos ambientais para os dias de hoje. Para ter consciência ambiental é necessário repensar nossas escolhas enquanto cidadãos e consumidores, isto implica

um questionamento profundo, um repensar a maneira de produzir, de consumir, de trabalhar, e um posicionamento perante a vida que integra a solidariedade para com as gerações futuras. Isto significa partilhar de ética que interpela os valores tradicionais, por vezes, maioritários, que têm expressão em crenças que posicionam o ser humano com todos os direitos (GALVÃO, 2007 p. 109).

Freire (1959, p.28) contribui com uma ideia que é pertinente ao proposto nesta tese, de que: “[...] é preciso aumentar o grau de consciência do povo, dos problemas de seu tempo e de seu espaço”. É na ação, no trabalho, que o homem toma consciência de si, do mundo e dos outros, por isso, a *práxis* da Educação Ambiental é o principal instrumento para moldar esta nova forma de ver e sentir o mundo ao nosso redor (DIAS, 1994).

Este trabalho tem por objetivo avaliar a consciência ambiental e do consumo ecológico de estudantes da educação básica do ensino fundamental, médio e Educação de Jovens e Adultos (EJA) a partir do uso de uma ferramenta de coleta de dados semiestruturada e já validada para este fim uma vez que há uma grande escassez de trabalhos teóricos no âmbito do comportamento ecológico de indivíduos (GARCIA et al. 2003).

METODOLOGIA

Para realização do estudo, foram selecionadas duas escolas no município de Ivoti, uma estadual e outra da rede privada. Na escola pública o estudo foi realizado com uma turma de 8º ano (etapa final do ensino fundamental) e 3º ano do ensino médio. A turma de oitavo ano foi convidada para participar desta parte da coleta de dados para termos indicativos destes futuros consumidores.

Na escola privada os voluntários da pesquisa foram alunos de uma turma da Educação de Jovens e Adultos (EJA), uma vez que a autora é docente na escola, podendo realizar atividades no turno das aulas devido a impossibilidade de os alunos comparecerem em outros horários, pois trabalham durante o dia.

Por se propor a medir o grau de percepção dos consumidores em relação aos produtos ecologicamente corretos, este estudo caracterizou-se de caráter quantitativo, com análise numérica da medida da consciência ambiental e consumo ecológico de cada grupo. Para mensurar ambos e também os critérios de compra dos consumidores, utilizou-se a ferramenta de coletas de dados desenvolvida por Bertolini e Possamai (2005), originalmente composta de um questionário com 21 questões. O critério utilizado para determinar o tamanho da amostra foi de acordo com a disposição dos estudantes em aderir à pesquisa de maneira voluntária, por isto, foram feitos convites para todas as turmas de 8º anos e 11 estudantes concordaram em participar, além de oito estudantes do terceiro ano da mesma escola, e nove na turma da EJA da rede privada.

Para buscar informações do perfil de cada estudante, foi elaborado um questionário utilizando a plataforma “Google Docs”, para tanto, as questões 1, 2 e 3 visavam coletar dados como nível de escolaridade e sexo, enquanto que as questões 4 e 5 foram instrumento de coleta para outra análise deste estudo (Anexo A). A questão 6 sobre critérios de compra, foi adaptada a partir da questão 1 do questionário original, onde havia uma escrita livre, modificando-a para escolher três opções principais, as demais (7 a 22) tiveram por base a coleta de dados para verificar o principal objetivo deste estudo, identificar a conscientização ecológica dos consumidores (7 a 14) e com base na escala de Likert, o consumidor ecologicamente correto (15 a 22). Os estudantes responderam o questionário no laboratório de informática das escolas utilizando o link gerado no “Google Docs”.

A pontuação e o cálculo deste estudo foram feitos de acordo com os dados do artigo de Bertolini e Possamai (2005): resposta A = 4 pontos, B = 3, C = 2 e D = 1. As respostas das questões 7 a 14 foram tabuladas multiplicando a quantidade de vezes de cada resposta pelos respectivos pontos, somando todos os resultados e, por último,

dividindo o resultado obtido na operação passada pela quantidade de questões relacionadas à consciência ecológica. Obteve-se, com esses cálculos, um valor, que servirá para classificar os consumidores (Tabela 1).

Tabela 1 - Grau de conscientização ambiental dos consumidores, de acordo com a análise dos questionários respondidos (Extraído e Modificado de Bertolini e Possamai 2005)

CLASSIFICAÇÃO DO CONSUMIDOR	PONTUAÇÃO
Consciente em relação ao meio ambiente	4 a 3,5
Potenciais traços de consciência ambiental	3,5 a 2,5
Poucos traços de consciência ambiental	2,5 a 1,5
Não possui consciência ambiental	1,5 a 1

Fonte: Elaborada pela autora.

A interpretação dos resultados se deu da seguinte forma: pontuação 4 e 3,5 classifica o estudante como “consumidor ecologicamente correto”, entre 3,5 e 2,5 consumidor com “potenciais de ser ecologicamente correto”; entre 2,5 e 1,5 pontos consumidor com “fraca chance de ser ecologicamente correto”, e entre 1,5 e 1 ponto enquadra o consumidor como “não ecológico”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

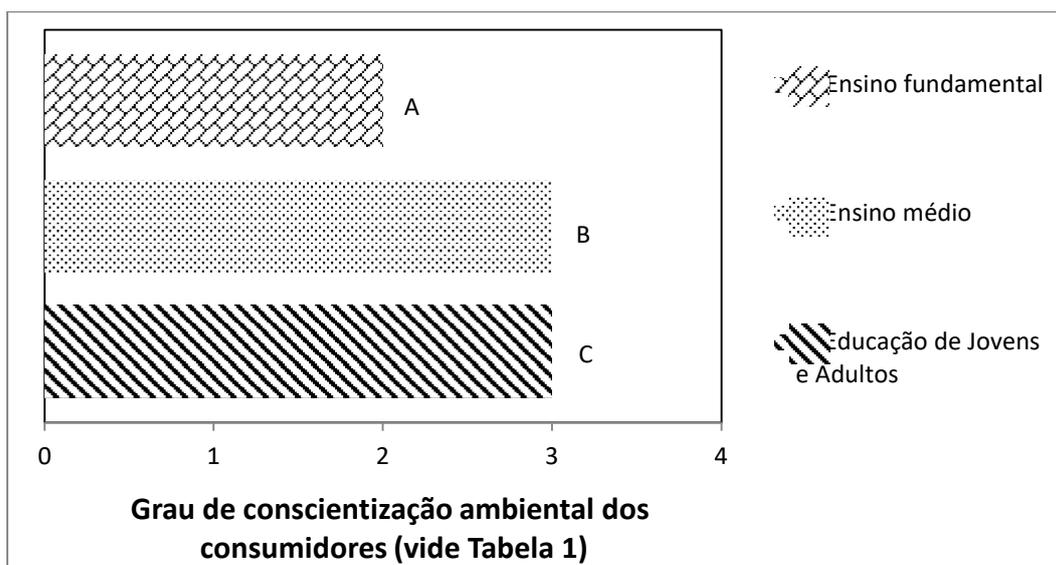
Depois de respondidos os questionários pelos estudantes, as respostas foram analisadas e transformadas em gráficos para mesurar a consciência ambiental e o consumo ecológico dos estudantes do oitavo, terceiro ano e EJA. Com o cálculo das devidas pontuações, observa-se na figura 1, que os estudantes de ensino médio e EJA possuem a pontuação = 3, o que os coloca na categoria “consumidores com potenciais traços de consciência ambiental”, o que já não observamos no oitavo ano que apresenta a pontuação = 2, com “poucos traços de consciência ambiental”.

Cabe aqui observar que o processo que leva um indivíduo a desenvolver um comportamento ecológico é lento e gradual, de modo que os consumidores que começam a adquirir informações sobre questões ambientais, são mais predispostos para comprar

produtos reciclados simples do que comprar produtos ecológicos mais caros. Os autores Dunlap e Scarce (1991), apontam também para a reflexão de que comportamentos ecológicos mais comuns são aqueles envolvendo o mínimo de esforço e o mínimo de custo pessoal (DUNLAP; SCARCE, 1991). Por isto, esperava-se encontrar uma classificação de “Consciente em relação ao meio ambiente” ainda maior do que foi o apresentado em relação ao terceiro ano e EJA. Além disto, a etapa final do ensino médio deveria ser a geradora de novas posturas e uma consciência ambiental ainda maior do que a observada.

A intervenção dos sujeitos nestas realidades com novas posturas é fundamental para que mudanças possam ocorrer. Por exemplo, na solicitação de menos embalagens nos produtos alimentícios oferecidos pela padaria dos mercados da região, ou mesmo a observação da presença ou não de algumas certificações antes do ato da compra.

Figura 1 - Resultado sobre a consciência ambiental e consumo ecológico dos estudantes de ensino fundamental, médio e Educação de Jovens e Adultos



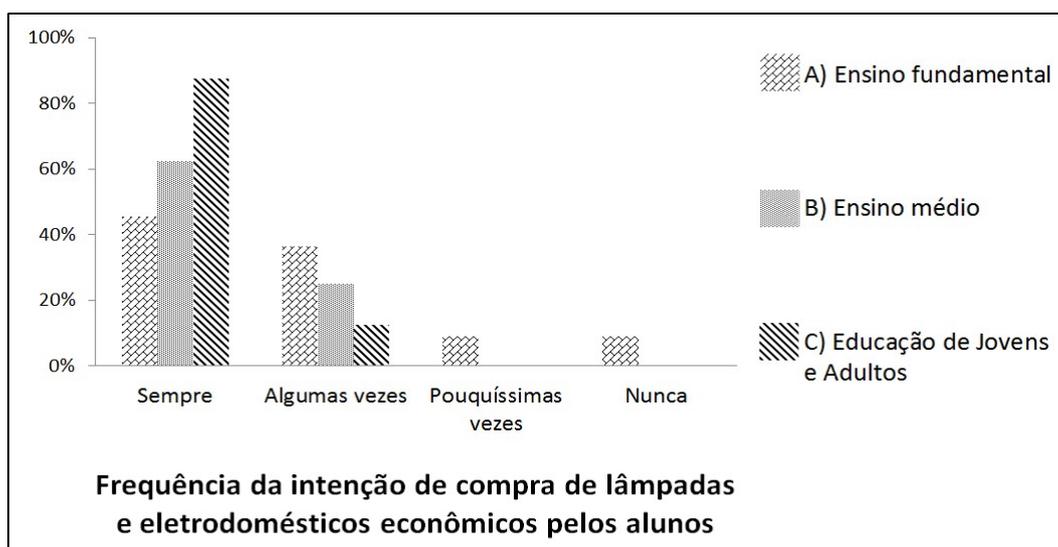
Fonte: Elaborado pela autora.

Uma crítica a esta metodologia, é proposta por Garcia et al. (2003), onde os autores descrevem que as amostras de pesquisas formadas pelo público geral, explicam melhor uma maior variação da compra ecológica do que aquelas formadas por estudantes. Outra pesquisa (SEARS, 1986) faz referência a grande quantidade de estudos que são feitos com estudantes universitários, e que estes dados não podem ser extrapolados para

uma população mais geral, por isto, a generalização das relações encontradas nessas amostras nos conduziria a um retrato distorcido do consumidor ecológico.

Porém para esta pesquisa, analisar dados de jovens e adultos é como olhar para o presente e futuro, pois temos indicativos de consumo e opções de produtos com rotulagens ou selos ambientais por adultos, trabalhadores que optam por este ou aquele produto vendido nos comércios locais, bem como compreender como se dão as opções de jovens e adolescentes para que possamos melhorar os currículos escolares visando caminhar na direção do proposto pela UNESCO, ao abordar a importância da Educação para a Sustentabilidade.

Figura 2 – Avaliação da intenção de compra de lâmpadas e de eletrodomésticos com selo de economia de energia por parte do grupo de alunos avaliados dos três níveis de ensino da educação básica



Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação à observação dos rótulos ambientais (Figura 2), observam-se valores aproximados entre “pouquíssimas vezes” e “nunca” faz-se isto com relação às respostas dos estudantes do ensino médio e EJA.

Sobressaem-se os dados dos alunos do ensino fundamental, onde mais de 50% dos estudantes afirmam olhar pouquíssimas vezes para as rotulagens e os mesmos também comentaram que devido ao fato de serem jovens, quem faz a maioria das compras necessárias são seus pais. Todavia, foi importante conhecer também as opções de compra que este público faria, como futuros consumidores.

Na categoria “sempre”, mais de 10% dos alunos do EF responderam sempre observar os rótulos, já um percentual de 20% foi encontrado na EJA. Nenhum estudante do ensino médio escolheu esta opção.

A figura 2 mostra os resultados obtidos com a questão 20, que analisou a intenção de compra de lâmpadas e eletrodomésticos que gastam menos energia. Esta questão foi escolhida para discussão, pois um grande número de respostas dos estudantes ficou na categoria “sempre”, como na EJA onde aproximadamente 90% dos alunos afirmam sempre optar por este tipo de compra. Menos de 10% do grupo pesquisado do ensino fundamental respondeu a opção “nunca”, enquanto os outros estudantes não escolheram esta opção como resposta. Nesta análise pode-se levantar dois aspectos principais: o de que eletrodomésticos econômicos relacionam-se a uma menor conta de luz, logo menos gastos; e outra questão faz jus a propagandas e esclarecimentos midiáticos sobre os selos da Procel, o que são e para que servem, sendo que o próprio governo fez uma legislação específica para isto, uma vez que é mais barato economizar energia do que construir novas usinas. Também é sabido que no mundo moderno com toda a tecnologia ao nosso redor, produzir energia para a sociedade, levando em conta o conforto que a tecnologia nos proporciona, significa interferir no meio ambiente e consumir recursos naturais, falando neste caso, das hidrelétricas que são a grande fatia geradora de energia para o país.

Frente estes dados, percebemos que o aprendizado sobre sustentabilidade não deve se limitar somente à absorção de informações; pois, para um aprendizado realmente eficaz, é preciso que a criança, o jovem e o adulto de hoje se sintam inseridos na sociedade como elos conscientes e corresponsáveis pela preservação do meio ambiente e do uso correto dos recursos naturais. O conceito de que cada geração é apenas um elo na evolução humana neste planeta precisa ser resgatado. Quanto aos jovens, temos uma geração pós-modernista que tem sido egocêntrica: o indivíduo tornou-se imediatista, hedonista e centrado em si. Faz-se necessário reaprender a noção de que ficaremos no planeta Terra por alguns anos e por isto temos a responsabilidade de preservá-lo para os que virão depois de nós.

Se seguirmos no padrão dos últimos anos de olharmos somente para números que apontam a avaliação de conhecimentos de certas matérias escolares, estaremos contribuindo para diminuir a diversidade, a individualidade e a criatividade dos estudantes, isto sem contar no engajamento crítico, defendido por Paulo Freire em diversas obras. Recentemente um dos maiores estudiosos sobre o sistema de ensino chinês, Jiang Xueqin, mostrou como a China precisa iniciar uma cruzada em busca da

criatividade, ele ressaltou o quanto os chineses são bons em disciplina, mas precisam se esforçar para uma maior integração com a nova realidade global¹.

Corroborando esta fala, os PCNs alertam para o fato de que os alunos podem ter nota 10 nas provas, e, jogar lixo na rua, atear fogo no mato, ou realizar outro tipo de ação danosa, seja por não perceberem a extensão dessas ações ou por não se sentirem responsáveis pelo mundo em que vivem (BRASIL, 1998, p. 169) e por isto, poderemos continuar a cometer os mesmos erros que estamos fazendo hoje.

CONCLUSÕES

Compreender como os estudantes que já são consumidores, se comportam frente às questões ambientais é de fundamental importância para podermos ter parâmetros de como está sendo trabalhada a sustentabilidade do planeta nas escolas, uma vez que suas atitudes irão influenciar na sua decisão de compra.

Seria interessante poder analisar algumas variáveis de comércio (preço, produto, distribuição e comunicação), pois há poucas pesquisas neste campo de análise. Fatores específicos de cada país, tais como a disponibilidade de produtos ecológicos, legislação ambiental, os níveis e principais tipos de poluição, ou o poder de compra da população, entre outros.

Então cabe as empresas observar essas necessidades, ao agregar valor aos produtos e serviços direcionando a uma temática ambiental, esta promove um alto grau de satisfação por parte do consumidor, já que este está mais propenso a consumir produtos que não agridam o meio ambiente.

Para alcançarmos mais cidadãos que se enquadrem na categoria “consciente em relação ao meio ambiente”, necessitamos muito mais do que meras atividades pontuais como a reciclagem da água e dos insumos, o reaproveitamento do lixo, entre muitas outras iniciativas. Embora as ações pontuais de proteção ambiental tenham uma grande importância e são necessárias, precisamos compreender que é preciso articular processos educativos que possibilitem uma vivência e a prática de novas maneiras de educar. A educação para a sustentabilidade, bem como o proposto na Lei nº 9.795/99 sobre o regimento da Educação Ambiental, exige que os estudantes aprendam a pensar por si

próprios, desenvolvendo a autonomia e vivenciando diariamente situações em um ambiente propício para este aprendizado.

Quando a escola se propõe a um debate onde se inclua a dimensão política bem como a reflexão na busca de soluções para situações problemas na comunidade agindo localmente, mas visando o global, percebe-se que estamos no caminho para a construção de um sujeito crítico, mas não devido à crítica em si, mas sim, daquele indivíduo que percebe um problema e vai além para tentar solucioná-lo. É importante comentar que ter consciência ambiental não se limita a vestir roupas com frases em prol do meio ambiente, ter discurso sem nenhuma ação associada, mas sim, assumir a parcela de responsabilidade nos problemas ambientais e ter o desejo de encontrar as devidas soluções. A mudança no comportamento das pessoas é possível pela conscientização ambiental, podendo por meio desta obter bons resultados ao meio ambiente. Avaliar a consciência ambiental destes três grupos de estudantes (EF, EM e EJA) pode ser considerada a maneira *sine qua non* para termos um indicador de sustentabilidade e pensarmos em estratégias de ensino e conteúdos nos currículos escolares.

O Estado do Rio Grande do Sul, por sua vez tem uma secretaria exclusiva de Educação Ambiental que em parceria desenvolve projetos para a comunidade e escolas estaduais e particulares de diferentes níveis. Mais a frente, os dados desta pesquisa podem servir de como embasamento e subsídio para a reflexão e mediação de ações deste órgão público nos espaços formais e informais de ensino incentivando a adoção de medidas que possam influenciar na decisão destes atuais e futuros consumidores.

REFERÊNCIAS

BARROS, D.F. et al. O Consumidor “Ecologicamente Correto”: Interpretações do Argumento Ecológico Organizacional. CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 14., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** 28 a 31 de julho, Rio de Janeiro, 2009.

BERTOLINI, G.R.F.; POSSAMAI, O. Proposta de instrumento de mensuração do grau de consciência ambiental, do consumo ecológico e dos critérios de compra dos consumidores. **Revista de Ciência & Tecnologia**, Piracicaba, v.13. n. 25/26. p.17-25, 2005. Disponível em: <<http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/rct25art02.pdf>>. Acesso em: 01 jan. 2021.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais, ética. Brasília: MEC/SEF, 1998.

_____. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999.** Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm>. Acesso em: 01 jan. 2013.

_____. **Resolução nº 2, de 15 de junho de 2012.** Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental. Disponível em: <<http://mobile.cnte.org.br:8080/legislacao-externo/rest/lei/89/pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

_____. Secretaria da Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais – 5ª a 8ª série.** Brasília: MEC/SEF, 1998. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/195-secretarias-112877938/seb-educacao-basica-2007048997/12657-parametros-curriculares-nacionais-5o-a-8o-series>>. Acesso em: 15 jun. 2021.

CIRIBELI, J.P.; CANESCHI, B.S. Marketing verde: um diferencial competitivo ou uma questão essencial para as empresas sobreviverem no século XXI. **Revista Gestão Empresarial**, v. 1, n. 1, p. 114-125, jan./jun. 2011.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

DIAS, G. F. **Atividades interdisciplinares de educação ambiental.** São Paulo: Global e Gaia, 1994.

DUNLAP, R. E.; GALLUP, G. H.; GALLUP, A. M. Of global concern: results of the health of the planet survey. **Environment**, n. 35, p. 7-15, 1993.

DUNLAP, R.E.; SCARCE, R. The Polls-Poll Trends. Environmental Problems and Protection”, **Public Opinion Quarterly**, v. 55, n. 11, p. 651-672, 1991.

FREIRE, P. **Educação e atualidade brasileira.** Recife: Universidade de Recife, 1959.

GALVÃO, C. Práticas de pesquisa em educação ambiental em diferentes espaços institucionais educação ambiental em Portugal: investigação sobre as práticas. **Pesquisa em Educação Ambiental**, v. 2, n.1, p. 95-110, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/pea/article/view/30019>>. Acesso em: 15 jun. 2021.

GARCIA, M.S.A. et al. El consumidor ecológico: un modelo de comportamiento a partir de la recopilación y análisis de la evidencia empírica. **Distribución y Consumo**, p. 41-53, jan./fev. 2003. Disponível em: <http://educamarketing.unex.es/asignaturas/litm/mkecol/lecturas/consumidor_ecol%C3%B3gico.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2022.

GIDDENS, A. **Un mundo desbocado:** Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Madrid: Taurus, 2000.

GUIMARÃES, S.S.M.; TOMAZELLO, M.G.C. Avaliação das idéias e atitudes relacionadas com sustentabilidade: metodologia e instrumentos. **Revista Ciência e Educação**, Bauru, v. 10, n. 2, p. 173-183, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ciedu/v10n2/03.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2022.

PEATTIE, K.; PEATTIE, S. Social marketing: a pathway to consumption reduction? **Journal of Business Research**, v.62, n. 2, fev. 2009.

PEREIRA, S. J. N.; AYROSA, E.A T. Atitudes relativas a marcas e argumentos ecológicos: um estudo experimental. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 2, n. 2, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/viewFile/67/57>>. Acesso em: 15 jun. 2022.

SEARS, D.O. “College Sophomores in the Laboratory: Influences of a Narrow Data Base on Social Psychology’s View of the Human Nature”, **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 51, n. 3, p. 515-530, 1986.

STERLING, S. **Sustainable Education: Re-Visioning Learning and Change**. Bristol: Schumacher Society, 2001.

VANINI, E. Quando o foco é na avaliação, elimina-se a diversidade e a criatividade dos alunos. **O Globo**, 12 set. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/quando-foco-na-avaliacao-elimina-se-diversidade-a-criatividade-dos-alunos-17474746>>. Acesso em: 12 set. de 2021.

ANEXO A – Pesquisa de doutorado de Educação em Ciências

UFRGS - Pesquisa de doutorado de Educação em Ciências



Questionário integrante do Projeto de doutorado de Ailim Schwambach.

*Obrigatório



Seu nome: *

1. Que nível de escolaridade você possui? *

- A) Ensino fundamental
- B) Ensino médio
- C) EJA

2. Sexo: *

- A) Masculino
- B) Feminino

3. Qual a sua idade? *

- A) Até 15 anos
- B) De 15 a 18
- C) De 18 a 21
- D) De 21 a 30
- E) Mais de 30

4. Você possui cadastro em redes sociais? *

- A) Não.
- B) Sim, Facebook.
- C) Sim, Twitter.
- D) Sim, Facebook e Twitter.

5. Caso tenha cadastro em redes sociais, você já curtiu algum grupo ou empresa que tenha informações sobre o meio ambiente? *

- A) Não.
- B) Sim.

6. Quando você vai comprar um produto, quais as características que você valoriza e que definem qual produto comprar? *

Marque somente três opções que você considera como importantes:

- A) Marca
- B) Embalagem
- C) Preço
- D) Apoiar alguma causa ambiental.
- E) Apoiar uma causa social.
- F) Indicação de um amigo.
- G) Ter visto na televisão ou Internet.
- H) Nunca me preocupei com isto.

7. Antes de jogar algo no lixo, você pensa em como poderia reutilizá-lo? *

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

8. Você separa o lixo que pode ser reciclado, como papel, plástico, alumínio, vidro ou metais ferrosos?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

9. Evita a queima de lixo doméstico (plásticos, isopor, restos orgânicos)?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

10. Procura não deixar a torneira aberta ao escovar os dentes ou lavar algo?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

11. Apaga as luzes e a TV quando sai do ambiente?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

12. Utiliza máquinas de lavar roupas ou louças apenas quando estiverem com capacidade máxima preenchida?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

13. Você se preocupa em não jogar lixo na rua?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes

- C) Pouquíssimas vezes
- D) nunca

14. Você utiliza os dois lados dos papéis, ou reutiliza rascunhos?

- A) Todas as vezes
- B) Algumas vezes
- C) Pouquíssimas vezes
- D) Nunca

15. Ao comprar, você tem a prática de procurar saber se o fabricante tem ações ambientais (leva em conta a postura ambiental do fabricante antes de comprar)?

- A) Pratico sempre
- B) pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca pratico

16. Tem a prática de comprar produtos e embalagens fabricados com material reciclado ou que podem ser recicláveis?

- A) Pratico sempre
- B) Pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca pratico

17. Antes da compra, você tem a prática de verificar rótulos e embalagens para identificar um produto ambientalmente correto?

- A) Pratico sempre
- B) Pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca pratico

18. Você tem a prática de comprar produtos orgânicos?

- A) Pratico sempre
- B) Pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca pratico

19. Você tem a prática de comprar produtos de limpeza biodegradáveis?

- A) Pratico sempre
- B) Pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca

20. Você tem a prática de comprar lâmpadas e eletrodomésticos que gastam menos energia?

- A) Pratico sempre
- B) Pratico algumas vezes
- C) Pratico pouquíssimas vezes
- D) Nunca pratico

21. Você tem a prática de pagar mais por um produto que não polui o meio ambiente?

