

Comportamento ambiental dos estudantes de ensino médio: percepção e hábitos de consumo

Ultimamente, as questões ambientais estão mais presentes nos meios de comunicação, tendo em vista a relação da sociedade com o uso predatório dos recursos naturais. Persiste, ao que parece, a sensação de que os recursos naturais são infinitos. Considerando que os adolescentes se tornarão brevemente consumidores mais ativos, influenciando o sistema produtivo, entende-se pertinente conhecer o seu comportamento quanto aos hábitos de consumo. O objetivo do estudo é descrever a percepção e os hábitos de consumo de 109 estudantes de Ensino Médio de 4 cursos de uma unidade do IFPI. Metodologicamente, a pesquisa tem abordagem quantitativa, natureza descritiva-exploratória, com uso do método survey e utilização de questionário estruturado em entrevistas presenciais. Como resultado, foi possível identificar os aspectos socioeconômicos, os graus de percepção ambiental e de consumo consciente dos respondentes. Com o uso do VAPERCOM, notou-se que os estudantes possuem percepção ambiental, e potencial possibilidade de se tornarem consumidores conscientes.

Palavras-chave: Ensino Médio; Meio Ambiente; Consumo Consciente; Preservação; Piauí.

Environmental behavior of high school students: perception and consumption habits

Lately, environmental issues are more present in the media, in view of society's relationship with the predatory use of natural resources. It seems, it seems, that natural resources are infinite. Considering that adolescents will soon become more active consumers, influencing the production system, it is considered pertinent to know their behavior regarding consumption habits. The objective of the study is to describe the perception and consumption habits of 109 high school students from 4 courses at an IFPI unit. Methodologically, the research has a quantitative approach, descriptive-exploratory in nature, using the survey method and using a structured questionnaire in face-to-face interviews. As a result, it was possible to identify the socioeconomic aspects, the degrees of environmental perception and conscious consumption of the respondents. With the use of VAPERCOM, it was noted that students have an environmental perception, and the potential possibility of becoming conscious consumers.

Keywords: High School; Environment; Conscious Consumption; Preservation; Piauí.

Topic: **Desenvolvimento, Sustentabilidade e Meio Ambiente**

Received: **09/03/2021**

Approved: **21/05/2021**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Valéria Kelem Soares dos Santos Sousa
Universidade Federal do Piauí, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/7581924586260407>
vkelem37@gmail.com

Vitória Talita de Oliveira Ferreira
Universidade Federal do Piauí, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/8384890964798311>
vitoriatalita-oliveira@hotmail.com

Jairo de Carvalho Guimarães 
Universidade Federal do Piauí, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/4540152132630356>
<http://orcid.org/0000-0002-5901-5026>
jairoguimaraes@ufpi.edu.br



DOI: 10.6008/CBPC2318-2881.2021.002.0012

Referencing this:

SOUSA, V. K. S. S.; FERREIRA, V. T. O.; GUIMARÃES, J. C..
Comportamento ambiental dos estudantes de ensino médio:
percepção e hábitos de consumo. **Nature and Conservation**, v.14, n.2,
p.120-134, 2021. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2318-2881.2021.002.0012>

INTRODUÇÃO

É sabido que a humanidade desde os tempos remotos já utilizava os recursos naturais para sobrevivência. Contudo, a postura do homem, que no início era “de respeito e reciprocidade, com o decorrer dos tempos, tornou-se antropocêntrica, dominadora e predatória, principalmente com o início da modernidade”, segundo Moraes (2015), foi se estabelecendo como um novo marco comportamental. Vive-se num período em que as questões ambientais se tornam mais explícitas em razão dos eventos que degradam o Meio Ambiente de forma implacável, fatos estes que passaram a ser divulgados quase que de modo corriqueiro pela mídia, significando que não há tomada de decisão de forma consistente que revelem a mitigação dos problemas ambientais contemporâneos. Atualmente, as questões ambientais são tratadas “como se fossem apenas uma perturbação momentânea, fragmentada e sem contornos definidos, ao passo que implicam a transgressão da lógica profunda que condiciona toda a organização das sociedades contemporâneas”, como diz Magera (2013).

Além dos eventos que degradam o ambiente, como o descarte inadequado dos resíduos, a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais – ABRELPE, por meio de uma pesquisa realizada em 2017, indica que foram coletados 71,6 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos. Destes, 29 milhões de toneladas foram destinados a locais que não possuem uma estrutura adequada – como os lixões ou aterros sem controle. Diante da situação, é necessário estar atento ao comportamento de consumo das pessoas, buscando compreender a dinâmica perceptiva dos consumidores e quais os hábitos são adotados e, em que pese o problema ambiental conhecido da sociedade em geral, entender como são definidos os fatores de decisão no tocante à compra de produtos e serviços.

É importante ressaltar que os “adolescentes procuram adotar marcas distintivas como forma de compor sua identidade grupal. Roupas, formas de linguagem verbal, preferência por certos tipos de músicas e ídolos compõem esse repertório identitário”, conforme pontua Brandalise (2006). O comportamento é influenciado por fatores motivacionais, e estes se caracterizam como um agrupamento de motivos que influenciam as pessoas a se comportarem de determinada maneira.

Com efeito, as razões que influenciam os indivíduos a ter uma ação são aquelas que estão relacionadas às necessidades humanas que, ao mesmo tempo que podem criar padrões de comportamento, são variantes de pessoa para pessoa, de acordo com Oliveira (2009). Outro ponto que precisa ser destacado refere-se à percepção ambiental do consumidor, à qual é “mediada por interesses econômicos, políticos, ideológicos e ocorre num determinado contexto social, político, espacial e temporal” (BRANDALISE, 2006).

Há pesquisas que discutem a questão da percepção ambiental de microempreendedores (FUJIHARA et al., 2017); aplicação do *Tourism Ecological Footprint Method* para avaliação dos impactos ambientais do turismo em Ilhas (FEITOSA et al., 2013); percepção ambiental e educação ambiental (MELAZO, 2005); Educação Ambiental e consumerismo em unidades de ensino fundamental (SERRANO, 2003); a percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental (BRANDALISE et al., 2009); uso do *Ecological Footprint Method* como ferramenta para avaliar o perfil do consumo consciente

(GOMEZ et al., 2009), e sobre o comportamento do jovem adulto universitário de classe C frente ao discurso do consumo consciente do dinheiro e do crédito (MATTOSO et al., 2012).

De uma forma geral, percebe-se que há uma lacuna quanto ao desenvolvimento de uma pesquisa direcionada ao público estudantil do Ensino Médio. Neste aspecto, a pesquisa foi norteadada pelo seguinte problema: Qual o grau de percepção ambiental e de consumo consciente dos jovens? Por outro lado, no que tange ao objetivo, este foi descrever a percepção e os hábitos de consumo dos estudantes de Ensino Médio.

Esta pesquisa se justifica pela emergente necessidade de se conhecer a percepção ambiental e os comportamentos dos jovens quanto ao Meio Ambiente, que no mais tardar se tornarão consumidores mais ativos, promovendo influências no meio social, ambiental e empresarial, sendo oportuno, portanto, conhecer se eles serão os “protagonistas na condução de um desenvolvimento sustentável e na garantia de um mundo melhor”, conforme afirmam (LIMA et al., 2015).

REVISÃO TEÓRICA

O presente capítulo está dividido da seguinte forma: Seção 2.1 que discute o Consumo Consciente; em seguida, a seção 2.2 que aborda a concepção de Percepção e Discernimento e, fechando, a seção 2.3 que discute o papel da Educação Ambiental (EA) no percurso formativo do estudante do Ensino Médio, em termos cognitivos e conceituais.

Consumo Consciente

A evolução do debate referente à produção e ao consumo foi por meio da Agenda 21, no ano de 2002, evento mundial realizado no Rio de Janeiro. Este documento visa a estabelecer um importante passo na questão da preservação ambiental, social, institucional e econômica através da criação de um projeto que contemple o desenvolvimento sustentável do Brasil. A Agenda 21 está dividida em quatro dimensões: geoambiental, social, econômica, político institucional e da informação e do conhecimento, segundo Bezerra et al. (2002).

No entanto, o aumento da população mundial implica na necessidade de disposição maior dos recursos naturais para suprir as demandas dos indivíduos. Têm-se, adicionalmente, o fato de que com o desenvolvimento da tecnologia e, conseqüentemente, com a emergência de produtos mais sofisticados e únicos, surge a predisposição – ora pela atração, ora pelo *status*, ora pelo desejo de suprir uma necessidade ainda não plenamente atendida – das pessoas em consumi-los frequentemente. Além disso, há a obsolescência programada, que é caracterizada pela vida útil de funcionamento de aparelhos eletrônicos, por exemplo. Vale frisar que o consumo é uma prática fundamental, afinal, as pessoas precisam se alimentar, vestir-se, ter acesso à *Internet*, capacitar-se, o que interfere no equilíbrio ambiental.

Neste sentido, reconhece-se que as pessoas detêm hábitos de consumo predatórios ao adquirirem bens que não necessitam e que muito provavelmente não serão usufruídos, caracterizando, assim, por um ato de consumismo e não de consumo (NOGUEIRA et al., 2012; BORELLI et al., 2012; OLIVEIRA et al., 2014). É pelo modo do consumo que os indivíduos podem “[...] expressar suas identidades, a partir de uma

contribuição ativa que lhes proporcione um argumento identificado como seu, sem ser apenas uma mera apropriação de algo que já existe” (OLIVEIRA et al., 2016) e, com isso, os recursos naturais correm o risco de se tornarem extintos ou de difícil acesso.

Desta feita, exemplos como os solos férteis, os recursos hídricos e até mesmo o oxigênio que é fundamental à sobrevivência, estão ameaçados, tudo isso em vista da poluição do ar emanada pelas indústrias, automóveis, entre outros. Neste cenário, é imprescindível que os cidadãos tenham consciência dos impactos negativos ao Meio Ambiente, conforme assentam Coltro et al. (2006), e que a conscientização precisa de maior responsividade, especialmente, nos “jovens, os quais podem ser protagonistas na condução de um desenvolvimento sustentável e na garantia de um mundo melhor”, de acordo com o pensamento de Lima et al. (2015).

Com efeito, os consumidores precisam mudar os hábitos e as práticas de consumo a fim de causar menos impactos ambientais e sociais, ou seja, fala-se de uma nova postura e a criação de uma cultura que regida pela modificação no estilo de vida direcionado à prática do consumo consciente, conforme asseguram Bierwagen (2016) e Lima et al. (2015). O consumo consciente se refere “a um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental, que considera os impactos que um produto pode exercer sobre o meio ambiente, onde o foco está em preservar e manter um meio social com maior qualidade de vida” (TONY et al., 2012).

Bacha et al. (2011), ao mencionarem que o consumo consciente é “a prática humana que considera seus impactos sobre o meio, como o resultado de um processo de reflexão baseado em um sentimento de pertencimento, nos quais suas ações estão direcionadas para a busca de resultados coletivos”, revelam que o papel dos consumidores no contexto da transformação paradigmática, no que diz respeito à preservação ambiental, perpassa pela elevação do grau de conscientização, sugerindo que coordenadas culturais são necessárias para a promoção de um ambiente holístico. Desta feita, a percepção de urgência, por meio da Educação Ambiental, pode forjar o sujeito ecocêntrico.

Percepção e Discernimento

O modo como uma sociedade se comporta revela muito sobre o que ela pensa das próximas gerações, em termos de conservação e preservação ambiental. Desenvolver permanentemente medidas com vistas a encontrar as soluções para os problemas que envolvem o Meio Ambiente, que por reflexo influenciam as dimensões política, econômica, cultural e social (GOMES, 2019), constitui uma tarefa complexa, tendo em vista o atual estágio em que a humanidade se estabeleceu, o qual desvela o elemento hedonista como pano de fundo para vários dos impasses, dilemas e mazelas que agredem e atacam o ambiente, em toda a sua extensão e profundidade.

Mesmo em regimes democráticos, como destaca Miguel (2016), as desigualdades extrapolam e esboçam o lado perverso de um sistema que costuma emplacar mecanismos mercadológicos visando a instigar o consumo para além da capacidade financeira do indivíduo. Mais: com o objetivo de, sob o desígnio do *status* e da relevância do utilitarismo desmedido, revelar que uma mudança no estágio socioeconômico

do sujeito, propõe que a obsolescência constitui um mecanismo natural no contexto do consumo, estimulando as pessoas a buscarem algum tipo de satisfação por meio de um processo, às vezes impensado, de aquisição compulsiva. Isto tem a ver com a percepção do indivíduo quanto ao grau de demanda e o nível de satisfação que o consumo pode proporcionar.

Em princípio, segundo Davidoff (2001), “o complexo processo perceptivo depende tanto dos sistemas sensoriais quanto do cérebro. Nosso corpo é equipado com sistemas especializados de coleta de informações, denominados sentidos ou sistemas sensoriais [...]”. Vale ressaltar que a percepção e a sensação são consideradas elementos distintos. A sensação se caracteriza como um mecanismo no qual é possível obter, através dos órgãos do sentido, uma dimensão da realidade (BRAGHIROLI et al., 2010).

Para Davidoff (2001), a percepção é “o processo de organização e interpretação dos dados sensoriais (sensações) para desenvolver a consciência do meio ambiente e de nós mesmos. A percepção envolve interpretação; a sensação, não”. Vale pontuar que “sentir e perceber são, na realidade, um processo único, que é o da recepção e interpretação de informações”, conforme Braghirolli et al. (2001), ou seja, é por meio da percepção que as pessoas irão ordenar os estímulos obtidos pelos órgãos sensoriais e que foram obtidos pela exposição de um determinado ambiente. Além disso, a percepção “supõe sensações acompanhadas dos significados que lhes atribuímos como resultado da nossa experiência anterior. [...] o que lhe confere significado (mecanismo de interpretação de informações)”, assim atestam Braghirolli et al. (2010).

Essa percepção, que ocorre de forma particular em cada indivíduo, serve como um elemento que pode influenciar no comportamento das próprias ações do sujeito e, apesar dos mesmos sentidos serem usados pelas pessoas, há uma diferenciação no que diz respeito à escolha de critérios de como interpretar o mundo, conforme Kotler et al. (2015). Sob este signo, não se pode deixar de admitir que a mídia (PALMA, 2005) tem contribuído de forma decisiva para a difusão do conhecimento, fazendo com que as pessoas se apropriem de informações que darão contorno ao processo de conscientização.

Neste aspecto em particular, a percepção pode advir de um estruturado complexo de apreensão cognitiva e sensorial, contribuindo, desta forma, para o aprimoramento da capacidade perceptiva, especialmente quando experiências reais – como por exemplo, indignar-se com o desmatamento crescente na Amazônia – influenciam a tomada de decisão, ressaltando a relevância da Educação Ambiental (EA) na formação do espírito ecossistêmico do jovem estudante.

Educação Ambiental (EA)

Desde os primórdios, a sociedade humana interfere no Meio Ambiente. Contudo, a forma como essa interferência está sendo exercida nos últimos anos tem se transformado numa situação alarmante e insustentável, tanto para o Meio Ambiente, quanto para os indivíduos que dele usufruem. Como agravante, há a pressão que a sociedade exerce sobre a decisão do indivíduo, no que tange ao consumo de produtos e serviços de última geração, como um mecanismo de indução margeando a vaidade e o *status*, contribuindo para o estabelecimento de padrões de consumo desnecessários (DUARTE et al., 2015; DIAS, 2004). Nota-se que “no presente há setores da sociedade que se identificam com uma modalidade de relação com o mundo

natural em que este é reduzido a uma força motriz ou matéria-prima a ser explorada, conforme um ideal de desenvolvimento e progresso”, segundo Carvalho (2008).

A consciência acerca dos problemas ambientais, os quais têm a capacidade de interferir de forma direta ou indiretamente na vida das pessoas, possibilitaram as discussões referentes à Educação Ambiental e ao desenvolvimento sustentável através da mobilização dos governos e da sociedade civil. Os maiores destaques das ações voltadas para Educação Ambiental foram nos anos 70, tendo em vista que começou a se atribuir um “conjunto de ações, entidades e movimentos que se nomeiam ecológicos ou ambientais e, no plano governamental, uma estrutura institucional voltada para regulação, legislação e controle das questões do ambiente” (CARVALHO, 2008). No ano de 1972 foi realizada a primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano sediada na cidade de Estocolmo, Suécia, e de lá para cá fóruns mundiais de discussão sobre a temática ambiental têm pautado as decisões políticas de algumas nações.

Na Conferência de 1972 houve a participação de 113 países, sendo que a intenção deste encontro de amplitude mundial foi de “estabelecer uma visão global e princípios comuns que servissem de inspiração e orientação à humanidade, para a preservação e a melhoria do ambiente humano”, conforme acentua Dias (2004). Ainda na Conferência de Estocolmo foram estabelecidos 26 Princípios, dentre os quais a necessidade de abordar a questão da Educação Ambiental.

Neste aspecto, assim está registrado o Princípio 19: é primordial que sejam direcionados esforços no que diz respeito ao ambiente, sendo que a Educação Ambiental deve ter como público-alvo os jovens, bem como, os adultos. Adicionalmente, o Princípio 19 é taxativo quanto à relevância de dar o direcionamento de atenção às pessoas que estão num contexto de vulnerabilidade socioeconômica a fim de gerar uma postura crítica e pessoas informadas, sem excluir o comportamento de cada indivíduo, das organizações e das sociedades na intenção destas estarem cientes da responsabilidade pelos cuidados e oferecer mais qualidade contínua do meio ambiente, levando em consideração os aspectos da dimensão humana.

A Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), três anos após a Conferência de Estocolmo, realizou a Conferência de Belgrado (1975), na ex-Iugoslávia. Nesta Conferência, foram estabelecidos metas e objetivos ambientais, dentre elas, a meta de Educação Ambiental que visa ao estabelecimento de uma maior sensibilidade e compreensão em relação ao Meio Ambiente e aos problemas que o afeta, bem como, “conhecimento, aptidão, atitude, motivação e compromisso para trabalhar individual e coletivamente na busca de soluções para os problemas existentes e para prevenir novos”.

No ano de 1977 houve a Primeira Conferência Intergovernamental sobre Educação Ambiental sediada em Tbilisi-Geórgia, ex-URSS – União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. Foram estabelecidas recomendações, finalidades, categorias de objetivo, princípios e estratégias de desenvolvimento básicos da Educação Ambiental. É importante destacar a primeira recomendação que fala da interferência dos problemas ambientais na vida das pessoas, a relevância da educação como ferramenta de entendimento dos eventos ambientais, bem como, parâmetros a fim de possibilitar um norteamento para o desenvolvimento ambiental tanto local, quanto internacionalmente.

É imperioso destacar que a Educação Ambiental trata da interdisciplinaridade e do trabalho de

reorientar as pessoas, além de, conforme aponta Dias (2004), promover “experiências educativas que facilitam a percepção integrada do meio ambiente, tornando possível uma ação mais racional e capaz de responder às necessidades sociais”. Segundo Dias (2004), as finalidades da Educação Ambiental são:

1. Promover a compreensão da existência e da importância da interdependência econômica, social, política e ecológica;
2. Proporcionar a todas as pessoas a possibilidade de adquirir os conhecimentos, o sentido dos valores, o interesse ativo e as atitudes necessárias para protegerem e melhorarem o meio ambiente, e
3. Induzir novas formas de conduta, nos indivíduos e na sociedade, a respeito do meio ambiente. Vê-se que os pontos-chaves da EA são as mudanças de consciência, atitude e comportamento.

No que diz respeito à EA no contexto brasileiro, uma das principais políticas públicas criadas foi o Programa Nacional de Educação Ambiental (PRONEA), em 1984. Vale lembrar que só porque esse programa é de âmbito nacional não significa que somente o Poder Público Federal possui a obrigação de pô-lo em prática, mas também, faz-se necessário destacar a corresponsabilidade de todos (Estados, Municípios, cidadãos, entre outros) na execução, fiscalização e avaliação do mesmo. As atividades desta política pública estão direcionadas para:

[...] assegurar, no âmbito educativo, a interação e a integração equilibradas das múltiplas dimensões da sustentabilidade ambiental – ecológica, social, ética, cultural, econômica, espacial e política – ao desenvolvimento do país, buscando o envolvimento e a participação social na proteção, recuperação e melhoria das condições ambientais e de qualidade de vida.

Além desse programa, pode-se citar a Lei nº 9.795 de 27 de abril de 1999 que diz respeito à EA e institui a Política Nacional de Educação Ambiental. No primeiro artigo dessa Lei, a EA é conceituada como várias atividades pelas quais “o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade” (BRASIL, 1999).

Nessa Lei, há a divisão da Educação Ambiental em formal – à qual é realizada nas esferas de ensino público e particular – e a informal, que são “as ações e práticas educativas voltadas à sensibilização da coletividade sobre as questões ambientais e à sua organização e participação na defesa da qualidade do meio ambiente” (BRASIL, 1999). Vale lembrar que a EA “fomenta a sensibilidades afetivas e capacidades cognitivas para uma leitura do mundo do ponto de vista ambiental”, conforme indica Carvalho (2008), permitindo, deste modo, a percepção do jovem para as questões que envolvem os dilemas ambientais, daí o papel destacado da Educação Ambiental na recontextualização cultural da sociedade brasileira.

De forma geral, a Educação Ambiental trata de uma sucessão de etapas as quais têm a finalidade de diminuir a visão predatória que uma grande parte das pessoas possuem a respeito do Meio Ambiente, por meio de um ajustado e bem conduzido processo de conscientização que possibilite uma maior sensibilidade na questão do uso dos recursos naturais e os problemas ambientais gerados por estes, ou, dito de outro modo, “[...] uma população que tenha conhecimento, competência, motivação e engajamento, que possa trabalhar de maneira individual e coletiva a fim de resolver os problemas atuais e, ao mesmo tempo, impedir que se repitam” (LUCCA et al., 2013).

Como dizem Aldo et al. (2012), a Educação Ambiental deve dirigir a educação “na abordagem ambiental para favorecer a conscientização ambiental em qualquer ambiente humano, para gerar uma preocupação que se torna um compromisso de fazer algo pelo meio ambiente, exigindo uma ação, individual e coletiva, em qualquer escala”. Por fim, é pertinente compreender o que Silva et al. (2012) pontuam, para quem “mediante as ações de conscientização e sensibilização promovidas pela EA, os seres humanos perceberão que a conservação do meio ambiente é a melhor alternativa para um futuro saudável e com qualidade de vida”.

Assim, tomando como ponto de partida que a consciência e a sensibilidade das pessoas são capazes de promover uma verdadeira transformação na forma como se trata o consumo e, por consequência, na destinação que cada um dos indivíduos concebe, por intermédio do seu comportamento cotidiano, no que diz respeito ao grau de preocupação com o Meio Ambiente, é que será possível compreender que dinâmica a relação entre consumidor e produto se configura no contexto da preservação ambiental.

METODOLOGIA

A presente pesquisa possui uma abordagem quantitativa, de natureza descritiva-exploratória (RICHARDSON, 2010), com contornos interpretativos (CRESWELL, 2013; YIN, 2016). Uma pesquisa é descritiva porque “procura descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e suas características” (CERVO et al., 2007) e exploratória quando procura uma maior agregação de informações sobre a área ao qual o pesquisador se limitou, mas também, conhecê-la de forma mais íntima ou adquirir uma nova visão desse fenômeno e possibilitar a descoberta de novas concepções (CERVO et al., 2007).

Os sujeitos desta pesquisa foram 109 estudantes do 3º ano (Ensino Médio) de um *campus* do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), cuja justificativa para a escolha foi em razão de o grupo ser constituído predominantemente de jovens, sendo um contingente apropriado visando a identificar qual o tipo de comportamento eles têm no que diz respeito ao Meio Ambiente, a partir do processo de consumo que naturalmente desenvolvem. Os pesquisadores disponibilizaram o TALE – Termo de Assentimento Livre e Esclarecido para todos os discentes, os quais foram orientados e esclarecidos quanto ao alcance integralmente acadêmico do estudo.

A técnica de pesquisa foi o *survey* (FOWLER JUNIOR, 2011), cuja coleta de dados foi realizada por meio de questionários, aplicados 109 discentes de 4 Cursos Técnicos. No momento da abordagem, feita de forma presencial, foi lido o TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, a fim de que não suscitar dúvidas quanto à finalidade do estudo, o qual é eminentemente acadêmico, e cujas informações serão mantidas em sigilo.

Para manter a coerência e a imparcialidade na coleta dos dados, evitando quaisquer interferências ou influências dos pesquisadores (FOWLER JUNIOR, 2011), os pesquisadores explicaram aos participantes o propósito da pesquisa e se retiraram da sala de aula, retornando apenas quando o último respondente sinalizou a conclusão do questionário. No questionário, visando à obtenção de posições sobre os temas sob

investigação, foi utilizada a Escala de Intensidade Likert de 7 pontos, conforme Tabela 1.

Tabela 1: Modelo da Escala Likert.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente

Os dados foram tabulados pelo *Microsoft Excel 2013™* e o grau de percepção ambiental e o consumo consciente foram realizados pela escala VAPERCOM (VA=Variável Ambiental, PER= Percepção, COM= Comportamento de compra). Inicialmente, fez-se a somatória das respostas e uma disposição dos pesos de cada conjunto, que no caso deste estudo foram duas: percepção ambiental e consumo ecológico.

A técnica de análise considerou as recomendações contidas no trabalho de Brandalise (2006): “As questões são tabuladas multiplicando o número de vezes de cada resposta **(a)** pela respectiva pontuação a ela atribuída **(b)** Somam-se todos os resultados **(c)** e divide-se o mesmo pelo número de questões relacionadas à percepção ecológica **(d)**”. Os valores utilizados nas afirmações para classificá-las foram: A (Concordo totalmente - CT) = 4, B (Concordo Parcialmente - CP) = 3, C (Neutro -NEU)= 2, D (Discordo parcialmente - DP) = 1 e E (Discordo Totalmente - DT) = 0.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram aplicados 109 questionários num universo de 119 alunos do 3º ano de uma unidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI. Para Fowler Junior (2011), “uma premissa fundamental do processo de pesquisa é que descrevendo a amostra de pessoas que realmente respondem, descreve-se a população-alvo”. No caso deste estudo, houve uma aproximação latente entre a amostra e o universo. Os questionários foram aplicados presencialmente nos dias 20 e 21 de fevereiro de 2020, com os estudantes dos Cursos Técnicos de Meio Ambiente, Informática, Eletromecânica e Edificações, conforme disposição na Tabela 2.

Tabela 2: Cursos e o quantitativo de alunos.

CURSO	ENTREVISTADOS	RESPONDENTES	% RETORNO
Edificações	31 discentes	31	28,44
Eletromecânica	25 discentes	23	21,10
Informática	35 discentes	30	27,52
Meio Ambiente	28 discentes	25	22,94
Total	119	109	100

Dados Socioeconômicos

Na pesquisa de campo, verificou-se que 57,80% se identificaram com o gênero masculino e 42,20% com o gênero feminino. Não houve registro na opção 3, gênero “outros”. No que se refere à faixa etária dos sujeitos, 68,81% se concentraram em 16-17 anos; 22,02% marcaram entre 18-19 anos; 6,42% responderam que têm entre 14-15 anos; 1,83% assinalou ter 20-21 anos e, por fim, 0,92% evidenciou ter mais de 21 anos. Cerca de 90% dos entrevistados têm menos de 19 anos de idade.

Em relação à renda familiar, constatou na abordagem feita que: 44,95% possuem uma renda familiar entre 1 salário mínimo (R\$ 1.046,00) e 2,5 salários (R\$ 2.612,00); 33,94% tem como renda familiar até 1

salário mínimo (R\$ 1.045,00); 12,84% recebem acima de 2,5 salários mínimos (R\$ 2.613,00) e abaixo de 4 salários mínimos (R\$ 4.180,00); 6,42% indicam possuir renda acima de 5,5 salários mínimos (R\$ 5.748,50), e 1,83% elencou que a renda familiar é acima de 4 salários mínimos (R\$ 4.181,00) e abaixo de 5,5 salários mínimos (R\$5.747,50). O próximo tópico diz respeito ao cálculo para determinar o grau de percepção ambiental.

Percebe-se, então, uma forte concentração dos entrevistados, no que se refere à renda familiar, representando pouco mais que 78%, na faixa de até R\$ 2.612,00 (2 salários mínimos).

Grau de Percepção Ambiental

Dando continuidade à pesquisa, aos 109 respondentes foram apresentadas afirmações sobre Percepção Ambiental e Grau de Consumo Consciente. O Quadro 1 demonstra os dados coletados no que tange aos comportamentos, à percepção dos alunos e ao somatório das respostas para utilização da escala criada por Brandalise (2006).

Quadro 1: Frequência das respostas sobre percepção ambiental.

PERCEPÇÃO AMBIENTAL	1 DT	2 DP	3 NEU	4 CP	5 CT
1. Antes de descartar algo no lixo, eu penso em como poderia reutilizá-lo	12	11	28	35	23
2. Eu separo o lixo que pode ser reciclado (papel, plástico, alumínio, vidro, metais) e os coloco para coleta	26	15	24	21	23
3. Eu apago as luzes, desligo TV, aparelho de som, ventilador / aquecedor quando saio do ambiente	3	4	5	17	80
4. Eu procuro não deixar a torneira aberta ao escovar os dentes e/ou quando estou me ensaboando	6	3	6	18	76
5. Eu evito imprimir coisas desnecessárias	4	8	15	17	65
6. Considero importante o debate sobre problemas ambientais na sociedade em geral	2	1	11	15	80
7. Considero importante as ações de prevenção dos problemas ambientais atuais	2	1	6	6	94
8. Atualmente, vivemos uma grave crise ambiental com sérios problemas ligados à escassez de recursos e à extinção de espécies vegetais e animais que comprometem a qualidade de vida do homem	0	1	8	18	82
9. Reconheço que minha cidade tem produzido mais lixo ultimamente	3	2	22	28	54
10. Identifico que minha cidade possui problema de poluição dos rios, lagos e outras fontes de água	4	6	11	29	59
11. Percebo que minha cidade possui problema de poluição do ar	3	15	34	28	29
12. Reconheço que onde moro há desmatamento e/ou queima de florestas	9	9	21	27	43
13. Minha cidade possui problema de Falta de saneamento	5	5	18	26	55
14. Minha cidade possui problema de desperdício de água	1	4	23	33	48
15. Sinto que a temperatura em minha cidade tem se elevado ultimamente	7	4	13	22	63
16. Minha cidade possui problema de poluição sonora	6	14	33	27	29
17. Tenho conhecimento de que na minha cidade há problemas envolvendo a extinção de espécies de animais/plantas	11	20	49	15	14
18. Minha cidade possui problema de desperdício de energia	7	4	42	31	25
19. Admito que minha cidade deveria investir mais no plantio de mudas, árvores e ampliar as áreas verdes	2	2	6	10	89
20. Percebo que falta conscientização da população para as questões	1	0	11	16	81

ambientais					
21. Vejo que a minha cidade possui muitos terrenos baldios	0	2	18	25	64
22. Minha cidade possui problema de consumo exagerado de sacolas plásticas	2	1	10	14	82
TOTAL	E=116	D=132	C=414	B=478	A=1258

Fonte: Brandalise (2006); Palma (2005).

CT: Concordo Totalmente; CP: Concordo Parcialmente; NEU: Neutro; DT: Discordo Totalmente; DP: Discordo Parcialmente.

A Tabela 3 representa a soma e a organização dos pesos das posições advindas das 22 (vinte e duas) afirmações dispostas no Quadro 1.

Tabela 3: Alocação de pesos e elaboração do grau de percepção Ambiental.

(a) Nº DE RESPOSTAS	(b) VALORES	(aXb) RESULTADO
A = 1258	4	5032
B = 478	3	1434
C = 414	2	828
D = 132	1	132
E = 116	0	0
(c) SOMA DOS RESULTADOS		7426
(d) Nº DE QUESTÕES		2398
(e=c/d) RESULTADO		3,0967

Fonte: Brandalise (2006).

Após a obtenção do resultado, que foi o número 3,0967, e comparação com a escala criada por Brandalise (2006), pôde-se constatar que os sujeitos da pesquisa possuem percepção ambiental e eles estão próximos de possuir alta percepção ambiental, conforme se confere na Tabela 4, com destaque dos autores.

Tabela 4: Classificação do grau de percepção ambiental da Amostra.

Grau de percepção em relação às questões ambientais	Valores
A) Possui alta percepção ambiental	Entre 3,3 e 4,0
B) Possui percepção ambiental	Entre 2,5 e 3,2
C) Possui potenciais traços de percepção ambiental	Entre 1,7 e 2,4
D) Possui poucos traços de percepção ambiental	Entre 0,9 e 1,6
E) Não possui percepção ambiental	Entre 0,8

Fonte: Brandalise (2006).

Em seguida, calculou-se o Grau de Consumo Consciente conforme demonstrado na seção 4.3.

Grau de Consumo Consciente

Na presente seção foram abordados os comportamentos dos sujeitos pesquisados em relação ao comportamento diante das compras de recursos menos ofensivos ao Meio Ambiente. O Quadro 2 mostra o somatório das respostas.

Quadro 2: Frequência das Respostas sobre Consumo Consciente.

CONSUMO CONSCIENTE	1 DT	2 DP	3 NEU	4 CP	5 CT
23. Eu considero a variável ambiental quando compro um produto	25	16	41	15	12
24. Ao comprar, eu me deixo influenciar pela propaganda, pelos amigos ou pela família em relação às questões ambientais	22	15	29	21	22
25. Ao comprar, eu procuro saber se o fabricante pratica ações ambientais	40	20	32	12	5
26. Antes da compra eu verifico rótulos e embalagens, para identificar um 'produto' ecologicamente correto	37	22	28	12	10
27. Eu procuro comprar produtos e/ou embalagens fabricados com material reciclado ou que tem potencial para serem reciclados	30	20	31	20	8
28. Eu me disponho a pagar mais por um produto ecologicamente correto	32	15	29	19	14

29. Eu me disponho a mudar de marca de produto para auxiliar na conservação do meio ambiente	23	11	30	29	16
30. Eu não compro um produto ao saber sobre os possíveis danos que ele pode causar ao meio ambiente	18	16	29	28	18
31. Sempre quando possível, eu escolho produtos que causem menor poluição	11	12	25	37	24
32. Quando eu tenho que escolher entre dois produtos similares, sempre escolho aquele que é menos prejudicial às outras pessoas e ao meio ambiente	12	14	32	20	31
33. Eu não compro produtos que podem causar a extinção de espécies vegetais e animais	10	15	40	12	32
34. Quando eu compro produtos e alimentos as preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra	18	20	34	25	12
35. Eu sempre faço um esforço para reduzir o uso de produtos feitos com recursos naturais escassos	12	13	31	35	18
36. Sempre que possível, eu procuro comprar produtos com embalagens reutilizáveis	12	6	36	30	25
37. Normalmente eu compro o produto mais barato, mesmo sabendo que ele prejudica o meio ambiente	13	18	25	27	26
38. Sempre que possível, compro produtos feitos com material reciclado	13	17	40	20	19
39. Já convenci amigos e parentes a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente	28	23	22	18	18
40. Já troquei ou deixei de usar produtos por razões ecológicas	25	19	29	21	15
TOTAL	E=381	D=292	C=563	B=401	A=325

Fonte: Brandalise (2006); Palma (2005).

CT: Concordo Totalmente; CP: Concordo Parcialmente; NEU: Neutro; DT: Discordo Totalmente; DP: Discordo Parcialmente.

A Tabela 5 mostra o somatório e a alocação dos pesos das posições advindas das 18 (dezoito) afirmações dispostas no Quadro 2.

Tabela 5: Alocação de pesos e elaboração do grau de consumo Consciente.

(a) Nº DE RESPOSTAS	(b) VALORES	(aXb) RESULTADO
A = 325	4	1300
B = 401	3	1203
C = 563	2	1126
D = 292	1	292
E = 381	0	0
(c) SOMA DOS RESULTADOS		3921
(d) Nº DE QUESTÕES		1962
(e=c/d) RESULTADO		1,9984

Foi realizada a comparação entre o resultado obtido na Tabela 5, a saber 1,9984, com a escala que classifica o grau de consumo consciente da amostra, conforme descrito na Tabela 6.

Tabela 6: Classificação do grau de consumo consciente da Amostra.

Grau de percepção em relação ao consumo consciente	Valores
A) Consumidor consciente	Entre 3,3 e 4,0
B) Grande possibilidade de tornar-se consumidor consciente	Entre 2,5 e 3,2
C) Potencial possibilidade de tornar-se consumidor consciente	Entre 1,7 e 2,4
D) Fraca possibilidade de tornar-se consumidor consciente	Entre 0,9 e 1,6
E) Não é um consumidor consciente	Entre 0,8

Fonte: Brandalise (2006).

Diante dos resultados obtidos em campo, é possível afirmar que os estudantes apresentaram potencial possibilidade de tornarem-se consumidores conscientes, de acordo com a escala elaborada por Brandalise (2006).

Com isso, é recomendável estimular os jovens a terem uma mentalidade que ponha o Meio Ambiente

não unicamente como uma fonte de matéria-prima para satisfazer as necessidades, mas também instigá-los, por meio da Educação Ambiental (EA), a refletir de forma mais ativa quanto às consequências ao meio e à coletividade quando um determinado produto for descartado ou adquirido apenas como mecanismo de defesa ou para aplacar um impulso de compra.

Neste sentido, o papel do docente na condução de pedagogias ativas, com foco no protagonismo do estudante visando à ênfase na aprendizagem, permitem a formação do espírito ecocêntrico, cuja relevância se consubstancia na tomada de decisão e nos atos que cada indivíduo determina em termos de consumo e sua relação com a preservação ambiental. Vale ressaltar que também é possível desenvolver uma visão crítica quanto às práticas ambientais e sociais das organizações, gerando equilíbrio entre o processo produtivo e o Meio Ambiente, a partir de um sistemático processo de apreensão, percepção e discernimento.

CONCLUSÕES

O objetivo da presente pesquisa foi identificar se os alunos do Ensino Médio de uma unidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI possuem percepção ambiental, como também tentar revelar o grau de consumo consciente dos mesmos. Justificou-se este estudo pela necessidade de saber os graus referidos anteriormente e os comportamentos dos jovens quanto ao Meio Ambiente, considerando que em breve se tornarão consumidores mais ativos

Através da utilização do método VAPERCOM, provou-se que os alunos possuem percepção ambiental, visto que o coeficiente obtido (3,09), a partir da escala de Brandalise (2006) sugere este patamar perceptivo. É importante ressaltar que os sujeitos podem desenvolver mais este ponto da percepção com o suporte do ambiente escolar, adotando-se uma transposição didática eficaz, a fim de conscientizá-los em relação aos problemas ambientais, gerando, como consequência, a possibilidade de se tornarem indivíduos com alta percepção ambiental.

Em relação ao grau de consumo consciente, o resultado final obtido pelo VAPERCOM foi de 1,99. Este coeficiente representou que os sujeitos têm potencial possibilidade de se tornarem consumidores conscientes. Ou seja, é possível que esses futuros consumidores levem em consideração as questões ambientais ao consumir um determinado produto com potencial danos negativos ao Meio Ambiente. Portanto reduzir o uso de produtos feitos com recursos naturais escassos, além de refletir nas consequências para a coletividade é uma meta a ser atingida.

Tendo em vista que este estudo tem limitações e com o propósito de estimular novas pesquisas no campo visando a equalizar eventuais lacunas epistemológicas ou metodológicas, sugere-se fazer uma comparação entre a percepção ambiental e consumo consciente entre Escolas Públicas Federais e Escolas Privadas, a fim de saber se há diferença nos graus abordados na presente pesquisa, a partir da suposição de que nestas o poder aquisitivo provavelmente é maior, o que pode adicionar um ingrediente científico ampliado na avaliação do grau de sensibilização e de conscientização dos jovens estudantes do Ensino Médio.

REFERÊNCIAS

- ALDO, R. G.; GUILLERMINA, F.. La educación ambiental: un instrumento para el turismo sustentable. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v.10, n.2, p.296-312, 2013.
- BACHA, M. L.; STREHLAU, V. I.; SCHAUN, A.. Consumidor consciente da renda baixa: uma proposta de segmentação. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v.10, n.3, p.67-82, 2011.
- BEZERRA, M. C. L.; FACCHINA, M. M.; RIBAS, O. T.. **Agenda 21 Brasileira**: resultado da Consulta Nacional. Brasília: MMA/PNUD, 2002.
- BIERWAGEN, M. Y.. Ideologização do Consumo Consciente: Soberania do Consumidor e Liberdade de Escolha no Caso do Instituto Akatu. **Revista Gestão Org.**, v.14, p.75-87, 2016.
- BORELLI, F. C.; HEMAIS, M. W.; DIAS, P. I. R. C.. Ecológicos ou controlados? construindo discursivamente o consumidor consciente. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v.11, n.2, p.18-42, 2012.
- BRAGHIROLI, E. M.; BISI, G. P.; RIZZON, L. A.; NICOLETTO, U.. **Psicologia geral**. 29 ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- BRAGHIROLI, E. M.; BISI, G. P.; RIZZON, L. A.; NICOLETTO, U.. **Psicologia geral**. 17 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BRANDALISE, L. T.. **Modelo de suporte à gestão organizacional com base no comportamento do consumidor considerando sua Percepção da variável ambiental nas etapas da Análise do ciclo de vida do produto**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- BRANDALISE, L. T.; BERTOLINI, G. R. F.; ROJO, C. A.; LEZANA, Á. G. R.; POSSAMAI, O.. A percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental. **Gest. Prod.**, São Carlos, v.16, n.2, p.273-285, 2009.
- BRASIL. Política Nacional de Educação Ambiental. **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. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 1999.
- CARVALHO, I. C. M.. **Educação ambiental**: a formação do sujeito ecológico. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R.. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- COLTRO, A.; KRUGLIANSKAS, I.. Estímulos de mercado às ações institucionais socioambientais: os selos de qualidade assegurada são decodificados?. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v.13, n.4, p.61-77, 2006.
- CRESWELL, J. W.. **Research Design**: qualitative, quantitative and mixed methods approaches. 4 ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.
- DAVIDOFF, L. L.. **Introdução à Psicologia**. 3 ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2001.
- DIAS, G. F.. **Educação ambiental**: princípios e práticas. 9 ed. São Paulo: Gaia, 2004.
- DUARTE, R. G.; BASTOS, A. T.; OLIVEIRA, F. C.; SENA, A. P.. Educação Ambiental na Convivência com o Semiárido: Ações Desenvolvidas pela Secretaria de Educação do Estado do Ceará. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v.4, n.1, 2015.
- FEITOSA, M. J. S.; GOMEZ, C. R. P.. Aplicação do *Tourism Ecological Footprint Method* para avaliação dos impactos ambientais do turismo em ilhas: um estudo em Fernando de Noronha. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.7, n.2, p.220-238, 2013.
- FOWLER, JUNIOR, F. J.. **Pesquisa de levantamento**. Porto Alegre: Penso, 2011.
- FUJIHARA, H. M. L.; BRANDALISE, L. T.; BERTOLINI, G. R. F.; ROJO, C. A.. Análise da percepção ambiental dos microempreendedores da cidade de Catanduvas-PR. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, v.4, n.1, p.64-78, 2017.
- GOMES, P. C. G.. **Gestão Integrada de resíduos sólidos**: uma aplicação prática. Curitiba: Appris, 2019.
- GOMEZ, C. R. P.; PARÍSIO, D. C. A.; CASTILLO, L. A. G.; SANTOS, J. F.. Ecological footprint method como ferramenta para avaliar o perfil do consumo consciente. **Revista Alcance**, v.16, n.3, p.320-338, 2009.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.. **Princípios de Marketing**. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.
- LIMA, P. H. G.; FERREIRA, T. C.; BEZERRA, Y. M. S.; FEITOSA, M. J. S.; GOMEZ, C. R. P.. Consumo consciente: um estudo com estudantes do curso de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco - Unidade Acadêmica Serra Talhada. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v.6, n.2, p.97-108, 2015.
- LUCCA, E. J.; BRUM, A. L.. Educação Ambiental: como implantá-la no meio rural?. **Revista de Administração IMED**, v.3, n.1, p.33-42, 2013.
- MAGERA, M.. **Os caminhos do lixo**: da obsolescência programada à logística reversa. Campinas: Átomo, 2013.
- MATTOSO, C. Q.; FERREIRA, G.. Gaste com moderação: um estudo sobre o comportamento do jovem adulto universitário de classe c frente ao discurso do consumo consciente do dinheiro e do crédito. **Revista Pensamento & Realidade**, v.27, n.3, p.56-73, 2012.
- MELAZO, G. C.. Percepção ambiental e educação ambiental: uma reflexão sobre as relações interpessoais e ambientais no espaço urbano. **Olhares & Trilhas**. Uberlândia, ano VI, n.6, p.45-51, 2005.
- MIGUEL, L. F.. **Desigualdades e democracia**: o debate da teoria política. São Paulo: UNESP, 2016.
- MORAES, K. G.. **Obsolescência planejada e direito**: (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015.

NOGUEIRA, C. S.; CLARO, J. A. C. S.. Sustentabilidade e consumo consciente e sua relação com o desenvolvimento econômico da região metropolitana da baixada santista. **Revista Pensamento & Realidade**, v.27, n.3, 2012.

OLIVEIRA, S. L.. **Sociologia das organizações**: uma análise do Homem e das Empresas no Ambiente Competitivo. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. É. N.; GOMEZ, C. R. P.. Escala de consumo sustentável: um estudo comparativo entre alunos e professores da universidade federal de Campina Grande – PB. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v.8, n.3, p.89-105, 2014.

OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. É. N.; GOMEZ, C. R. P.. Cultura de Consumo, Sustentabilidade e Práticas Empresariais: Como as Empresas Podem Contribuir para Promover o valor Simbólico da Sustentabilidade nas Atividades de Consumo? **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v.5, n.1, p.61-77, 2016.

PALMA, I. R.. **Análise da percepção ambiental como instrumento ao planejamento da educação ambiental**.

Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

RICHARDSON, R. J.. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SERRANO, C. M. L.. **Educação ambiental e consumerismo em unidades de ensino fundamental de Viçosa-MG**. Dissertação (Mestrado em Ciência Florestal) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2003.

SILVA, G. B.; MARACAJÁ, K. F.. A educação ambiental e a educação turística no ensino fundamental na Escola Estadual Quintino Bocaiúva e Escola Municipal Professora Palmira Barbosa em Santa Cruz (RN). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v.12, n.3, p.272-286, 2012.

TONY, D.; LARENTIS, F.; MATTIA, A.. Um estudo sobre a configuração da imagem do conceito de consumo consciente. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v.6, n.3, p.116-131, 2012.

YIN, R. K.. **Pesquisa qualitativa**: do início ao fim. Porto Alegre: Penso, 2016.

A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detém os direitos materiais desta publicação. Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas sob coordenação da **Sustenere Publishing**, da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.