

**Destinação de Resíduos Sólidos:  
Consciência e Atitude Ambiental dos Alunos da Faculdade Promove**

**Disposal of Solid Waste:  
Awareness and Environmental Attitude of Promove College Students**

Élida Fernanda de Cássia Gonçalves<sup>1</sup>  
Poliani Flávia de Oliveira<sup>2</sup>  
Delmi Carvalho<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo fundamenta-se numa pesquisa quantitativa que teve por objetivo avaliar o olhar dos alunos da Faculdade Promove em relação às questões ambientais. Tem como propósito contribuir para o estudo da atitude, do comportamento e forma de descarte de resíduos sólidos, apresentando análises que buscam pontos comuns entre a fundamentação teórica e os dados resultantes da pesquisa, no que se refere à consciência ambiental, atitude dos alunos e meio de destinação dos resíduos gerados por esses alunos.

**Palavras-chave:** Consciência ambiental. Logística reversa. Meio ambiente.

**Abstract:** This article is based on a quantitative research whose objective was to evaluate the students' look at Promove Faculty in relation to environmental issues. Its purpose is to contribute to the study of attitude, behavior and way of discarding the waste, presenting analyzes that seek common points between the theoretical foundation and the data resulting from the questionnaires applied with regard to environmental awareness, attitude of the students and the environment. Waste generated by these students.

**Keywords:** Environmental awareness. Reverse logistic. Environment.

cássia

<sup>1</sup> GONÇALVES, Élida Fernanda de Cássia: Graduanda do Curso de Administração pela Faculdade Promove Belo Horizonte (Belo Horizonte/ MG) E-mail: elidadm2016@gmail.com

<sup>2</sup> OLIVEIRA, Poliani Flávia de: Graduanda do Curso de Administração pela Faculdade Promove Belo Horizonte (Belo Horizonte/ MG) E-mail: poliflavia@hotmail.com

<sup>3</sup> CARVALHO, Delmi Vicente: professor e orientador de Trabalho de Conclusão de Curso da Faculdade Promove. Mestre em Administração, pós-graduado em Gestão Empresarial e Logística, Graduação em Administração e Ciências Contábeis. Belo Horizonte/MG delmicarvalho@gmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

Com os avanços científicos da humanidade, a capacidade de exploração e utilização do meio ambiente pelo homem cresceu. Em contrapartida, cresceu também a velocidade com que o homem consegue destruir e degradar o meio em que vive, e tem diminuído a percepção de que os recursos naturais são finitos.

A abordagem da Educação Ambiental vem adquirindo, por meio de investigações, o contorno de uma nova e crescente presença entre as áreas e as linhas de pesquisa dentro do campo da Educação. Além do mais, a área do meio ambiente conquista e assume a possibilidade de se somar como mais um enfoque epistemológico, incorporando de forma decisiva, as contribuições da ciência humana (RUSCHEINSKY, 2002).

Esta pesquisa busca contextualizar um panorama histórico e conceitual sobre a consciência ambiental dos alunos da Faculdade Promove, suas atitudes ao referido assunto em relação utilização de produtos e destinação correta dos resíduos sólidos.

Diante de um cenário de incessante industrialização onde a relação ser humano e meio ambiente vem sendo degradada através dos processos produtivos e econômicos contemporâneos, por meio da intensa poluição ambiental e descarte de resíduos sólidos sem o mínimo de cuidado, surgiram algumas questões: Qual o nível de consciência ambiental, qual a atitude que tem sido tomada, e como é feita a destinação dos resíduos referente ao consumo.

No que tange à questão ambiental, tendo em vista o nível de consciência dos alunos da Instituição de Ensino Superior (IES), suas atitudes e os processos de minimização dos impactos referentes à destinação dos resíduos.

### **a) Contextualização e Delimitação do Tema**

Esta pesquisa busca contextualizar um panorama histórico e conceitual sobre consciência ambiental, atitudes geradoras dessa consciência e a destinação dos resíduos, com enfoque nos alunos da Faculdade Promove. Foram buscadas informações bibliográficas e aplicou-se questionário aos alunos da Instituição de Ensino Superior (IES) para absorver dos mesmos o nível de consciência ambiental adquirido no decorrer da vida acadêmica. De acordo com (SILVA, 2008) Desenvolvimento sustentável é o processo político e participativo que integra a sustentabilidade econômica, ambiental, espacial, social e cultural, sejam elas coletivas ou individuais. Objetivando o alcance e a manutenção da qualidade de vida, seja nos momentos

de disponibilização de recursos, seja nos períodos de escassez, tendo como perspectivas a cooperação e a solidariedade entre os povos e as gerações.

Diante do crescente avanço populacional, o homem tem proporcionado enormes variáveis ao meio ambiente, o nível de consumo tem aumentado e com ele o número de descarte de resíduos de maneira incorreta, por um longo período a visão sobre os recursos ambientais eram observados como fontes inesgotáveis, mas nessa altura do campeonato já se tem ciência de que os recursos naturais são finitos, e seu mal uso pode causar danos irreversíveis.

Hoje esse cenário está sofrendo alterações. Assuntos relacionados ao meio ambiente, não se trata apenas de mera preocupação, mas tornou-se uma necessidade. Cuidar do mundo em que se insere é fundamental para a sobrevivência humana, ressaltando que os descendentes dependem de como é conduzido esse processo hoje para que, posteriormente, possam usufruir dos recursos naturais básicos para sua sobrevivência.

“A necessidade não poderia ser mais urgente e o momento não poderia ser mais oportuno, com nossa compreensão aprimorada dos desafios que enfrentamos, para agir agora e preservar nossa própria sobrevivência e das futuras gerações” (STEINER, 2007, p. 15)

## **b) Apresentação dos Objetivos (Geral e específicos)**

### Objetivo Geral

Avaliar o olhar dos alunos da Faculdade Promove em relação às questões ambientais.

### Objetivos Específicos

- Avaliar a consciência dos alunos da Faculdade Promove em relação às questões ambientais;
- Avaliar a atitude dos alunos da Faculdade Promove em relação às questões ambientais
- Avaliar como é feita a destinação dos resíduos gerados pelos alunos da Faculdade Promove.

## **c) Justificativa**

A logística reversa é bastante relevante quando se trata da preservação ambiental e da qualidade de vida da sociedade, pois ela faz com que o material descartado seja reaproveitado, agregando valor econômico, ecológico e legal aos bens de pós venda e de pós-consumo.

Sabe-se que a logística reversa tem adquirido maior importância nos últimos tempos, porém tem muitas pessoas que nunca ouviram falar sobre esse assunto e muitas outras que já escutaram, mas não sabe do que se trata. Surge daí a necessidade de estudarmos a importância da logística reversa e tentar conscientizar a sociedade sobre tal importância que ela representa para a população.

O problema identificado no presente estudo é: O desconhecimento sobre as questões ambientais podem dificultar atitudes ecologicamente corretas por parte dos alunos da Faculdade Promove?

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Consciência Ambiental**

Para entender o consumidor ambientalmente consciente é preciso saber o significado de produto ecologicamente correto. Segundo Araújo (2003), tal produto é todo aquele que, artesanal, manufaturado ou industrializado, de uso pessoal, comercial e industrial, seja não poluente, não tóxico e benéfico ao meio ambiente e à saúde das pessoas e que contribua para o desenvolvimento econômico e socialmente sustentável.

Dias (1994) fala que aquele que possui consciência ambiental analisa os desperdícios, reconhece parte da responsabilidade nos problemas ambientais e possui o desejo de encontrar as devidas soluções, seja desligando as luzes ao sair dos cômodos, diminuindo o tempo de banho e até mesmo fechando as torneiras ao escovar os dentes.

Calzada (1998) define o consumidor ecologicamente correto como conscientizado e ambientalmente bem informado. Ele se preocupa com a forma como foi produzido o produto e questiona a ausência de embalagens degradáveis. Já Raposo (2003) afirma que o consumidor ecologicamente correto dá preferência aos produtos que menos contaminam o meio ambiente e privilegiam as empresas que investem na preservação ambiental.

O consumidor verde, conforme Portilho (2005) enfatiza a reciclagem, o uso de tecnologia limpa, a redução do desperdício e o incremento de um mercado consumidor verde.

## 2.2 Sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável é como a fonte da capacidade de gestão e dos recursos técnicos e financeiros indispensáveis à resolução dos desafios ambientais que necessitam partilhar do entendimento de que deve haver um objetivo comum, e não um conflito, entre desenvolvimento econômico e proteção ambiental, tanto para o momento presente como para as gerações futuras (ANDRADE; TACHIZAWA ; CARVALHO, 2004).

De acordo com Sachs (1990), a sustentabilidade constitui-se num conceito dinâmico que leva em conta as necessidades crescentes das populações num cenário internacional em constante expansão. Para o autor, a sustentabilidade tem como base cinco importantes dimensões, que são a sustentabilidade social, a econômica, a ecológica, a geográfica e a cultural. A sustentabilidade social está associada a uma melhor distribuição de renda com redução das diferenças sociais. A sustentabilidade econômica está vinculada ao fluxo contínuo de inversões públicas e privada, além da destinação e administração correta dos recursos naturais. A sustentabilidade ecológica está relacionada ao uso efetivo dos recursos existentes nos diversos ecossistemas e, como um dos resultados, mínima deterioração ambiental. A sustentabilidade geográfica está ligada a uma espacialização rural-urbana mais equilibrada. A sustentabilidade cultural procura a realização de mudanças em harmonia com a continuidade cultural vigente.

Para Braga, et al. (2005), o desenvolvimento sustentável deve atender às necessidades da geração presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades.

A Agenda 21 Brasileira é um instrumento de planejamento participativo para o desenvolvimento sustentável do país, resultado de uma vasta consulta à população brasileira.

Foi coordenado pela Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável e Agenda 21 (CPDS); construído a partir das diretrizes da Agenda 21 Global; e entregue à sociedade, por fim, em 2002.

A Agenda 21 local é o processo de planejamento participativo de um determinado território que envolve a implantação, ali, de um Fórum de Agenda 21. Composto por governo e sociedade civil, o Fórum é responsável pela construção de um Plano Local de Desenvolvimento Sustentável, que estrutura as prioridades locais por meio de projetos e ações de curto, médio e longo prazos. No Fórum são também definidos os meios de implementação

**[D1] Comentário:** É citação curta direta, é conceitual. Faltou o autor, o ano, o n. da p. e as aspas delimitadoras.

e as responsabilidades do governo e dos demais setores da sociedade local na implementação, acompanhamento e revisão desses projetos e ações.

Belo Horizonte foi escolhida como uma das dez cidades piloto para a revisão da Agenda 21 da Cultura. A partir de agora, a capital mineira está na rota das definições culturais de todo o mundo. A Agenda 21 é um documento aprovado, em 2004, por governos comprometidos com os direitos humanos e com a criação de condições para a paz.

A Fundação Municipal de Cultura está conduzindo a participação de BH e, até o final de 2017, produzirá um documento com as propostas que estão relacionadas à nova Agenda 21 da Cultura. As iniciativas de cada cidade piloto servirão como base para a revisão do documento e o período para a implantação das atividades propostas acontece entre 2015 e 2017

### 2.3 Comportamento do Consumidor

O comportamento do consumidor, segundo Richers (1984) é identificado por suas atividades mentais e emocionais realizadas na seleção, compra e uso de produtos/serviços para a satisfação de necessidades e desejos. Já Kotler e Keller (2006), falam que uma vez que a finalidade do marketing foca em atender e satisfazer às necessidades e aos desejos dos consumidores torna-se fundamental conhecer o seu comportamento de compra.

Kotler (1994) afirma ainda que o comportamento refere-se a toda reação do indivíduo, frente a um determinado contexto ou a diversos fatores combinados. O comportamento humano em relação a um produto ou a um serviço decorre do estímulo do indivíduo diante dos bens e serviços colocados à sua disposição.

De acordo com Churchil (2005), um dos fatores que tem maior influência no comportamento dos indivíduos é o cultural, “o complexo de valores e comportamentos aprendidos que são compartilhados por uma sociedade e destinam-se a aumentar sua probabilidade de sobrevivência”.

### 2.4 *Marketing Verde*

Segundo Johr (1994), o marketing verde é entendido por utilizar os objetivos de marketing em termos ecológicos, desenvolvendo produtos ecologicamente orientados e menos agressivos ao

meio ambiente. Além desses benefícios, os serviços de assistência técnica e de orientação ao consumidor cumpriram a função de “[...] assegurar que os produtos sejam usados e descartados de forma correta” (DONAIRE, 1995, p. 101).

O conceito de marketing verde para Polonsky (1994) consiste no conjunto das ações desenvolvidas para gerar e auxiliar o comércio de produtos ou serviços, com a finalidade de suprir necessidades e desejos, causando o mínimo de impacto ao meio ambiente. Dias (2007) propõe atividades específicas para o marketing verde, como estimular os consumidores a realizar compras com base em novos valores, incorporar objetivos ecológicos em cada uma das políticas de marketing e nos objetivos específicos da empresa.

Dahlstrom (2011) fala que o marketing verde é considerado o processo de desenvolver e comercializar produtos de forma que seja sensível às preocupações ecológicas. Kotler (1995) definiu o marketing verde como uma atividade das empresas de criarem e colocarem no mercado produtos ecologicamente desenvolvidos.

Para Gonzaga (2005), um produto planejado com preocupações ecológicas e sociais permite agregar valor comercial, esboçando uma imagem de alta qualidade, tanto dos produtos como das organizações.

## 2.5 Logística Reversa

A logística reversa para Leite (2002) é a área da Logística Empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas, agregando valor econômico, ecológico e legal aos bens de pós-venda e de pós-consumo. Já Lacerda (2002) afirma que a logística reversa é um processo de planejamento, implementação e controle do fluxo de matérias-primas, estoque em processo e produtos, do ponto de consumo até o ponto de origem, com o objetivo de recapturar valor ou realizar um descarte adequado.

Donato (2008) afirma que a logística reversa é processo responsável pelo deslocamento de materiais reaproveitados que regressam ao início do processo tradicional de suprimento, produção e distribuição.

Leite (2009) define a logística reversa a partir das decisões tomadas estrategicamente, buscando garantir competitividade e sustentabilidade às empresas, na base econômica e

ambiental, a partir das decisões operacionais que envolvem o uso das principais ferramentas da logística, preocupando-se com a eliminação ou utilização dos inibidores das cadeias reversas. O autor informa, também, que a logística reversa tem como objetivo tornar possível o retorno dos bens ao ciclo produtivo ou de negócios.

Barbieri; Dias (2002) falam que a logística reversa tem que ser criada como instrumento de uma proposta de produção e consumo sustentável, estabelecendo critérios de avaliações a tomar a decisão de recuperar peças, componentes, embalagens reutilizáveis para reciclagem. De acordo com Rogers; Tibben-Lembke (1998), a logística reversa “se refere a todos os esforços para movimentar mercadorias do seu lugar típico da eliminação a fim de capturar valor”, ou seja, trata-se de um método empresarial que busca agregar valor ou recuperar algum produto que está à margem do mercado.

Segundo Leite (2009) a velocidade de descarte dos produtos de utilidade, após seu primeiro uso, tem gerado um enorme crescimento de produtos de pós-consumo, isso porque não existem canais de distribuição reversos, devidamente estruturados e organizados, o que provoca desequilíbrio entre as quantidades descartadas e as reaproveitadas. A logística reversa não recorre à sustentabilidade, conforme Pereira *et al* (2013) relatam, mas sim, a redução de custos e obtenção de lucros. Entretanto, alguns benefícios dos processos da logística reversa contêm indícios de sustentabilidade. Diante disso, Pereira *et al* (2013) esclarecem que quando isso ocorre o processo passa a ser denominado como “logística verde” ou “logística ecológica”. Os autores citados informam, ainda, que existe a necessidade de se esclarecer que a logística reversa nada mais é do que um processo com foco empresarial e não um método para o alcance da sustentabilidade.

## 2.6 Política Nacional de Resíduos Sólidos

A Lei Federal nº 12.305/10 (BRASIL, 2010), que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) procura organizar a forma com que o país lida com o lixo e exigir dos setores públicos e privados transparência no gerenciamento de seus resíduos, ela também prevê a redução na geração de resíduos e promove a destinação correta de todo o tipo de rejeito (doméstico, industrial, eletroeletrônico). A proposta da PNRS é a prática de hábitos de consumo sustentável e um conjunto de instrumentos para proporcionar o aumento da reciclagem e da reutilização dos resíduos sólidos, e a destinação ambientalmente correta dos



rejeitos que não podem ser reciclados ou reutilizados. O objetivo da PNRS é acabar com os lixões a céu aberto e contribuir para a redução da extração de matérias-primas. Isso porque, com mais produtos reciclados, não há necessidade da produção de novos bens. Em longo prazo, essa lei pode inserir uma consciência mais sustentável na população consumidora e, conseqüentemente, nas empresas.

Dessa forma, cabe ao poder público criar canais e estruturas que permitam a viabilização correta da destinação dos resíduos - e em alguns casos, a reciclagem e reutilização de diferentes materiais, e cabe também ao setor empresarial (fabricantes, construtores e outros atores da cadeia) produzir mais com muito menos.

A Prefeitura de Belo Horizonte lançou o Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PMGIRS-BH). O plano contempla diretrizes e ações para a gestão ambientalmente adequada e sustentável dos resíduos sólidos, conforme a Lei Federal 12.305 de 2010 (BRASIL, 2010), que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Ele contempla, desde a geração até a disposição final dos resíduos sólidos no município, observando aspectos técnicos, operacionais, econômicos, sociais, ambientais e de participação da população.

### **3 METODOLOGIA**

O presente tópico visa apresentar os passos metodológicos que nortearam este trabalho, com o objetivo de apontar os tipos de pesquisas realizadas e as técnicas adotadas. Quanto ao objeto a pesquisa será “Explicativa” objetivando identificar fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de fenômenos. Este tipo de pesquisa é a que mais aprofunda o conhecimento da realidade, e por isso mesmo, está fortemente calcada em métodos experimentais. (LAKATOS, MARCONI, 2011)

Quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa será “Bibliográfica” que será feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. (LAKATOS, MARCONI, 2011)

Quanto à abordagem do problema a pesquisa será “Quantitativa” considerando que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média,

moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.). (LAKATOS, MARCONI, 2011)

O presente estudo foi realizado nas Faculdades Promove, situada na unidade da Av. João Pinheiro 164 – Centro/Belo Horizonte- MG. A amostra foi de cento e setenta e seis alunos, divididos entre diferentes cursos, com o foco de observar o nível de envolvimento dos alunos em relação à consciência ambiental, atitude e a destinação correta desses resíduos.

Inicialmente fez-se o levantamento bibliográfico para fundamentação teórica da pesquisa e fortalecer seu embasamento, foi aplicada a prévia da pesquisa para fortalecer seu poder de entendimento e alcance, no dia 28 de abril de 2017. Posteriormente à realização da prévia de pesquisa, foi aplicado o questionário já revisado e pronto para validação, no dia 29 de maio de 2017.

A delimitação do universo da pesquisa abrange os alunos de diversos cursos da Faculdade Promove de Belo Horizonte: Direito, Engenharia Civil, Administração, sendo eles homens e mulheres de diversas idades, totalizando 10% dos alunos matriculados na IES, sendo que são registrados na instituição um mil setecentos e sessenta alunos matriculados. A pesquisa foi realizada com cento e setenta e seis alunos formando a delimitação do universo pesquisado.

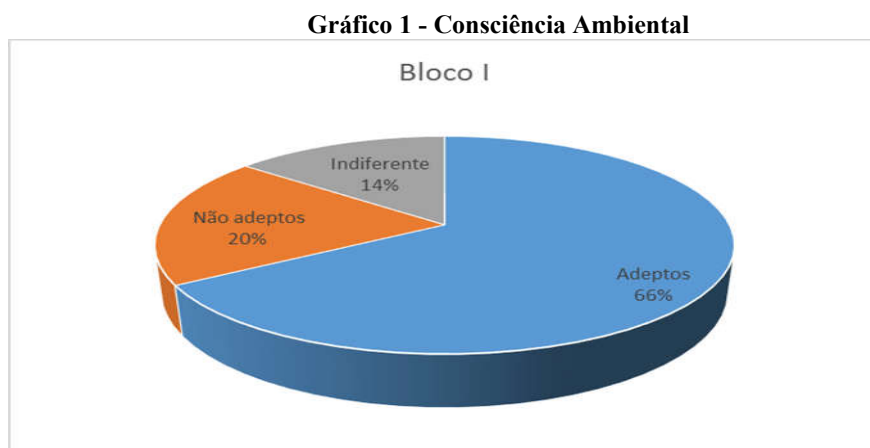
A construção do questionário foi realizada após pesquisa bibliográfica. Com base nesse levantamento realizou-se a separação por blocos de perguntas, sendo eles consciência ambiental, atitude e destinação correta. Foram entrevistados cento e setenta e seis alunos de diversos cursos, em uma pesquisa quantitativa de onze perguntas, em torno de duas a quatro opções de respostas, que foram divididas em três blocos, sendo eles consciência ambiental, atitude e destinação correta e pós-consumo, foram coletadas um mil novecentas e trinta e cinco respostas. A amostra da pesquisa equivale a 10% do número de alunos matriculados, na Faculdade, sendo esse total um mil setecentos e sessenta alunos.

### **3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E SUA ANÁLISE**

A pesquisa foi primeiramente embasada em pesquisas bibliográficas, dando suporte para um questionário estruturado. A divisão dos dados da pesquisa foi realizada por blocos, sendo Bloco I, Consciência Ambiental, atestando o nível de consciência dos alunos da Faculdade Promove, obtendo um resultando de 66% dos adeptos. Bloco II Atitude, averiguando a

quantidade de alunos da IES que tem algum tipo de atitude favorável ao assunto, resultando em 64% dos entrevistados. Bloco III Destinação correta e pós-consumo, qual a maneira adotada pelos alunos para o descarte correto desses resíduos, sendo obtido o resultado de que 43% dos alunos fazem a separação ou descarte correto dos resíduos.

Seguem gráficos demonstrativos do resultado da pesquisa.



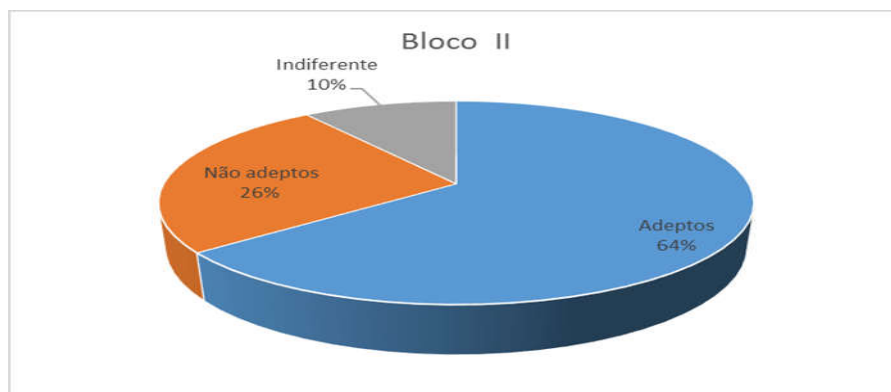
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Lourenço e Silva (2010) indicam que o consumo consciente pode ser considerado como “o ato ou decisão de compra ou uso de serviços, de bens industriais ou naturais, praticado por um indivíduo, levando em conta o equilíbrio entre satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão”.

Com isso, no gráfico 1 pode-se observar os resultados da pesquisa em bloco, este é o Bloco I Consciência Ambiental, o nível de consciência ambiental abrange 66% dos alunos, evidenciando que os mesmos tem a consciência de que o ato de consumo consciente interfere no ambiente e satisfação pessoal. Já os que são indiferentes ao assunto chegam a 14% e os que não dão ênfase chegam a 20%, sendo negligentes no que se refere ao mesmo.

Observou-se também, que desses 66% de adeptos à consciência ambiental, 28% cursam Engenharia Civil no 9º período, e os alunos que possuem a porcentagem menor, estão no 4º período do curso de Administração.

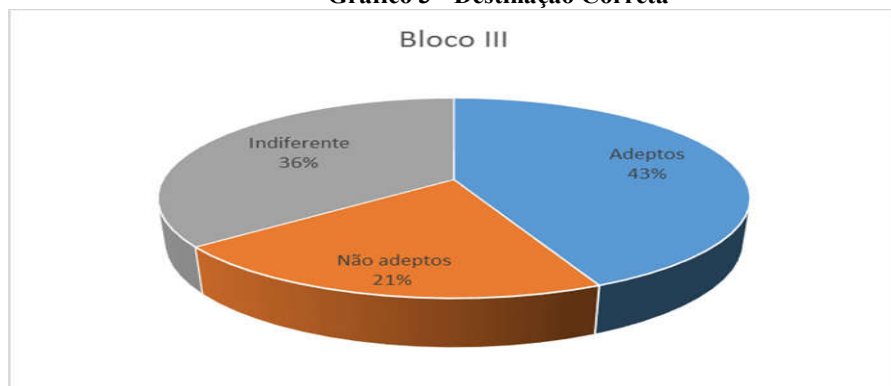
### Gráfico 2 - Atitude



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Esse gráfico mostra o nível de atitude dos respondentes em relação ao meio ambiente e, pode-se observar que 64% têm algum tipo de atitude favorável, 26% não fazem nada em prol dessa causa, 10% dos são indiferentes a esse assunto, nunca ao menos pararam para pensar sobre isso. Dos 64% que dizem fazer algo favorável ao meio ambiente, 24% cursam Engenharia Civil.

**Gráfico 3 - Destinação Correta**

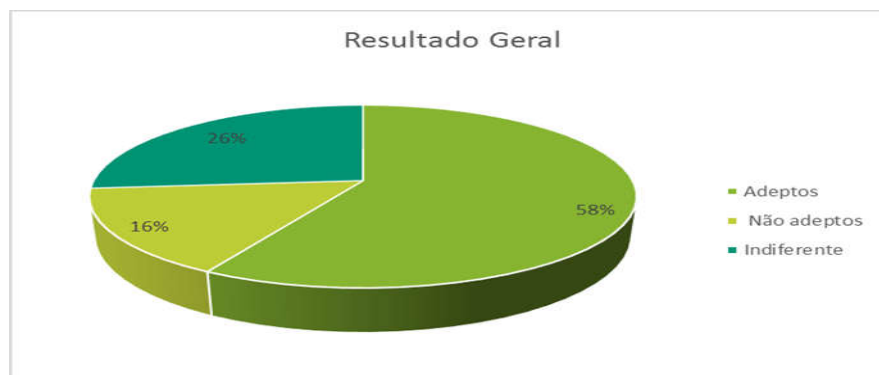


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Surge então o envolvimento do consumidor com a sociedade, ao compreender sua responsabilidade por meio do consumo socialmente consciente (VIEIRA, 2010).

Destacou-se a destinação correta dos resíduos e o pós-consumo, onde pôde-se observar que 43% dos respondentes fazem essa destinação correta, 36% são indiferentes ao assunto e nem mesmo pensam em fazer alguma coisa, No entanto, 21% não fazem a destinação correta dos resíduos por opção ou falta de oportunidade, como coleta seletiva de fácil acesso. Observa-se que desses 43% que dizem fazer uma destinação correta dos resíduos, 23% estão cursando Engenharia Civil.

**Gráfico 4 - Resultado Geral**



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

O gráfico acima é o demonstrativo geral dos resultados da pesquisa, nele pode-se observar que 58% dos alunos da Faculdade Promove de Belo Horizonte são adeptos, conhecedores ou ativista em relação à consciência ambiental, atitude e destinação correta dos resíduos. Sendo nele contido também que 26% não são adeptos à consciência ambiental, atitude e destinação correta por opção ou dificuldade de acesso e 16% são indiferentes a esse assunto.

## 5 CONCLUSÕES

No contexto geral da pesquisa, observou-se que grande é o número de pessoas com a consciência ambiental. Uma média de 66% dos alunos foi destacada com o diagnóstico da pesquisa, e também foi permitido observar que o restante dos alunos são indiferentes ao assunto e não se importam ou não tem acesso as formas de colocar em prática essa consciência ambiental.

Pelo exposto neste trabalho, percebeu-se que no curso de Engenharia Civil tem-se um maior alcance do assunto relacionado à consciência ambiental e atitude, cerca de 24% dos respondentes. Para um programa de consciência ambiental ser eficaz é necessário que ele aconteça de forma abrangente, sendo indispensável que todos os segmentos da Instituição de Ensino Superior (IES) se envolvam e participem, buscando alcançar objetivos em comum, e assim distinguindo um maior número de adeptos ao descarte correto dos resíduos sólidos, melhorando o ambiente e diminuindo a degradação.

Se os estudantes souberem valorizar a complexidade dos temas ambientais, e adquirir um método de análise das posições no campo, talvez possam realmente ser livres e capazes de obter uma posição própria, compreender e revelar razões de ordem política, econômica e

social que estão posteriores a conquista de atitudes por parte de diferentes sujeitos que enfrentam o problema.

Contudo o trabalho alcançou seu objetivo principal, aguçar o interesse dos alunos em relação à consciência ambiental. Tendo em vista minimizar os danos ao meio ambiente e sensibilizá-los da situação em que se encontram, e que de maneira natural, a consciência de cada um poderá tomar uma nova forma de agir no meio que o circunda, seja em sua comunidade atual ou até mesmo de um modo mais amplo ao longo de suas vidas, reconhecendo que os recursos naturais são finitos.

## **6 Recomendações e sugestões**

Em meio à pesquisa notou-se uma forte falha no ciclo de compra, utilização e descarte correto dos resíduos, logística reversa, uma das maiores dificuldades encontrada pelos alunos, além da falta de informação, é a falta de ponto de coleta de resíduos sólidos de maneira eletiva. A falta desses pontos de descarte, ou coleta, faz com que as pessoas desprezem esses resíduos em lixo comum, sem nenhum tipo de separação.

Uma opção para diminuir esse descarte incorreto é a colocação de pontos estratégicos de descarte de resíduos, como um exemplo disso o coletor de eletrônicos que se encontra nos campos das faculdades. Outra opção seria uma ação junto à Prefeitura do Município, para um levantamento de dados que de fato mostre onde a mesma realiza essa coleta seletiva ou ao menos disponibiliza coletores.

Os resultados dessa experiência de planejamento participativo podem ser relevantes, tanto em termos da mobilização dos grupos sociais que serão afetados diretamente, quanto pelos grupos indiretamente afetados de maneira positiva e também pelas políticas de desenvolvimento sustentável. Já em termos de volume de informações coletadas, processadas, analisadas e avaliadas na construção da pesquisa, o número de pesquisados poderá em sequência ser elevado, para maior abrangência amostral, podendo assim ser implantada uma ação conjunta instituição versos prefeitura, alunos e empresas para maior conscientização ambiental.

## **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, R. O. ; TACHIZAWA, T. ; CARVALHO, A. B. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. 2. ed. São Paulo: Makron, 2004.

ARAUJO, M. **Produtos ecológicos para uma sociedade sustentável**. 2003. Disponível em: <<http://www.reciclaveis.com.br/noticias/out/090104pd.htm>>. Acesso em: 31 out. 2016.

BARBIERI, J. C.; DIAS, M. Logística reversa como instrumento de programas de produção e consumo sustentáveis. **Revista Tecnológica**, São Paulo, [s v.] n 77, abr. 2002.

BRAGA, B.; HESPANHOL, I.; CONEJO, J. G.; BARROS, M. T.; SPENCER, M.; PORTO, M. *et al.* **Introdução à engenharia ambiental** – O desafio do desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 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](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm). Acesso em: 06 jun. 2017.

CALZADA, M. **Quem é o consumidor orgânico**. Conferência da IFOAM: Mar del Plata, 1998. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/saudnovc.htm>>. Acesso em: 31 out. 2016.

CHURCHILL JR.; G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2005.

DAHLSTROM, R. **Gerenciamento de marketing verde**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DIAS, G.F. **Atividades interdisciplinares de educação ambiental**: Manual do professor. São Paulo: Global/Gaia, 1994.

DIAS, R. **Marketing ambiental**: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: <<http://www.abrecon.org.br/>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

DONAIRE, Denis: **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.

DONATO, Vitório. **Logística verde**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda. 2008.

FABI, Maria J. S.; LOURENÇO, Cléria D. S.; SILVA, Sabrina S. Consumo consciente: a atitude do cliente perante o comportamento sócio-ambiental empresarial. **In Anais... IV Encontro de Marketing da ANPAD**. Florianópolis: 2010.

GONZAGA, C. A. M. Marketing verde de produtos florestais: teoria e prática. **Revista Floresta**, Curitiba, Paraná, 3 (2).maio/agosto, 2005.

JOHR, Hans: **O verde é negócio**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LACERDA, Leonardo: **Logística Reversa**: Uma visão sobre os conceitos básicos e as praticas operacionais. Disponível em:

<<http://www.ecodesenvolvimento.org/biblioteca/artigos/logistica-reversa-uma-visao-sobre-os-conceitos>>. Acesso em: 13 set. 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, Paulo Roberto: Logística reversa nova área da logística empresarial. **Revista Tecnológica**, maio de 2002.

LEITE, Paulo Roberto: **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PEREIRA, André Luiz *et al.* **Logística reversa e sustentabilidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

POLONSKY, M. J. *An introduction to green marketing*. 1994. **Electronic Green Journal**, ISSN: 1076- 7975, 1(2). Disponível em: <<http://2020sustentavelmktverde.blogspot.com/2010/03/introducao-marketing-verde.html>>. Acesso em: 13 set. 2016.

PORTILHO, F. **Consumo “verde”, democracia ecológica e cidadania: possibilidades de diálogo**. 2005. Disponível em: <[www.rubedo.psc.br](http://www.rubedo.psc.br)>. Acesso em: 31 out. 2016.

RAPOSO, S. **Consumo consciente: economizar água e energia e comprar produtos ecológicos são algumas maneiras de contribuir com a preservação ambiental**. 2003. Disponível em: <[www.salveoplaneta.com.br/art\\_01.htm](http://www.salveoplaneta.com.br/art_01.htm)>. Acesso em 31 de out. 2016.

RICHERS, Raimer. O enigmático mais indispensável consumidor: teoria e prática. **Revista da Administração**, jul./set. de 1984.

ROGERS, D. S.; TIBBEN-LEMBKE, R. S. **Indo para trás: tendências e práticas de logística reversa**. Universidade de Nevada. Reno: CLM, 1998.

RUSCHEINSKY, Aloísio (Org.). **Educação ambiental: Abordagens Múltiplas**. Porto Alegre: Artmed, 2002. 183 p.

SACHS, I. *Desarrollo sustentable, bio-industrialización descentralizada y nuevas configuraciones ruralurbanas. Los casos de India y Brasil*. **Pensamiento Iberoamericano**, Madrid, v. 46, p. 235-256, 1990.

SILVA, C. L. **Desenvolvimento sustentável – Um modelo analítico, integrado e adaptativo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

STEINER, **Nas palavras do Dr. Steiner**. 2007.

VIEIRA, Diego M. O consumo socialmente irresponsável. **In Anais... IV Encontro de Marketing da ANPAD**. Florianópolis: ANPAD, 2010. Disponível em: [http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/10/30/interna\\_gerais,584985/bh-agora-tem-plano-municipal-de-gestao-integrada-de-residuos-solidos.shtml](http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/10/30/interna_gerais,584985/bh-agora-tem-plano-municipal-de-gestao-integrada-de-residuos-solidos.shtml) > Acesso em: 13 Jun. 2017.

LOURENÇO ; SILVA, 2010.

<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21> (03/06/2017)



[http://www.soubh.com.br/noticias/gerais/bh-e-a-unica-brasileira-para-a-nova-agenda-21-da-c/\(03/07/2017\)](http://www.soubh.com.br/noticias/gerais/bh-e-a-unica-brasileira-para-a-nova-agenda-21-da-c/(03/07/2017))

Agradecemos pela sua atenção e colaboração!

CURSO: \_\_\_\_\_

PERÍODO: \_\_\_\_\_

## QUESTIONÁRIO

### **Bloco I- Consciência Ambiental**

1- Você sabe o que é a **Logística Reversa**?

- Sim, entendo o que significa.  
 Já ouvi falar, mas não sei do que se trata.  
 Nunca ouvi falar.

2- Você conhece a **Legislação** que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos?

- Sim.  
 Não.

3- Qual a sua opinião sobre a **coleta seletiva**?

- Importante.  
 Em nada interfere.  
 Não sei dizer.

4- Você acredita que a **destinação correta** dos produtos e resíduos pós-consumo pode contribuir para um futuro sustentável?

- Muito importante.  
 Importante.  
 Pouco importante.  
 Sem importância.

### **Bloco II- Atitude**

5 - Você está disposto a **pagar mais caro** por um produto ecologicamente correto?

- Sim.  
 Não.  
 Nunca pensei a respeito.

6 - Você tem atitudes que colaboram com a **sustentabilidade do meio ambiente**?

- Sim.  
 Não.  
 Nunca pensei a respeito.

7 - Você se sente **motivado a separar corretamente** os produtos e resíduos pós-consumo e levá-los nos coletores seletivos?

- Sim, tem coletores próximo a minha casa.  
 Sim, mas tenho dificuldade de encontrar coletores próximo a minha casa.  
 Não, pois não tem coletores próximo a minha casa.

### **Bloco III- Destinação Correta Pós-consumo**

8 -Em seu **bairro** existe a **coleta seletiva**?

- Sim.  
 Não.

- Não sei dizer.
- Sim, mas não faço o descarte de modo seletivo.

9 - Caso **não** tenha coleta seletiva no seu bairro, como você faz o descarte dos produtos e resíduos pós-consumo?

- Descarto em lixo comum.
- Faço a separação em minha residência e descarto no lixo comum.
- Faço a separação em minha residência e descarto em local que possui coleta seletiva de lixo.
- Não sou eu que faço o descarte.

10 - Na sua opinião as **empresas** atualmente estão preocupadas com a **destinação ambientalmente correta** dos seus resíduos de produção?

- Sim.
- Não.
- Não estou apto a responder.

11- Essa pesquisa te despertou interesse para a destinação ambientalmente correta dos produtos pós-consumo?

- Sim.
- Parcialmente.
- Não.