

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

**ANÁLISE DO COMPORTAMENTO SOCIAMBIENTAL DOS ACADÊMICOS DO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE
ENSINO EM RELAÇÃO AO GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS
ELETROELETRÔNICOS**

**ANALYSIS OF BEHAVIOR SOCIAMBIENTAL OF ACADEMIC DEGREE COURSE
IN MANAGEMENT OF A EDUCATIONAL INSTITUTION IN RELATION TO
WASTE MANAGEMENT ELECTRONICS**

Sérgio Luiz Jahn, Elizeu de Albuquerque Jacques e Alex de Souza Pereira Lehmann

RESUMO

Verifica-se o surgimento intenso de novas tecnologias, produtos com inovações, que promovem o consumo e a constante substituição. Percebe-se que existe uma tendência em consumir, por conta da grande variedade de produtos, designers mais arrojados e aparelhos mais sofisticados. O caminho para adquirir os produtos eletroeletrônicos está cada vez mais fácil e prático, mas ainda o maior problema enfrentado é o destino destes materiais ao final do período de utilização ou de sua vida útil. A presente pesquisa possui como objetivo identificar o comportamento socioambiental dos acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino, em relação aos materiais eletroeletrônicos quanto à visão ambiental em relação à compra, uso e descarte consciente desses materiais. No desenvolvimento do estudo, foram utilizadas técnicas metodológicas para a condução dos procedimentos da pesquisa, sendo que esta se caracteriza como um estudo de caso, de modalidade exploratória e classifica-se quanto à natureza da abordagem como quali-quantitativa. Observou-se que os acadêmicos têm conhecimento e informações quanto aos produtos eletroeletrônicos, mas verifica-se a necessidade de promover a sensibilização em relação ao descarte adequado dos resíduos eletroeletrônicos.

Palavras-chave: Inovações Tecnológicas, Eletroeletrônicos, Consumismo, Sustentabilidade.

ABSTRACT

There is the emergence of new intensive technologies, products with innovations that promote the consumption and product replacement, realizes that there is a compulsion to consume too much, because of the wide variety of products, designers bolder, more sophisticated devices. The way to purchase electronic products are becoming easier and more practical, but still the biggest problem faced is the fate of these materials at the end of the period of use or life. This research has aimed to identify the social and environmental behavior of students of administration of an educational institution, in relation to electronic materials, the environmental vision in relation to the purchase, use and disposal of these materials conscious. In developing the study used methodological techniques for conducting research procedures, and the same is characterized as a case study, exploratory modality and ranks as the nature of the approach as qualitative and quantitative. It was observed that the students have knowledge and information about the consumer electronics, but there is a need to raise awareness regarding the proper disposal of electronic waste.

Keywords: Technological Innovations, Electronics, Consumerism, Sustainability.

1 INTRODUÇÃO

Verifica-se que um dos maiores problemas da sociedade atualmente está relacionado com as questões ambientais. Os seres humanos consomem cada vez mais, extraem recursos da natureza, usam e, quando finda a vida útil dos bens, descartam-nos, muitas vezes, de forma incorreta. A gestão de resíduos representa um desafio constante para os governos e para a sociedade. Sabe-se que grande parte dos eletroeletrônicos descartados é gerenciada inadequadamente, podendo, contaminar o ar, o solo e a água.

Observa-se que cada vez mais a humanidade consome de forma acelerada e as empresas contribuem para isso, com investimentos em inovações e lançamentos tecnológicos a todo o momento. Por isso as pessoas precisam ter a consciência que, consumindo de maneira sustentável, elas irão contribuir com o meio ambiente. Os eletroeletrônicos estão presentes no dia a dia das pessoas, basta ter a educação e o entendimento de como irão administrá-los, isto é, desde quando é efetuada a compra, passando pelo processo de manutenção até a destinação final, que deve ser realizada adequadamente e de forma consciente.

A competitividade entre as empresas e o consumo crescente entre as pessoas trazem consequências ao meio ambiente. Por isso, devem-se promover estratégias e ações de educação ambiental através de parcerias público-privadas e políticas públicas de conscientização em torno dessa temática, que se estabelece em relação ao comportamento socioambiental. Dessa forma, no contexto da sustentabilidade, é necessário abordar diferentes aspectos dessa questão, como os impactos gerados pela evolução tecnológica, tanto para a saúde humana quanto para o meio ambiente, além dos riscos do descarte dos resíduos eletroeletrônicos diante da legislação ambiental vigente.

A realização da atividade de pesquisa teve como objetivo geral identificar o comportamento socioambiental dos acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino em relação aos materiais eletroeletrônicos. Para tanto, foram definidos os seguintes objetivos específicos: identificar o perfil sociodemográfico dos entrevistados, analisar o comportamento dos acadêmicos como consumidores de eletroeletrônicos, verificar o índice de conhecimento dos acadêmicos sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e pesquisar a visão ambiental em relação à compra, ao uso e ao descarte consciente dos eletroeletrônicos.

O presente trabalho traz como contribuição acadêmica meios de desenvolver responsabilidades e preocupações em relação ao descarte de equipamentos tecnológicos. No desenvolvimento da pesquisa, observou-se a visão dos alunos do curso de administração de uma instituição de ensino e seus conhecimentos quanto ao comportamento em relação à aquisição e ao descarte de equipamentos eletroeletrônicos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Educação ambiental

Observa-se que a educação ambiental é um conceito bastante abrangente e se destaca a participação da comunidade, incluindo as organizações não governamentais (ONGs), das instituições públicas e privadas e dos grupos de defesa do meio ambiente por intermédio de uma construção de valores que sejam capazes de mudar para melhor o comportamento da raça humana para a mudança com o planeta (DEWES; WITTCKIND, 2006).

Nesse contexto, entende-se que a educação ambiental é de fundamental importância para o desenvolvimento de um comportamento sustentável, proporcionando novas concepções no contexto das organizações, influenciando as atitudes e a forma de atuação dos envolvidos nos processos organizacionais. A educação ambiental possui importantes instrumentos que, juntos, contribuem para o desenvolvimento sustentável. Nesse sentido,

[...] a percepção dos problemas socioambientais vem se tornando cada vez mais evidente ao longo das últimas décadas. Isto vem levando o homem a repensar o seu modelo de crescimento econômico, buscando alinhá-lo ao ideal do desenvolvimento sustentável. A combinação de algumas variáveis, como o aumento vertiginoso do contingente populacional humano no planeta associado ao aumento da expectativa de vida do homem em virtude da revolução médica, bem como a adoção dos padrões de consumo populacionais insustentáveis, vem gerando grande sinergismo do processo de degradação da qualidade ambiental (SEIFFERT, 2010, p. 267).

Atualmente, percebem-se diferentes formas de sensibilização dos indivíduos para a importância da preservação ambiental, mas cabe discutir as diferenças entre sensibilizar e conscientizar. Isso porque um indivíduo pode tornar-se consciente das implicações quando recebe informações a respeito, mas só após estar efetivamente motivado ele poderá mudar seu comportamento.

A educação ambiental consiste em um importante instrumento para a implantação de políticas públicas para o desenvolvimento sustentável, contribuindo, através das pessoas, para proporcionar a preservação ambiental e promover mudanças significativas quanto à utilização consciente dos recursos disponíveis. Observa-se que a implantação de políticas públicas educacionais, relacionadas à educação ambiental, incentiva a ideia de desenvolvimento sustentável e que, se tivesse seu início a partir da educação infantil, alavancaria uma mudança cultural, formando uma sociedade que apresentaria hábitos e costumes sustentáveis.

Entretanto, Seiffert (2010) ressalta que essa aplicabilidade, de maneira efetiva, está condicionada à implantação de políticas educacionais compatíveis, que subsidiem esta mudança cultural de modo a afetar holisticamente toda a humanidade. Nessa concepção,

[...] a necessidade de conciliar o crescimento e a preservação ambiental, duas questões antes tratadas separadamente, levou à criação e ao amadurecimento do conceito de desenvolvimento sustentável, que surge como uma alternativa inclusive de abrangência global. A consciência de que é necessário usar com parcimônia os recursos naturais, uma vez que estes podem se esgotar rapidamente, mobiliza a sociedade no sentido de se organizar para que o crescimento econômico não seja predatório, mas sim sustentável [...] (LEFF, 2001 apud SEIFFERT, 2010, p. 268).

Os costumes de uma sociedade revelam se ela é do tipo sustentável ou insustentável, de acordo com o padrão de consumo de seus habitantes, o que estaria diretamente relacionado com a degradação ambiental do local onde vivem essas pessoas. O processo de degradação ambiental de uma região está condicionado ao padrão de consumo de seus habitantes. Esse padrão configura o crescimento econômico acelerado, de forma que os seres humanos entendam a necessidade de preservar o meio ambiente.

Sabe-se que a educação ambiental está ligada diretamente ao processo de sustentabilidade, pois existe há necessidade de conciliar conhecimento com educação. Isso só se torna algo motivacional, quando se está efetivamente envolvido com os problemas ambientais que a sociedade apresenta em termos educacionais.

2.2 Gestão ambiental

O processo da gestão ambiental surgiu como alternativa para buscar a sustentabilidade do ecossistema de forma geral. O conceito de gestão ambiental está ligado de alguma forma à responsabilidade ambiental, ao consumo e à cidadania. Essa ideia evoluiu durante as últimas décadas, mas não assumiu ainda uma configuração definitiva e de caráter consensual (SEIFFERT, 2010).

Quando existiam recursos naturais em abundância, a palavra sustentabilidade pouco aparecia em evidência. Hoje, após a identificação das limitações dos recursos naturais, observa-se o desenvolvimento, através da gestão ambiental, de ferramentas para a preservação do meio ambiente. As empresas estão mais preocupadas com as questões ambientais, por isso, buscam desenvolver produtos com selo ambiental, com degradação mais rápida. Dessa forma, através de uma visão mais ecológica, influenciam o consumidor à preservação do meio ambiente.

Contudo, para obter essa valorização através da gestão ambiental, é necessário analisar situações complexas, envolvendo uma realidade problemática, cujas condições necessitam ser melhoradas. Isso envolve, na maioria das vezes, situações de conflito com interventores ou agentes que apresentam interesses específicos em relação à forma de utilização dos recursos naturais disponíveis. Em virtude disso, foi necessária a criação, ao longo dos anos, de instrumentos de gestão ambiental de várias naturezas, como uma forma de mediar essa complexidade (SEIFFERT, 2010).

Como os recursos ambientais são, em sua maioria, não renováveis, é muito provável que a crise ambiental que o planeta experimenta não possa ser finalizada caso as pessoas e as nações não se conscientizem a tempo. Ao mesmo tempo em que os avanços econômicos trazem o desenvolvimento e o bem estar para os povos, corrompe as reservas naturais, principalmente as dos países subdesenvolvidos, como o Brasil (DEWES; WITTCKIND, 2006, p.1).

Observa-se que o meio ambiente está sendo degradado a cada dia. Os avanços econômicos proporcionam ações intensas que, se não forem controladas, promovem o consumo de recursos naturais de forma inadequada, podendo comprometer a qualidade de vida da sociedade. Segundo Dewes e Wittckind (2006), a economia ainda não consegue firmar-se senão mediante ao uso irracional dos recursos, primando pela quantidade, que impulsionará a produção, gerando mais lucro. Não há uma conscientização massificada, na qual se produz dentro dos limites impostos pela natureza.

Ainda, segundo o mesmo autor, a gestão ambiental exige atividades tanto econômicas como sociais, como o consumo consciente, que é consumir com consciência dos impactos de consumo sobre o indivíduo, sobre a natureza, a sociedade e a economia, conhecendo os impactos positivos e negativos do consumo para o bem estar da sociedade e do meio ambiente.

2.3 Legislação ambiental

No Brasil, a legislação ambiental é uma das mais avançadas do mundo. A estrutura da legislação começou a ser implantada em 1981, com a Política Nacional do Meio Ambiente, a Lei nº 6.938 (BRASIL, 1981), que tem uma série de instrumentos para o planejamento, fiscalização e a educação ambiental. A preservação do meio ambiente e da própria sistemática da educação ambiental encontra-se no capítulo VI, art. 225, da Constituição Federal (BRASIL, 1988):

Art. 225 - Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. VI – promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para preservação do meio ambiente;

Contudo, após estabelecer direitos e deveres, o poder público busca a participação sobre o meio ambiente e a legislação é de extrema importância para a aquisição de conhecimentos e reflexão dos problemas ambientais, a fim de que promova a participação responsável do cidadão nos processos de sustentabilidade. Verifica-se que Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010, a qual aborda a Política de Resíduos Sólidos, apresenta instrumentos importantes para permitir o avanço necessário ao País no enfrentamento dos principais problemas ambientais, sociais e econômicos decorrentes do manejo inadequado dos resíduos sólidos. Sendo que as principais responsabilidades se refletem em acordos setoriais e o foco na política ambiental.

A presente lei ainda prevê a prevenção e a redução na geração de resíduos, tendo como proposta a prática de hábitos de consumo sustentável e um conjunto de instrumentos para propiciar o aumento da reciclagem e da reutilização dos resíduos sólidos e a destinação ambientalmente adequada dos rejeitos (BRASIL, 2010).

Art. 1º Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis. IX - geradores de resíduos sólidos: pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que geram resíduos sólidos por meio de suas atividades, nelas incluído o consumo (MMA, 2012).

Diante disso, essa legislação é de extrema importância para o desenvolvimento ambiental, mostrando novas concepções tanto para a sociedade como para as empresas. Elucida que cada uma deve fazer a sua parte de forma sustentável.

2.4 Gerenciamento de resíduos tecnológicos

Os resíduos eletroeletrônicos estão cada vez mais presentes na sociedade e, diante disso, devem ser tomadas algumas precauções. Isso porque, quando os eletroeletrônicos são descartados de forma incorreta, eles podem causar sérios danos a nossa saúde e ao meio ambiente. A recomendação é que se faça o reuso e a reciclagem adequada desses materiais, nunca os destinando ao lixo comum, pois o destino correto, no final de vida útil desses equipamentos, é devolvê-los para a cadeia produtiva de forma segura e orientada.

Embora de forma lenta, essa prática vem ocorrendo. O que consiste em uma conquista significativa, pois, é através de alguns modelos comportamentais, que as pessoas tomam a devida consciência do modo como se devem descartar os resíduos para evitar a degradação do meio ambiente. Isso acarreta conscientização social dos bens naturais.

Em relação à tecnologia eletrônica, pode-se destacar que se tornou uma ferramenta de trabalho ou de entretenimento. O computador e o celular são caracterizados como os produtos de maior consumo entre os eletroeletrônicos, acompanhando, dessa forma, nossa sociedade de consumo.

Nesse sentido verifica-se que uma sociedade avançada, em razão do progresso tecnológico, somente se sustenta quando organiza e explora, com êxito, a produtividade da civilização industrial. A crescente produtividade de mercadorias e serviços traz consigo atitudes e hábitos prescritos, que acabam mobilizando a sociedade em seu todo, com a promessa utópica do ócio, do entretenimento e lazer organizados (MARCUSE, 1979, p. 27).

Ressalta-se que muitas organizações nacionais e multinacionais usam práticas socioambientais de diversas formas, comunicando e promovendo um bom relacionamento com seus públicos em prol da sustentabilidade empresarial. Porém, observa-se que essas ações ainda não são

representativas para uma sociedade, que se caracteriza pelo consumo intenso de produtos eletrônicos.

2.5 Logística reversa

A crescente demanda e oferta de novas tecnologias desencadearam o consumismo da população de maneira acelerada e, por consequência, a redução do ciclo de vida útil dos produtos. Isso vem causando um grande impacto global, pois gera uma grande quantidade de materiais descartados pela sociedade. Esse fator é um problema tanto para o meio ambiente, como para a sociedade e as organizações.

Essa realidade do alto índice de descartabilidade de resíduos sólidos acabou desencadeando a elaboração de políticas públicas e a sensibilização de empresas e consumidores. Isso porque a sociedade como um todo passa a presenciar os problemas causados pela destinação final inadequada desses resíduos. A partir de tais problemas gerados, viu-se a necessidade de modernizar o sistema logístico. Através dessas exigências, surgiu um novo conceito em logística denominado logística reversa, com a proposta de revalorização e reaproveitamento de produtos.

Nessa concepção, Leite (2002) explica que a logística reversa é uma área da logística empresarial responsável pelo planejamento, pela operação e pelo controle do fluxo das informações logísticas correspondentes, que busca o retorno dos bens pós-venda e pós-consumo, através de canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor, reutilizando-os no processo produtivo. Visto isso, a logística reversa consiste em agregar valor a um bem após o fim de sua vida útil, reintegrando-o novamente ao ciclo produtivo. O conceito de logística reversa evoluiu ao longo do tempo e hoje é definida como sendo

[...] uma perspectiva de logística de negócios, o termo refere-se ao papel da logística do retorno de produtos, redução na fonte, reciclagem, substituição de materiais, reuso de materiais, disposição de resíduos, reforma, reparação e remanufatura [...] (STOCK, 1998 apud LEITE, 2003, p. 15).

Nesse cenário, a logística reversa está cada vez mais presente nas organizações, sendo que a questão geográfica está entre os principais obstáculos que as empresas encontram, pois se verifica, quando os consumidores estão espalhados pelo país, a dificuldade da operação e o elevado custo operacional. Mesmo assim, pode-se observar uma preocupação constante das empresas com alternativas sustentáveis para a manutenção dos produtos disponibilizados ao consumidor.

2.6 O papel das organizações e o marketing verde

Quando se fala em sustentabilidade, o marketing precisa ser comparado com produtos e serviços e também com processos limpos, que caracterizam a atuação das empresas que desenvolvem suas atividades de forma ambientalmente corretas.

As empresas que dão ênfase a prevenção tem respondido com programas de marketing verde, desenvolvendo embalagens recicláveis e biodegradáveis, melhor controle da poluição e utilização mais eficiente de energia em suas operações. Estas empresas estão descobrindo que, além de verdes, podem ser também competitivas (KOTLER, 2004, p. 545).

Verifica-se que as empresas investem nesses programas como visão estratégica para o negócio, as corporações compreenderam que existe uma relação de interdependência entre todos os atos de produção. Como as empresas são responsáveis pelo gerenciamento dos recursos, a qualidade da decisão de alocação desses recursos está intimamente ligada à prosperidade dos grupos, que mobiliza as corporações a serem socialmente responsáveis.

Para Ferrel e Hartline (2001, p. 66), “marketing verde se refere, especificamente ao desenvolvimento, apreçamento, promoção e distribuição de produtos que não agridam o ambiente natural”. É cada vez mais difícil para as empresas em geral, no Brasil e internacionalmente, diferenciarem-se uma das outras. Dada à fortíssima introdução da informática e da automatização, os preços, a qualidade, a intensidade da inovação, as marcas tendem a ter maior dificuldade de diferenciar as empresas frente ao consumidor.

Para Tachizawa (2006), o novo contexto econômico caracteriza-se por uma forte postura perante aos clientes, voltada para a expectativa de interagir com as organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional e que atuem de forma ecologicamente correta em prol do meio ambiente. A responsabilidade social e ambiental é uma oportunidade importante de diferenciação. Isto é tão verdade que, um número expressivo de empresas publica “balanços sociais”, no qual relatam suas práticas em relação aos funcionários, às comunidades, ao meio ambiente e à sociedade em geral.

2.7 A educação para o consumo consciente

Conforme afirma Barbieri (2006), a educação ambiental deve estimular as pessoas a serem portadoras de soluções, devendo produzir mudanças nas suas próprias condutas, modificando, por exemplo, seus hábitos de consumo. Sabe-se que todos os recursos naturais são limitados, por isso, para se viver de forma equilibrada, é necessário saber administrar, utilizar e gerenciar os recursos ambientais disponíveis. Isso demonstra a necessidade de ações voltadas ao consumo de forma consciente e sustentável, à promoção da educação dos consumidores no contexto econômico-social.

A importância da educação ambiental no desenvolvimento da conscientização é fundamental, pois é um elemento indispensável sobre a educação para o consumo consciente. A educação ambiental é a ação educativa permanente, pela qual a comunidade tem a tomada de consciência de sua realidade global. Ela desenvolve, educa e mostra as atitudes que promovem um comportamento dirigido a essa realidade, tanto em seus aspectos naturais como sociais, desenvolvendo e instigando ações individuais que promovam um ganho coletivo para a sociedade.

3 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

No decorrer da atividade de pesquisa, observou-se a necessidade de métodos e ferramentas técnicas para o desenvolvimento do estudo e o alcance dos objetivos propostos. Assim sendo, utilizou-se de técnicas metodológicas para a condução do estudo.

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso de modalidade exploratória e, quanto à abordagem, classifica-se como quali-quantitativa. No decorrer do estudo, procurou-se analisar as informações obtidas com a utilização de instrumentos de pesquisa.

Nessa concepção, o estudo de caso, segundo Gil (2002, p. 54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado

conhecimento”. Nos procedimentos realizados, os acadêmicos do curso de Administração da Instituição serviram como objeto de estudo para a análise comportamental referente aos eletroeletrônicos utilizados.

Quanto à modalidade, a pesquisa caracteriza-se como exploratória porque procurou-se obter um primeiro contato com a situação a ser pesquisada ou um melhor conhecimento sobre o objeto em estudo (GIL, 2002). Buscaram-se, inicialmente, informações sobre o perfil dos acadêmicos do curso e, posteriormente, informações quanto às questões de pesquisa.

Esse estudo caracteriza-se, quanto à natureza da abordagem, como uma pesquisa qualitativa aplicada, delineada sob a forma de uma pesquisa documental seguida de análise numérica e gráfica para a interpretação das informações obtidas no decorrer do estudo. A coleta de dados foi realizada através da aplicação de questionários com perguntas direcionadas, que possibilitaram obter as informações necessárias para a realização da pesquisa.

Para o desenvolvimento do estudo, inicialmente, buscou-se informações para o levantamento bibliográfico, oriundos de bibliografia impressa e eletrônica disponível, tais como livros, revistas, artigos científicos, legislação. Além disso, foi realizada pesquisa documental, através de documentos institucionais, setoriais e departamentais. O universo da pesquisa foi representado por alunos do curso de administração da instituição de ensino, que se encontravam regularmente matriculados no curso, no período deste estudo de caso.

Utilizou-se, como instrumento de pesquisa, um questionário semiestruturado com perguntas fechadas, em sua maioria de múltiplas escolhas, como também perguntas dicotômicas (sim e não), além de apresentar outras perguntas, onde os entrevistados marcaram conforme seu conhecimento ou opinião quanto às questões socioambientais.

A coleta dos dados ocorreu no segundo semestre de 2011, quando foram aplicados os questionários aos acadêmicos. A partir dos dados obtidos, procedeu-se a tabulação, com a utilização de um aplicativo editor eletrônico Microsoft Excel, para o desenvolvimento da análise das informações e a elaboração de gráficos para a interpretação dos resultados obtidos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa de campo foi aplicada com universitários do curso de Administração de uma instituição de ensino superior, localizada no município da Santa Maria - RS. Os resultados abaixo sinalizam o perfil sociodemográfico e o comportamento no ato da compra, do uso e do descarte dos eletroeletrônicos.

A finalidade do trabalho é identificar o comportamento socioambiental dos acadêmicos em relação aos materiais eletroeletrônicos e, com isso, analisar o perfil sócio-demográfico, obtendo informações sobre a visão ambiental e o consumo consciente.

4.1 Perfil sociodemográfico

Foi realizado um levantamento das características pessoais dos acadêmicos, a fim de estabelecer alguns fatores como, por exemplo, o comportamento socioambiental quanto à visão geral dos acadêmicos, estabelecendo um perfil. Os resultados obtidos abaixo centram-se nas seguintes categorias: semestre, sexo, idade, estado civil, filhos, renda familiar, local de residência e com quem residem. A frequência e o percentual dos dados referentes a essas variáveis são apresentadas na tabela 1. O período de maior predominância de aplicação foi o 2º semestre com representatividade de 22,22% de aplicação do questionário, conforme primeiro tópico da amostra.

Tabela 1 - Perfil sociodemográfico dos acadêmicos

Semestre	1º	17,42%
	2º	22,22%
	3º	8,73%
	4º	10,32%
	5º	7,14%
	6º	8,73%
	7º	5,56%
	8º	19,84%
TOTAL		100%
Sexo	Masculino	53,97%
	Feminino	46,03%
TOTAL		100%
Idade	Menos de 20	11,11%
	21 a 25	42,86%
	26 a 30	30,16%
	31 a 35	11,90%
	Mais de 36	3,97%
TOTAL		100%
Estado Civil	Solteiro (a)	57,94%
	Casado (a)	35,71%
	Divorciado (a)	6,35%
	Viúvo (a)	0%
TOTAL		100%

A partir dos dados coletados, identificou-se que o 2º semestre foi onde prevaleceu o maior número de respondentes. Após tabulados os dados, verificou-se que 57,93% são do sexo masculino e 46,03% do sexo feminino.

Com relação à idade dos pesquisados, as respostas apresentam que 11,11% têm menos de 20 anos; 42,86%, de 21 a 25 anos; 30,16%, de 26 a 30; 11,90%, de 31 a 35 anos e 3,97% mais de 36 anos. Com relação ao estado civil, verificou-se que grande parte dos respondentes são solteiros, correspondem a 57,94%, enquanto que os casados representam 35,71% e os divorciados correspondem a 6,35% dos acadêmicos da instituição. Na tabela 2 abaixo, segue os dados sobre o perfil sociodemográfico dos acadêmicos.

Tabela 2 - Perfil sociodemográfico dos acadêmicos

Um	28,57%
Dois	13,49%

Filhos	Não Possui	53,97%
	Outros	3,97%
TOTAL		100%
Renda	Inferior a R\$ 500,00	13,49%
Familiar	Entre R\$ 500,00 e R\$ 999,00	34,92%
Mensal	Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.999,00	39,68%
	Mais de R\$ 3.000,00	11,90%
TOTAL		100%
Reside em	Santa Maria	88,10%
	Outra Localidade	11,90%
TOTAL		100%
Residem com	Pais	42,86%
	Amigos	14,29%
	Sozinhos	4,76%
	Outros	38,10%
TOTAL		100%

Observou-se que 53,97% dos estudantes entrevistados não têm filhos, quanto à renda, verificou-se que 39,68% dos acadêmicos apresentam renda familiar entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.999,00 mensais. Verificou-se também que 88,10% dos acadêmicos residem em Santa Maria e a maior parte dos entrevistados, 42,86% moram com os pais, 14,29% moram com os amigos, 4,76% moram sozinhos.

Inicialmente fez-se a identificação do perfil sociodemográfico dos acadêmicos e posteriormente foi feito um levantamento quanto às questões situacionais, que estão demonstradas no próximo tópico.

4.2 Resultados das questões situacionais

Neste tópico, são abordadas algumas das questões situacionais, discutindo-se como foi o comportamento dos estudantes frente às questões do dia a dia que foram desenvolvidas no questionário. Os resultados abaixo sinalizam sua visão a respeito do ato de consumir, usar e descartar conscientemente e a relação destes com o meio ambiente.

Uma das perguntas do questionário se refere aos conhecimentos dos entrevistados quanto ao que é o lixo eletrônico. O resultado está demonstrado na figura 1.

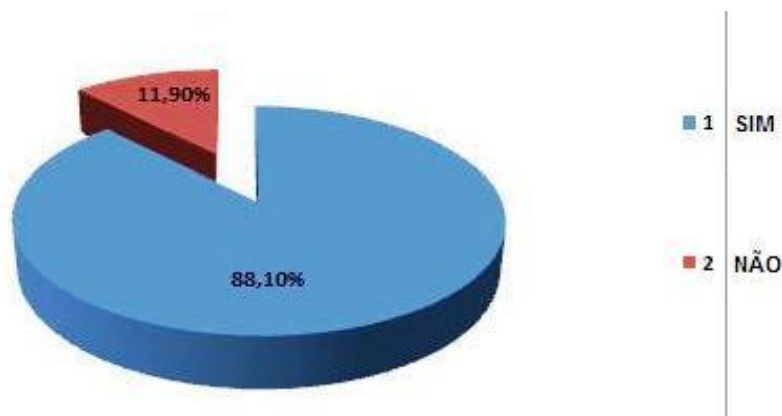


Figura 1 - Você sabe o que é lixo eletrônico?

O resultado exposto acima confirma a hipótese que, de modo geral, os estudantes de administração sabem o que é lixo eletrônico, pois a grande maioria, ou seja, 88,10% afirmou saber o que é lixo eletrônico.

Após a análise da figura 1, conforme as respostas apresentadas pelos acadêmicos que afirmaram conhecer os produtos considerados como lixo eletrônico, houve algumas diferenças no entendimento quanto à classificação dos resíduos.

Segundo demonstra o resultado sobre os itens considerados lixo eletrônico, verifica-se que 43% dos respondentes relatam que a pilha é um lixo eletrônico. Já 39,68% consideram a lâmpada um lixo eletrônico e 33,33% dos acadêmicos respondem que cabos telefônicos também estão classificados nessa categoria. Verifica-se também que a maioria dos estudantes afirma que o computador, o celular, as impressoras, no momento de descarte, são considerados lixos eletrônicos.

Na figura 2, está representada a opinião dos entrevistados sobre se consideram consumidores ecologicamente responsáveis. Destaca-se que essa é a visão dos acadêmicos enquanto consumidores.

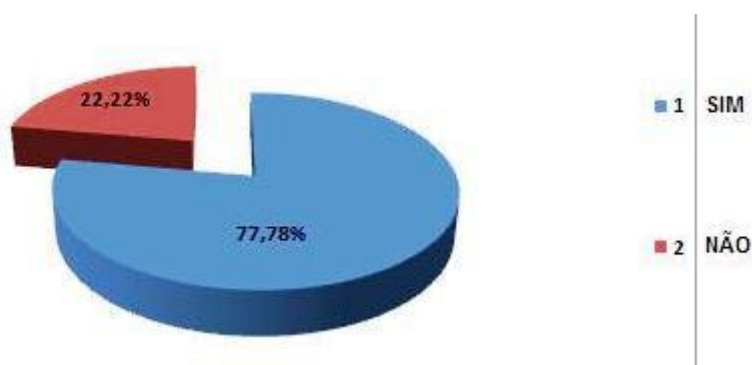


Figura 2 - Você se considera um consumidor ecologicamente responsável?

Conforme dados da pesquisa, 77,78% dos acadêmicos dizem ser consumidores ecologicamente responsáveis, buscando, sempre que possível, alternativas antes do descarte dos bens adquiridos.

Buscou-se analisar o perfil dos acadêmicos no momento da compra de um eletroeletrônico e, nesse ponto, verifica-se que a marca representa o principal fator determinante no momento da compra, conforme apresentado na figura 3.

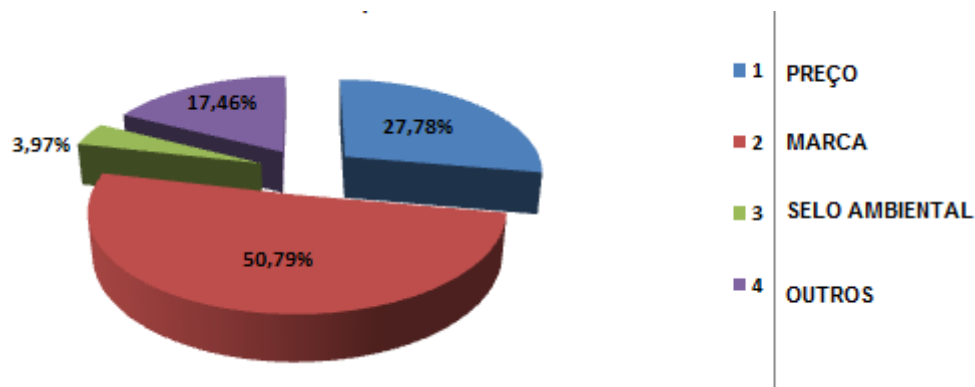


Figura 3 - No momento da compra de um eletrônico, você busca?

O resultado descrito acima demonstra que após a marca, outro fator determinante para a compra é o preço dos produtos. Todavia, o selo ambiental representa a prioridade no momento da compra para apenas 3,97% dos acadêmicos.

Quanto ao comportamento do consumidor, optou-se pelo modelo proposto que sugere que o comportamento de compra dos indivíduos enquanto consumidores pode ser subdividido em quatro critérios: socialmente responsável, consciente, eficiente e individualista. O resultado, quanto ao comportamento é apresentado na figura 4.

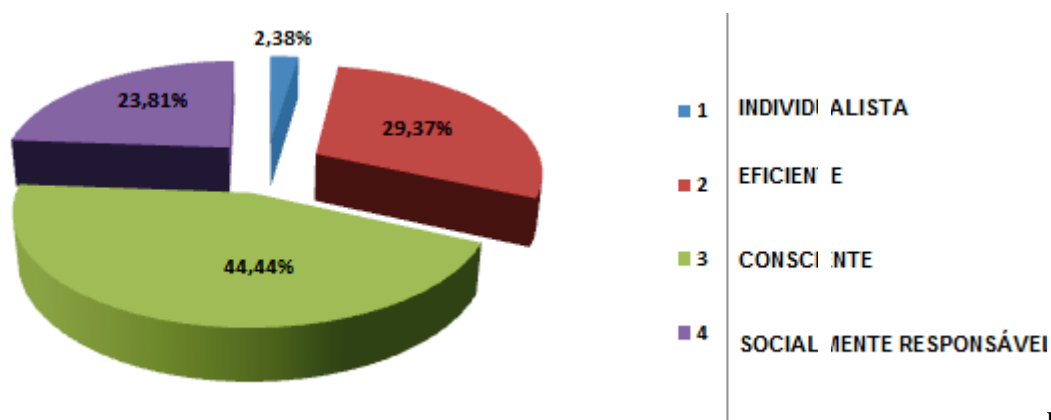


Figura 4 - Comportamento como consumidor

Após a tabulação dos questionários, verificou-se que, em sua maioria, 44,44 % dos acadêmicos consideram-se consumidores conscientes, ou seja, consomem de modo responsável observando as informações recebidas sobre os produtos e as empresas.

Ainda pode-se salientar que, sobre os tipos de comportamento de consumo, apenas 2,38% dos entrevistados consideram-se como consumidores individualistas, ou seja, aquele que está preocupado apenas com seu estilo de vida pessoal.

No que se refere ao consumidor eficiente, quando sua principal preocupação no ato de consumir é valor do produto, pesquisando preços antes de efetuar a compra e lutando pelos seus direitos quando insatisfeitos, destaca-se que 29,37% dos alunos se enquadram nesse tipo de comportamento.

Em se tratando do consumidor socialmente responsável que se concebe no ato de consumo como fio condutor de atitudes mais justas e generosas na sociedade como um todo, nota-se que 23,81% dos pesquisados apresentam esse tipo de comportamento, que é refletido na postura mediante o consumo.

Quanto à manutenção dos equipamentos eletroeletrônicos, buscou-se analisar o perfil dos acadêmicos. Nesse sentido, foi observado que 91,27% procuram formas de conserto dos equipamentos quando apresentam problemas de funcionamento, sendo que 5,56% descartam os mesmos antes de verificar alternativas de conserto, conforme demonstra a figura 5.

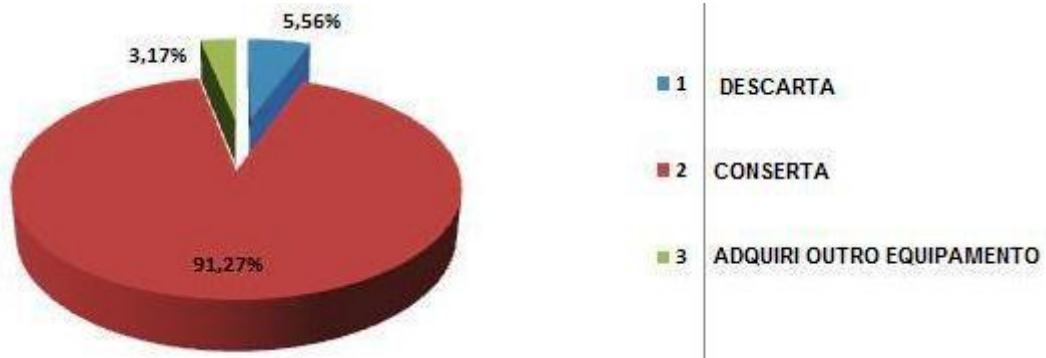


Figura 5 - Quando você possui um equipamento que é possível receber os devidos reparos, você?

Através desses resultados, é possível interpretar que, na visão e no comportamento desse público, as atitudes ambientais utilizadas por eles são formas de posicionamento frente ao meio ambiente. Assim, possuindo essa conscientização, eles estão contribuindo para a sustentabilidade do planeta.

Conforme figura 6, verifica-se que 53,17% dos entrevistados afirmam que descartam seus resíduos nos pontos de coleta, sendo que 8,73% devolvem ao fabricante, em postos de coletas, 6,35% descartam como lixo comum e 31,75% afirmam outras formas de descarte.

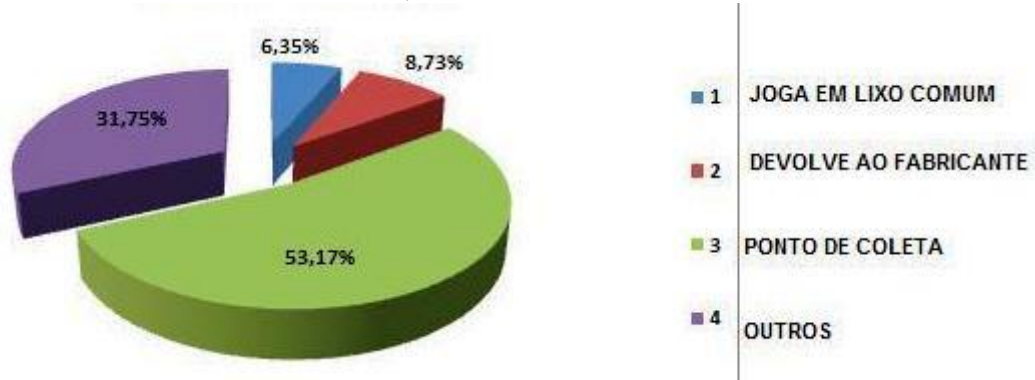


Figura 6 - Como descarta seus equipamentos eletrônicos

O papel da educação ambiental, nesse contexto, torna-se cada vez mais urgente, procurando disponibilizar informações e incentivando-os através de estudos e pesquisas voltadas ao gerenciamento de resíduos.

Foi pesquisado, entre os acadêmicos, sobre o conhecimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e as respostas estão representadas na figura 7.

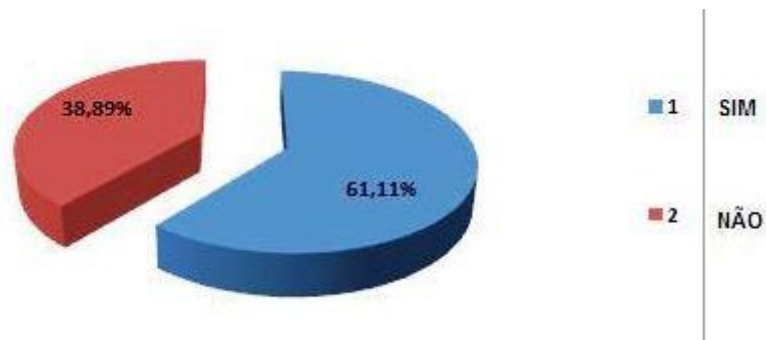


Figura 7 - Conhecimento sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos

De acordo com a pesquisa, 61,11% dos acadêmicos diz ter conhecimento sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), enquanto que 38,89% afirmam não ter conhecimento quanto a mesma.

Em suma, diante da coleta através do questionário e da tabulação dos dados e por intermédio do aplicativo Microsoft Excel, procurou-se por meio de gráficos analisar o perfil dos acadêmicos da instituição, apresentando-se abaixo as considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da pesquisa possibilitou o conhecimento sobre o perfil sociodemográfico dos acadêmicos do curso de Administração de uma instituição de ensino superior e sobre o seu comportamento a respeito das questões ambientais e sua relação com o consumo consciente.

No desenvolvimento da pesquisa, observou-se que os acadêmicos têm uma preocupação com o meio ambiente. Porém, no momento da compra de um eletroeletrônico, a primeira opção observada é a marca, que representa o principal item determinante na escolha dos produtos.

O público manifesta que acha de extrema importância o descarte correto dos resíduos eletroeletrônicos e grande parte menciona que, ao descartar seus resíduos ou quando observa que algum necessita de reparo, age de forma ambientalmente correta, enviando-os para o conserto. Outro fato importante identificado ao descartar os produtos após a utilização é que a maioria dos acadêmicos afirmou descartar seus resíduos em um ponto de coleta.

Verifica-se que existe um otimismo em relação ao descarte de forma consciente dos resíduos eletroeletrônicos, mas este deve ser estimulado fazendo com que o consumidor torne-se colaborador e responsável pelo seu consumo. Diante disso, a divulgação através de materiais informativos e o uso intensivo da mídia como meio de conscientização da sociedade seriam meios de promover e sensibilizar em relação ao descarte correto de resíduos eletroeletrônicos. Nesse contexto é importante ressaltar que a consciência ambiental, quer seja por parte das organizações como por parte das pessoas, ainda é pouco desenvolvida e necessita ser estimulada para que realmente se concretize em ações proativas geradoras de resultados. Dessa forma, é determinante o envolvimento de todos os integrantes das organizações e instituições de ensino. As políticas de preços desenvolvidas pelas empresas precisam alinhar-se com o marketing verde, pois os consumidores demonstram que não estão dispostos a pagar por preços mais altos pelo fato dos produtos possuírem selo ambiental.

Define-se a gestão dos eletroeletrônicos como um conjunto importante na sociedade, é necessário criar formas de conscientização sobre essa ótica. As organizações, as instituições e os governos precisam incentivar cada vez mais as pessoas a serem proativas criando mecanismos referentes à capacidade de mobilização em prol de um planeta muito mais sustentável.

Ressalta-se que o consumismo é cada vez maior. Mesmo assim, não é possível acompanhar a velocidade dos lançamentos de novos produtos pelas empresas, seguindo essa tendência fica comprovado que, no futuro, não haverá mais controle sobre a gestão desses resíduos. Por isso, a importância de conscientizar, divulgar e mostrar que, se o cenário atual não for reavaliado, no futuro, poderá ser bem pior.

Para concluir, destaca-se que é necessário desenvolver uma visão socioambiental. Dessa forma, podem ser estimuladas novas práticas e atitudes e assim despertar atitudes individuais relacionadas ao consumo consciente o que pode contribuir com a preservação do meio ambiente.

Observou-se, no decorrer da pesquisa, que alguns acadêmicos apresentaram limitações para o entendimento das questões voltadas à forma de descarte de resíduos eletrônicos, sendo que alguns demonstraram desconhecer a atuação das empresas e fabricantes no recolhimento dos produtos após o descarte. Isso demonstra que esta é uma dúvida frequente quando se trata de descarte de produtos.

Sugere-se, diante disso, a ampliação deste estudo, com novas pesquisas na área ambiental de forma que venha contribuir para o desenvolvimento humano das diversas classes sociais, na busca pela sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

BRASIL. **Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm>. Acesso em: 01 mai. 2013.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Senado Federal: Brasília, 1988.

BRASIL. **Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm>. Acesso em: 01 abr. 2013.

DEWES, Daniele; WITTCKIND, Ellara Valentini. **Fórum Internacional Integrado de Cidadania, Educação, Cultura e Meio Ambiente** - Universidade Integrada do Alto Uruguai e das Missões - Campus Santo Ângelo, RS, 26 a 29 de Abril de 2006.

FERREL, O.C.; HARTLINE, D. M. **Estratégia de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

LEITE, José Rubens Morato. **Dano ambiental: do individual ao coletivo**,

extrapatrimonial. 2.ed. rev. e atual. e ampl. São Paulo: RT, 2003.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade tecnológica**. 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SEIFFERT, Mari Elizabeth Bernardini. **Sistemas de gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2010.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focados na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.