

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DO TOCANTINS
CAMPUS ARAGUATINS
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS BIOLÓGICAS

TIMÓTEO DE SOUSA LEMES

EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
um estudo de caso do consumerismo verde em Colinas do Tocantins/TO.

Araguatins/TO

2015

TIMÓTEO DE SOUSA LEMES

**EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
um estudo de caso do consumerismo verde em Colinas do Tocantins/TO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Licenciatura em Ciências
Biológicas do *Campus* Araguatins do Instituto
Federal do Tocantins –, como exigência à obtenção
do grau de Licenciado em Ciências Biológicas.

Orientador: Prof. Me. Paulo Hernandes G. da Silva

Coorientadora: Prof^a Me. Kátia Paulino de Sousa

Araguatins/TO
2015

Lemes, Timóteo de Sousa

EDUCAÇÃO AMBIENTAL: um estudo de caso do consumerismo verde em Colinas do Tocantins/TO/ Timóteo de Sousa Lemes – Araguatins, 2015. 47 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Ciências Biológicas)

– Instituto Federal de Educação do Tocantins, Campus Araguatins, 2015.

Orientador: Prof. Me. Paulo Hernandes Gonçalves da Silva

1.Educação ambiental 2. Consumerismo verde I. Título

TIMÓTEO DE SOUSA LEMES

**EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
um estudo de caso do consumerismo verde em Colinas do Tocantins/TO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso Licenciatura em Ciências Biológicas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins *campus* Araguatins, como requisito para obtenção do grau de Licenciado em Ciências Biológicas.

Orientador: Prof. Me. Paulo Hernandes Gonçalves da Silva
Coorientadora: Prof. Me. Kátia Paulino de Sousa

Aprovado em: ____/ ____/ ____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Paulo Hernandes Gonçalves da Silva (Orientador)
IFTO-Campus Araguatins

Prof. Me. Kátia Paulino de Sousa
IFTO-Campus Araguatins

Prof. Esp. Valéria Oliveira Martins
IFTO-Campus Araguatins

Ao único que é eterno e que está
além da compreensão humana sobre
passado, presente e futuro, para
quem culmina o equilíbrio do
universo, Deus.

Timóteo de S. Lemes

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, reconheço a intervenção de Deus sobre minhas humanas capacidades cognitivas, sociais e econômicas, muitas vezes através de gestos naturais e singelos de pessoas que formaram cada parte da minha trajetória pelo Campus Araguatins – IFTO. Por tanto, agradeço a todos que se permitiram ser instrumento de Deus para esse amadurecimento.

Agradeço a minha família: aos meus dez irmãos; aos meus pais Marinete Sousa Lemes e João Vitalino Lemes; à minha avó Alcina Silva e Silva “*in memoriam*”; pela forma em que me levaram sempre a acreditar que venceria através da educação.

À família de Francisco Cesar de Sousa e Gení Alves da Rocha Sousa por serem alicerces nos momentos mais difíceis que passei na cidade de Araguatins. Deus em seu tempo os abençoará segundo suas riquezas e promessas eternas.

Ao Departamento de Desenvolvimento Educacional (DDE) Campus Araguatins, nas pessoas de Cleudiane Chaves da Silva, Mauro Gomes dos Santos, Luciana Pinto Fernandes, Luciane Silva da Costa, Ana Gabriela Carvalho, Virgínia Benevides, Kelly Cristina, Poliana Avelino Mendes, Sandra José soares, Vilson Soares de Siqueira, Edivaldo Monteiro, Lucinalva Ferreira e Paulo Hernandez Gonçalves da Silva, por todo o aprendizado e compreensão que me proporcionaram.

Ao meu orientador Prof. Me. Paulo Hernandez Gonçalves da Silva pela escolha do tema, como também sua paciência e humildade nos momentos de orientação.

Ao Campus Araguatins na pessoa do Prof. Me. Décio Dias dos Reis, pela significativa contribuição nos meus primeiros passos na educação profissional.

Minha gratidão também aos amigos e profissionais do IFTO que muito contribuíram para minha formação: Profª Me. Kátia de Sousa Paulino, por tanto me ajudar a organizar minha vida acadêmica; Profª Dra. Fábila de Oliveira Lima, que tanto me levou a acreditar na carreira docente e pela oportunidade na pesquisa; Maristela Gonçalves por sua dedicação e profissionalismo raros; e à Profª Esp. Quitéria de Alcântara, “pelos puxões de orelha” e pela verdadeira dedicação na arte de educar, levo para a vida.

Não basta saber ler que Eva viu a uva. É preciso compreender qual a posição que Eva ocupa no seu contexto social, quem trabalha para produzir a uva e quem lucra com esse trabalho.

Paulo Freire

RESUMO

O aumento no padrão de consumo tem ocorrido em várias áreas da vida humana, seja em suas necessidades básicas, sociais, culturais e profissionais. Com isso, este trabalho objetiva analisar o perfil do consumidor na cidade de Colinas do Tocantins, mais especificamente no que diz respeito ao consumerismo verde. O problema consiste em verificar se existe consciência ambiental na ação dos consumidores de Colinas do Tocantins, no tocante à responsabilidade ambiental. Metodologicamente, foi realizada a revisão de literatura acerca da temática da sustentabilidade, bem como aplicou-se a pesquisa de campo por meio um questionário com dez perguntas fechadas a trezentos consumidores, escolhidos aleatoriamente em seis lugares distintos do município. Os resultados mostram que os últimos acontecimentos veiculados na mídia, no que diz respeito ao meio ambiente, de certa forma tem permitido mudança nos hábitos dos entrevistados.

Palavras-chave: Colinas do Tocantins. Consumerismo verde. Educação ambiental.

ABSTRACT

The increase in the consumption pattern has occurred in several areas of human life, either in their basic needs, social, cultural and professional. Therefore, this paper aims to analyze the consumer profile in the city of Colinas do Tocantins, specifically with regard to green consumerism. The problem is whether there is environmental awareness in action from Colinas do Tocantins to consumers relating to environmental responsibility. Methodologically, the review of literature on the theme of sustainability was carried out and applied to through field research a questionnaire with ten questions closed three hundred consumers, randomly selected from six different places of the city. The results show that the latest events conveyed in the media, with regard to the environment, in a way has allowed change in the habits of respondents.

Keywords: Colinas do Tocantins. Green consumerismo. Environmental education.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Faixa etária.....	30
Gráfico 02 – Gênero.....	31
Gráfico 03 – Renda mensal (salário mínimo)	31
Gráfico 04 – Escolaridade.....	32
Gráfico 05 – Conhecimento do conceito de consumidor verde.....	33
Gráfico 06 – Classificação da consciência ambiental.....	34
Gráfico 07 – Problema ambiental.....	35
Gráfico 08 – Aquisição de produto sem responsabilidade socioambiental.....	36
Gráfico 09 – Relevância para aquisição de um produto.....	37
Gráfico 10 – Reaproveitamento/Reutilização.....	37

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Problema de pesquisa.....	11
1.2 Objetivos.....	12
1.2.1 Objetivo Geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 Justificativa.....	12
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	14
2.1 Conceituação e evolução histórica da educação ambiental.....	14
2.2 A educação ambiental no Brasil.....	17
2.3 A importância do desenvolvimento sustentável.....	19
2.4 Consciência ambiental e consumerismo verde.....	21
3. MATERIAL E MÉTODOS.....	24
3.1 Tipo de pesquisa.....	24
3.2 Área de realização.....	25
3.3 População e amostra.....	25
3.4 Instrumentos.....	25
3.5 Plano para coleta e análise dos dados.....	26
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	27
4.1 O município de Colinas do Tocantins.....	27
4.2 O perfil socioeconômico dos consumidores.....	30
4.3 O consumerismo verde em Colinas do Tocantins.....	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
REFERÊNCIAS.....	43
APÊNDICE.....	47

1 INTRODUÇÃO

É relevante o aumento no padrão de consumo da família brasileira na última década e o consequente acesso aos diversos tipos de produtos como imóveis, automóveis, roupas, lazer, alimentação, cultura, entre outros bens duráveis e não duráveis (VIEIRA e WEBER, 1997). Este comportamento deve-se a fatores como incentivos governamentais, valorização do salário mínimo, programas sociais, incentivos fiscais, acesso ao crédito e investimentos do setor privado.

O problema é que essa produção leva também ao aumento da utilização de recursos ambientais como água, solo, minerais, vegetais, animais, entre outros, que na maioria das vezes não são renováveis e estão em processo de extinção.

O ser humano é diretamente afetado por tudo que acontece no meio ambiente, e por ser parte dele, conclui-se que caso o meio ambiente perecer, este também perecerá, pois ele depende da qualidade do ar, da água dos alimentos e do espaço em que se vive. Mas esta consciência não é nova, começou no início dos anos 60 quando a juventude começou a falar em meio ambiente e alertar sobre o perigo dos rumos que se seguia (OTTOMAN, 1994).

No campo social e econômico percebe-se a dualidade no que diz respeito ao mercado consumidor, envolvendo a questão ambiental, pois nesse contexto, de um lado estão os interesses do empresariado que, na maioria das vezes, se encontram em consonância com o ideal neoliberal, cuja sinalização aponta para a expansão das atividades do mercado e a utilização de estratégias de sobrevivência organizacional, levando-se em conta o desenvolvimento sustentável. Por outro lado, temos a população em geral que não tem uma consciência ambiental muito clara, cuja prática de consumidor vem confirmar a situação em que se encontra o meio ambiente (VIEIRA e WEBER, 1997).

Teoricamente, Drucker (1997) reforça que a discussão sobre responsabilidade social das empresas remonta há mais de um século, porém, somente a partir dos anos de 1960, essa terminologia passou por mudanças significativas. Anteriormente a essa época, o assunto era focado sob três dimensões: a primeira dizia respeito às questões éticas que envolvem o comportamento dos responsáveis pelas organizações; a segunda, referente à responsabilidade desses para com a comunidade interna da organização, os empregados; e a terceira direcionada às ações de apoio às demandas culturais da sociedade, e dentre estas demandas a

socioambiental.

Esclareça-se que apesar de o Estado ainda figurar como o principal elemento na formulação e implementação de políticas sociais que atingem a sociedade como um todo, o processo de desenvolvimento de ações sociais que abrangem o exercício da cidadania e da responsabilidade ambiental, desloca-se para o cidadão a principal responsabilidade na questão ambiental (VIEIRA, 1998).

Objetiva-se, por conseguinte, mostrar que para a vivência de um cotidiano de maneira mais coerente com os ideais de uma sociedade sustentável e democrática, é necessária uma educação que repense velhas fórmulas de vida, propondo ações concretas para transformar desde a casa, a quadra ou a rua, até se atingir comunidades, sejam elas no campo ou na cidade.

É perceptível no mundo uma hierarquia de problemas ambientais e sociais, com diferentes graus de magnitude, os quais podem vir a comprometer o futuro da humanidade. Não ocorre um consenso generalizado a respeito da ordem exata da intensidade desses problemas, sendo que entre eles estão o esgotamento dos recursos naturais e o acúmulo dos resíduos, principalmente os sólidos, causados pela excessiva ação consumidora dos indivíduos (CORTEZ e ORTIGOZA, 2007).

Diante da escassez de recursos e do aumento de resíduos, este estudo de caso acerca do consumidor verde, no tocante à responsabilidade ambiental, no município de Colinas do Tocantins, tem fundamentação na análise da existência desse consumidor na realidade local, e assim caracterizar o seu perfil, considerando-se inclusive o aspecto do município ter sua economia voltada principalmente ao comércio e serviços (IFTO, 2014).

1.1 Problema da pesquisa

A sociedade contemporânea se caracteriza pela produção e, principalmente, pelo alto consumo de objetos e produtos, trazendo potenciais benefícios à humanidade, e conduzindo, paralelamente, à diminuição dos recursos naturais, sobretudo daqueles não renováveis e da excessiva produção de resíduos de natureza variada, o que representam riscos ambientais e sociais (PRECIOSO, 2005).

Diante do exposto, problematiza-se o presente trabalho por meio do questionamento: Existe consciência ambiental na ação dos consumidores de Colinas do Tocantins, no tocante ao consumerismo verde e à responsabilidade ambiental?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar o perfil dos consumidores de Colinas do Tocantins, no tocante ao consumerismo verde e à responsabilidade ambiental.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Caracterizar o município de Colinas do Tocantins, quanto à questão ambiental;
- b) Caracterizar o perfil socioeconômico dos consumidores locais;
- c) Apresentar os aspectos de sustentabilidade no processo de consumerismo na cidade de Colinas do Tocantins.

1.3 Justificativa

O município de Colinas do Tocantins possui uma área de 844 Km², representando 0,304 % do estado 0,0219 % da região Norte e 0.0099 % de todo o território brasileiro. A população total é de 29.298 habitantes. Sua localização encontra-se na latitude de 08°03'33" Sul e na longitude 48°28'30" oeste, com uma altitude de 227 metros. Atualmente, configura-se como o 7º maior município da região em número de habitantes e nos aspectos econômicos (IBGE, 2007).

Com base nas informações do Atlas de Desenvolvimento Humano, a população urbana do município corresponde 95,31% e a população rural configura-se em apenas 4,69% do total. A distância da capital do estado é de 234.7585 km. No que diz respeito ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) tem-se o valor de 0,739 (PNUD, 2006).

Considerando a necessidade de identificação dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) exclusivamente do município de Colinas do Tocantins, de acordo com estudos realizados baseados no número de estabelecimentos empresariais por setores da economia e empregos formais, fornecidos pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), no período de janeiro de 2012 a janeiro de 2014, os principais setores que movimentaram a economia do município e região, são voltados para os setores de comércio, indústria de transformação, serviços e construção civil, com mais de 80% da empregabilidade no município (IFTO, 2014).

Esclareça-se que esta pesquisa ao tratar de sustentabilidade evidencia o conceito de consumerismo como sendo a aquisição de forma responsável dos bens enquanto o consumismo é a compra irracional, inclusive de supérfluos (PORTILHO, 2005).

Nesta perspectiva, com base na economia e empregabilidade voltada ao comércio e serviços percebidos na cidade de Colinas do Tocantins/TO, este trabalho apresenta justificativa na análise do perfil dos consumidores, vislumbrando verificar a existência de educação e consciência ambiental que se direcione para as ações voltadas ao consumerismo verde, como responsabilidade socioambiental, sustentabilidade, reaproveitamento, reutilização e reciclagem.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Conceituação e evolução histórica da educação ambiental

Note-se que a incorporação da questão ambiental no cotidiano das pessoas pode propiciar uma nova percepção nas relações entre o ser humano, a sociedade e a natureza, promover uma reavaliação de valores e atitudes na convivência coletiva e individual e, sem dúvida, reforçar a necessidade de ser e agir como cidadão na busca de soluções para problemas ambientais locais e nacionais que prejudiquem a qualidade de vida (VIEIRA e WEBER, 1997).

Todo este processo de conscientização ambiental fica evidenciado, no conceito da Educação Ambiental (EA), conforme Vieira e Weber (1997, p. 36):

A Educação Ambiental é uma proposta de filosofia de vida que resgata valores éticos, estéticos, democráticos e humanistas. Ela parte de um princípio de respeito pela diversidade natural e cultural, que inclui a especificidade de classe, etnia e gênero, defendendo, também, a descentralização em todos os níveis e a distribuição social do poder, como o acesso à informação e ao conhecimento.

Esta ideia, um tanto corriqueira, tem uma trajetória de quase meio século de história de discussões, movimentos, desafios e conquistas até se consolidar em políticas públicas, ocupar e criar novos espaços na educação e enriquecer, junto com novas metodologias, a prática pedagógica do ensino formal, e até mesmo modificar os hábitos dos indivíduos enquanto consumidores de um mundo globalizado economicamente e aquecido ecologicamente (ONU, 1972).

A própria Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1972) no seu artigo 25 estabelece: (...) *toda pessoa tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar a si e a sua família a saúde e o bem estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis.*

Logo, segundo Gonçalves (1990) pode-se afirmar que os problemas ambientais, presentes no século XXI, decorrem dos fatos a seguir relacionados; e que comumente são abordados nos meios de comunicação em geral: a) desequilíbrio na relação entre população rural/urbana; b) adensamento populacional próximo às regiões industriais; c) crescente acúmulo de lixo urbano, industrial, atômico e até espacial; d) poluição do ar, do solo, da água e dos mananciais; e)

assoreamento de rios e lagoas; f) uso intensivo de agrotóxicos na agricultura, causando risco tanto à saúde de quem os usa na plantação, quanto a quem consome estes alimentos; g) exploração e mineração dos recursos minerais; h) buraco na camada de ozônio; i) chuva ácida; j) aquecimento global; k) perda da biodiversidade; l) uso da biotecnologia e da engenharia genética; m) crise do mundo com a fome, desnutrição, analfabetismo, guerras, violência, corrupção, armas químicas e biológicas, narcotráfico, doenças depressivas, suicídios e criminalidades; n) ausência de ética em todas as áreas do comportamento humano; trabalho infantil, falta de solidariedade e exploração do trabalho escravo.

Tais fatos levam a refletir sobre o destino das próximas gerações de como melhorar a qualidade de vida humana dentro dos limites da capacidade de suporte dos ecossistemas. E nesta perspectiva, surge a supremacia e conceituação necessária da Educação Ambiental, neste viés GONÇALVES (1990, pag. 62):

É o processo de reconhecer valores e aclarar conceitos para criar habilidades e atitudes necessárias que sirvam para compreender e apreciar a relação mútua entre o homem, sua cultura e seu meio circundante biofísico. A educação ambiental também incluiu a prática de tomar decisões e autoformular um código de comportamento com relação às questões que concernem à qualidade ambiental.

Note-se que os problemas ambientais começaram a ser identificados como impactos a partir de dois fatos básicos: a revolução industrial, ocorrida na metade do século XVIII, produzido pela passagem do artesanato e na manufatura das fábricas pela máquina de fiar (tear mecânico), ocasionando mudança no processo de produção; e, a organização urbana, representada pelas construções das grandes cidades, a maioria feita sem nenhum planejamento, moradias próximas a áreas de risco como encostas e margens de rios (ASHLEY, 2000).

A partir do momento em que sociedades vivenciam a degradação ambiental proveniente de modelos de desenvolvimento político-econômicos e sociais, surgem reações, questionamentos e denúncias. Esses movimentos ambientalistas começaram a mobilizar formadores de opinião e vários setores da sociedade com a finalidade de exigir dos governos medidas preventivas e punitivas para frear a degradação ambiental (BORGER, 2001).

Deste então, essas organizações se multiplicaram, fortaleceram e ampliaram

suas ações; e neste contexto, é então concebida a Educação Ambiental, como estratégia fundamental de conscientização para a preservação do meio ambiente e suas implicações.

Em 1971, ocorre a primeira reunião do Conselho Interministerial da Coordenação do Programa sobre o Homem e a Biosfera (MAB), na qual as discussões começam a dar ênfase ao caráter multidisciplinar do meio ambiente, considerando a conservação da natureza não só como questão científica, mas, sobretudo, de caráter político, social e econômico (DIAS, 2007).

A concepção, determinante para a questão ambiental, consolida-se em 1982, quando a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento Público, no Relatório Brundtland, adota o conceito de desenvolvimento sustentável como contraponto ao crescimento econômico mundial sem limites. O relatório define um tipo de desenvolvimento que “atenda as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades”. A partir de então, esse conceito se tornou a base das discussões dos modelos econômicos, sociais e políticos a serem adotados nos tratados internacionais e nacionais sobre meio ambiente (ASHLEY, 2000).

Durante as décadas de 60 e 70, a questão ambiental era juridicamente fragmentada e desenvolvimentista. O poder público se pautava no binômio desenvolvimento/progresso para preservar alguns segmentos dos recursos naturais, sem a preocupação da conservação ambiental como um todo. No Brasil, por exemplo, durante a ditadura militar e o milagre econômico, o Código Florestal (Lei 4.771/65 art. 42) obriga a inserção de textos sobre estes temas nos livros escolares com prévia aprovação do Conselho Federal de Educação, sem maiores orientações de como e onde fazer essas inserções dentro do currículo escolar (BRASIL, 1988).

Um marco, porém, dessas discussões foi a I Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1972, em Estocolmo na Suécia, onde os países desenvolvidos demonstraram a preocupação com a escassez de recursos naturais e mudanças climáticas. Houve reações de países emergentes (inclusive do Brasil), que reivindicaram o mesmo ritmo e padrão de desenvolvimento dos países mais ricos, ou seja, com direito de poluir com a mesma intensidade, sem interferência dos regulamentos internacionais (BORGER, 2001).

Borger (2001, p. 112) aborda sobre a importância do evento:

É importante registrar que, em Estocolmo, foi a primeira vez que se pensou no planeta como um todo, considerando o caráter global das questões ambientais, sem fronteiras, atingindo tanto os países ricos como os pobres, independentemente de onde se origina. Este novo enfoque passa também a propor a modificação dos programas educacionais como estratégia para prática do desenvolvimento sustentável. Uma das recomendações da Conferência refere-se ao trabalho de educação em questões ambientais para jovens, adultos e setores menos privilegiados da população para ampliar as bases de uma opinião bem informada e de uma conduta dos indivíduos, das empresas e da coletividade, inspirada no sentido de sua responsabilidade quanto à proteção e melhoramento do meio em toda sua dimensão humana.

Em 1975, na cidade de Belgrado na Iugoslávia, ocorreu o Seminário Internacional de Educação Ambiental, que resultou na famosa Carta de Belgrado. Neste encontro, 65 países formularam os princípios orientadores do Programa Internacional de Educação Ambiental (PIEA).

Assim, a recomendação fundamental da Conferência aos Estados-Membros foi para a EA ser integrada às políticas nacionais e a definição de se confiar à escola um papel determinante no conjunto da Educação Ambiental e organizar, com este objetivo, uma ação sistemática na educação primária e secundária, ela passa a ser compreendida como tema a ser contemplado em cada área de conhecimento, e não como disciplina específica e singular (DIAS, 2007).

2.2 A educação ambiental no Brasil

No Brasil, esse pensamento globalizante em relação às questões ambientais se efetivou com a promulgação da Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA) em 1981. Foi a primeira lei que assegurou um tratamento abrangente e sistemático para a proteção do meio ambiente em todo o território nacional (MOREIRA, 1994).

Dentre outras inovações, o PNMA introduziu um conceito mais preciso de meio ambiente, definiu poluição, impôs a responsabilidade objetiva para o poluidor, reorientou a gestão ambiental, criou o Sistema Nacional de Meio Ambiente (SISNAMA), instituiu instrumentos de gestão eficazes e incluiu a Educação Ambiental a todos os níveis de ensino, inclusive a educação da comunidade, objetivando capacitá-la para participação ativa do meio ambiente (PINHO, 2007).

Nesta perspectiva, Pinho (2007, p. 25) esclarece:

O Decreto nº 88.351/85, por sua vez, que regulamenta a lei, estabelece que compete ao poder público “orientar a educação em todos os níveis, para a participação efetiva do cidadão e da comunidade na defesa do meio ambiente”, cuidando para que as diversas matérias complementem o estudo de ecologia. Em 1987, no Congresso Internacional sobre Educação e Formação Relativa ao Meio Ambiente, realizado em Moscou, foi ressaltada a importância da formação de recursos humanos nas áreas formais e não-formais da Educação Ambiental e a inclusão da dimensão ambiental nos currículos de todos os níveis de ensino.

Na Constituição Federal de 1988, vários dispositivos foram explicitados, especialmente no artigo 225, reconhecendo que 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” e no §1º, inciso VI – “promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente” (BRASIL, 1988).

Quatro anos após a promulgação da Constituição, é realizado no Rio de Janeiro o mais importante evento sobre desenvolvimento sustentável, reunindo 179 países: a II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – Rio 92. Um dos principais documentos resultantes do evento foi a Agenda 21, que se constitui em um programa recomendado aos governos, agências de desenvolvimento, órgãos das Nações Unidas, organizações não governamentais e sociedade civil de um modo geral, para ser colocado em prática a partir de sua aprovação, em 14 de junho de 1992 (MOREIRA, 1994).

Também como resultado da Rio 92, o Tratado de Educação Ambiental para as Sociedades Sustentáveis – celebrado por diversas organizações da sociedade civil – trata especificamente da EA e reconhece a “educação como um processo dinâmico em permanente construção” que deve propiciar a reflexão, o debate e a autotransformação das pessoas. Reconhece ainda que a “educação ambiental para uma sustentabilidade equitativa é um processo de aprendizagem permanente baseado no respeito a todas as formas de vida” (PINHO, 2007).

De natureza similar, dois eventos que merecem destaque em virtude de apresentar regulamentações foram o Rio +10 e o Rio +20. Ressalte que todas essas

legislações provocam a percepção de que a apropriação da natureza pelos seres humanos se deu com a finalidade de cumprir seu próprio destino como espécie e, ao longo de sua história, encontram-se diversos exemplos de situações que demonstram importantes transformações sobre o meio ambiente (PINHO, 2007).

Assim, a sociedade como um todo, desde os detentores de cargos públicos até o cidadão comum, tem negligenciado o significado e a extensão dos conceitos relacionados à ideia de desenvolvimento sustentável, tanto social quanto econômico (PAZZINATO e SENISE, 2006).

Note-se que toda a trajetória da educação ambiental vislumbra na construção de um cidadão em sua efetividade, pois ser cidadão envolve posturas públicas, sociais e econômicas. O ambientalismo é uma das posturas que se associam à luta pela cidadania, pois propõe forma equilibrada de apropriação dos recursos naturais que passa a ser chamada de exercício da cidadania ambiental (PINHO, 2007).

2.3 A importância do desenvolvimento sustentável

O aumento da preocupação com o meio ambiente é visível em toda a sociedade, que elabora estratégias com o intuito de impedir a degradação ambiental, ao mesmo tempo, em que busca não estagnar o desenvolvimento. Conforme se observa em Leite (2003, p. 22): *“Este processo descrito é conhecido como desenvolvimento sustentável que tem por objetivo o crescimento econômico minimizando os impactos ambientais”*.

Logo, o meio empresarial deve-se atentar que o aumento do consumo desordenado e a falta de tecnologias que completem o sistema de reaproveitamento de vários resíduos fazem com que ocorra o desequilíbrio entre as quantidades descartadas e as reaproveitadas, o que gera uma crescente quantidade de lixo acumulado e sem destinação (PAZZINATO e SENISE, 2006).

A preocupação ambiental precisa ser considerada como um investimento, podendo ser direcionada ao produto, assim como motivador de um consumo sustentável, como promotor de marca e também ao papel social da empresa.

Em contrapartida, muitas empresas têm vinculado sua política ambiental a questões do seu marketing interno e externo aportando uma estimável contribuição

para o meio social, ou seja, observa-se a preocupação com a teoria da preservação ambiental, como se vê nas ideias de Tranfereti (2006, p. 44):

Com a globalização, a preocupação com a ética empresarial aumentou. Empresas de todas as partes do mundo buscam uma atitude mais ética em seus comportamentos em sociedade. O comportamento ético tornou-se a base da seriedade e competência de uma empresa. Neste mundo globalizado, os caminhos mudaram. Não existe mais um “eu” a ser preservado. O mundo está cada vez mais global. Exerce papel importante o fluxo do livre comércio, capital, informação e tecnologia.

Falando especificamente das empresas, o desenvolvimento sustentável é o principal alvo da questão ambiental. Este conceito leva os profissionais de marketing a tecerem considerações sociais e éticas a respeito de suas práticas, uma vez que procuram equilibrar os critérios (as vezes conflitantes) de lucro, satisfação do consumidor e o interesse socioambiental público.

No contexto moderno, pensar o desenvolvimento sustentável é analisar a relação entre desenvolvimento econômico e meio ambiente e buscar mecanismos de equilíbrio entre ambos para que o homem, com liberdades mínimas, isto é, com condições suficientes para sobrevivência, construa a sua autonomia, sua cidadania e sua liberdade frente ao desenvolvimento econômico sem desprezo ao meio ambiente e identificar, na ecologia de restauração, a fundamentação cidadã do desenvolvimento sustentável (NOBRE, 1999).

Conclui-se, inclusive que o desenvolvimento é a ampliação das liberdades positivas, pois sendo livre e autônomo, constitui-se não somente como um valor relativo, mas também como um valor intrínseco da sua dignidade, conforme a seguir para Sen (2000, p. 94),

O desenvolvimento consiste na diminuição de privações de liberdade e limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente. A eliminação de privações de liberdades substanciais argumentasse aqui, é constitutiva do desenvolvimento. Com oportunidades sociais adequadas, os indivíduos podem efetivamente moldar o seu próprio destino e ajudar uns aos outros. Não precisam ser vistos, sobretudo como beneficiários passivos de engenhosos programas de desenvolvimento. Existe, de fato, uma sólida, base racional para reconhecermos o papel positivo da condição de agente livre e sustentável.

O princípio do desenvolvimento sustentável, segundo Nobre (1999), tem por conteúdo a manutenção das bases vitais da produção e reprodução do homem e de suas atividades, garantindo igualmente uma relação substancial entre os homens e também destes com o seu ambiente, objetivando que as futuras gerações também

tenham oportunidade de desfrutar dos mesmos recursos que se tem hoje à disposição.

Portanto, a chave para o desenvolvimento é a mesma da existência do homem, isto é, livrando-o da fome, permitindo-lhe condições de saúde, educação e trabalho para a promoção das pessoas em agentes, garantindo as engrenagens do caminhar ao desenvolvimento. Evidencia-se a concepção de que o desenvolvimento sustentável consiste no progresso da atividade econômica compatível com a utilização racional dos recursos ambientais (SEN, 2000).

2.4 Consciência ambiental e consumerismo verde

A consciência ambiental deve ser entendida como educação política e ideológica, no sentido de que se reivindique e prepare os cidadãos para exigir justiça social, cidadania nacional e planetária, autogestão e ética nas relações sociais e com a natureza. Quanto aos aspectos políticos da Educação Ambiental, fica claro que é absolutamente vital que os cidadãos do mundo insistam para que se tomem medidas de apoio a um tipo de crescimento econômico que não tenha repercussões nocivas sobre a população, que não deteriore de nenhum modo seu meio nem suas condições de vida (AMORIM, 1996).

Atualmente, à medida que acontecem as grandes revoluções tecnológicas e mercadológicas, o consumidor também vai modificando sua forma de pensar e agir, transformando-se num ser crítico em suas decisões e posturas. Portanto, observa-se uma mudança no foco das empresas com relação ao consumidor e à sociedade, incluindo desde a preocupação com a fidelização enquanto cliente, até questões como a preservação do meio ambiente, e até mesmo a exploração de recursos naturais considerados exauríveis (BERNARDES e FERREIRA, 2003).

Este posicionamento diferenciado do consumidor atual é explicado por KOTLER (2000, p. 59):

Começa-se a perceber uma mudança nos comportamentos em geral, bem como no processo de decisão de compra do consumidor, que se torna mais crítico na escolha dos produtos, na marca e, nos seus atributos específicos. Ou seja, o consumidor de uma forma geral, está mais crítico e selecionador.

Conclui-se que consumidor crítico é uma realidade. Isso fez com que algumas empresas começassem a pensar em como se adaptar a essa nova tendência. No tocante ao meio ambiente, à proporção que foi se falando em desenvolvimento sustentável, o ritmo das empresas foi modificado a uma nova ordem, já que estas não poderiam mais confiar em suas antigas práticas de negócios, e assim o consumidor verde surgiu no intuito de cobrar da “sua marca” a responsabilidade socioambiental (CORTEZ e ORTIGOZA, 2007).

Diante da preocupação com o meio ambiente, que extrapola até mesmo causas locais tomando proporções globais, permeando segmentos como empresariado, consumidores/clientes, as empresas buscaram adaptar o seu ato de gerir para atender a constantes e crescentes demandas de um mercado mais exigente, como se vê nos pressupostos de Figueiredo (1995, p. 45):

Com isso, os consumidores passaram a se tornar mais conscientes dos problemas ambientais e ecológicos, e começaram com a adoção de um sentimento mais crítico com relação às empresas e produtos considerados não ecologicamente adequados, por que de alguma forma, quebram o ideal do desenvolvimento sustentável.

Ressalte-se, segundo Amorim (1996, que atribuir a um produto ou serviço a condição ou não de ecológico pode vir a mudar a atitude de um consumidor. Esse novo cliente ecológico é visto pela empresa como aquele ser que manifesta sua preocupação ambiental no seu ato de compra, buscando produtos os quais considera que causem menos impactos negativos ao meio ambiente; e em contrapartida valorizam os produtos de empresas ambientalmente responsáveis.

Por conseguinte, os consumidores e cidadãos verdes não são simplesmente uma tendência, são acima de tudo uma constante no mundo consumidor. Eles são os compradores do presente e o que tendem a ser a maioria no futuro das sociedades civilizadas. Procurar opções para uma empresa “mais verde” tornou-se uma necessidade para as empresas, sob a pena de os lucros e receitas começarem a diminuir no decorrer do tempo (BERNARDES e FERREIRA, 2003).

É necessária também a compreensão dos valores e das atitudes de consumo do chamado consumidor verde. Para o estudioso Prahalad (2000, p. 62)

O consumidor verde é aquele que relaciona ao ato de comprar ou usar produtos com a possibilidade de colaborar com a preservação ambiental. O

consumidor verde sabe que, recusando-se a comprar determinados produtos, pode desestimular a produção daquilo que agride o meio ambiente. Por isso, evita sempre os produtos que: representem um risco à sua saúde ou de outros; prejudiquem o ambiente durante a produção, uso ou despejo final; consumam muita energia; apresentem excesso de embalagens ou seja descartável; contenham ingredientes procedentes de nichos ou espécies ameaçados; no processo de produção tenham usado indevida ou cruelmente animais; afetem negativamente outros povos, ou outros países.

Evidencie-se que ser “verde” ou ainda ambientalmente correto não se restringe, por exemplo, a invenção de novas embalagens recicláveis, mas sim na administração de uma cadeia de fatos, envolvendo várias etapas, que vão desde a fabricação, até a relação com fornecedores, clientes, empregados, mídia e comunidade (CORTEZ e ORTIGOZA, 2007).

Por isso, para Amorim (1996), o consumidor verde prefere e paga mais por produtos ecológicos, não adquire produtos com empacotamento excessivo, prefere produtos com embalagem reciclável e/ou retornável, evita comprar produtos com embalagens não biodegradáveis, observa os selos verdes, entre outros comportamentos incorporados.

A sensibilidade ecológica se mostra como um desafio deste novo milênio, pois o consumidor verde sente a preocupação com o que está a sua volta. Note-se que o ambientalismo deixa de ser somente uma concentração na biodiversidade, mas também preocupação com qualidade de vida (FIGUEIREDO, 1995).

Esse consumidor crítico passou a ser realidade. Isso fez com que algumas empresas comesçassem a pensar em como se adaptar a essa nova tendência. No tocante ao meio ambiente, à proporção que foi se falando em desenvolvimento sustentável. Para DIAS (2007), aqueles consumidores que manifestam a preocupação com o meio ambiente e adotam um comportamento coerente com esses valores, são qualificados como consumidores verdes ou ecológicos.

Observa-se que a questão do meio ambiente tem sido explorada pela maioria dos meios de comunicação em massa. Os desastres ambientais e o desrespeito do homem ao meio ambiente vêm sendo mostrados continuamente, evidenciando que se não ocorrerem mudanças rápidas a humanidade passará por um processo de extinção. A mudança de postura do consumidor é fundamental para que se possa atingir a responsabilidade social na sua plenitude. Saber usar os recursos naturais para satisfazer as suas necessidades é assumir compromisso com as gerações futuras (BERNARDES e FERREIRA, 2003).

3. MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia adotada nesta pesquisa foi escolhida para apresentar dados quanto à responsabilidade socioambiental, desenvolvimento sustentável e principalmente para fazer análise do perfil do consumidor verde, no município de Colinas do Tocantins, caracterizadamente constituído como um polo regional de comércio e prestação de serviços, o que nesta perspectiva, torna relevante o esclarecimento de Godoy (2005), categórico em afirmar que toda opção metodológica supõe uma concepção provisória da realidade a ser conhecida.

3.1 Tipo de pesquisa

A presente pesquisa foi realizada com o objetivo de apresentar o perfil do consumidor do município de Colinas do Tocantins no tocante à sua responsabilidade ambiental, e diante do exposto, primou-se pela utilização da abordagem quantitativa, que permite apresentar gráficos, bem como trazer uma compreensão objetiva dos percentuais analisados.

Logo, observa-se nos pressupostos de Godoy (2005) que o fazer científico na atualidade requer uma multiplicidade de enfoques metodológicos, bem como uma variedade de técnicas e de procedimentos.

Desta forma, peculiar a toda pesquisa, consoante ao citado por Minayo (2003), este trabalho perpassou também pela revisão de literatura durante todo o processo de construção, uma vez que a leitura de estudiosos do assunto, tanto serve de suporte à escrita como para clarear as ideias e caminhos a serem trilhados.

Sobre o enfoque da pesquisa quantitativa e qualitativa, Gustin (2013, p. 296):

Na realidade, em qualquer área de estudo, não deve existir uma separação estanque entre enfoques qualitativo e quantitativo, mas sim uma complementaridade entre essas duas formas de análises. É possível realizar uma pesquisa prioritariamente quantitativa, mas isso não significa que ela não deva ser considerada também qualitativa, vezes que os números não falam por si, dependem de uma análise valorativa.

O tratamento de um assunto tão polêmico como “consumerismo verde”, requer um aprofundamento sistemático. Note-se que a escolha da metodologia significa a adoção de uma postura científica perante a realidade.

Destaque para a pesquisa documental nas instituições relacionadas a este trabalho. Nas prerrogativas de Marconi e Lakatos (2006), quando se trata de pesquisa educacional e social, os documentos sejam impressos ou eletrônicos (sítios de órgãos públicos), permitem apresentar dados relevantes do assunto para a melhor escrita e maior consubstancialidade de um trabalho de natureza monográfica.

3.2 Área de realização

Como universo da pesquisa, tem se exclusivamente o centro comercial da cidade de Colinas do Tocantins, em vias públicas com grande concentração e circulação de transeuntes, mais especificamente aos seguintes locais: a) Avenida Pedro Ludovico Teixeira; b) Avenida Bernardo Sayão; c) Avenida Tenente Siqueira Campos; d) Praça 07 de setembro; e) Praça 21 de abril.

Estes locais se justificam por serem de grande circulação de pessoas como a Avenida Pedro Ludovico Teixeira que liga a rodovia federal Belém-Brasília (BR-153) a rodovia estadual Transcolinas que liga o município ao Sul do Pará, como também a Avenida Tenente Siqueira Campos e as praças que são o centro Comercial da cidade.

3.3 População e amostra

A população foi os transeuntes residentes ou não em Colinas do Tocantins, que se encontravam circulando no centro comercial, no período de 25 de janeiro a 03 de fevereiro de 2015. A amostra por sua vez foi de 1% dos habitantes do município de Colinas do Tocantins, ou seja, aplicou-se questionário a 300 (trezentos) consumidores, escolhidos aleatoriamente, em 06 locais distintos das vias públicas.

3.4 Instrumentos

Os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram os formulários com 10 questões do tipo fechado e os documentos institucionais de órgãos públicos da

esfera nacional, estadual e municipal. Objetivou-se abordar questões que enfatizem aspectos relacionados ao consumerismo verde e consciência ambiental. As perguntas foram de múltiplas escolhas, com a possibilidade de inclusão de outro item, quando este não era contemplado dentre as opções do formulário.

Teoricamente, Günther (2009, p. 76) enfatiza que *“neste sentido, busca-se destacar a forma pela qual são construídas as perguntas do questionário, atentando-se para o conteúdo, número e ordem das questões, uma vez que as perguntas são as responsáveis pelo alcance das respostas ao desenvolvimento dos trabalhos.”*

Assim, evidencie-se que o questionário para a temática do estudo de caso na área de educação ambiental é uma técnica bastante viável e pertinente para ser empregada, pois se trata de problemas cujos objetos de pesquisa correspondem a questões de cunho empírico, envolvendo opinião, percepção, posicionamento e preferências dos pesquisados (MALHOTRA, 2006).

3.5 Plano para coleta e análise dos dados

A coleta e análise dos dados seguiu a seguinte ordem:

- a) Para caracterizar o município de Colinas do Tocantins quanto à questão ambiental foi feita uma pesquisa em documentos institucionais;
- b) Para caracterizar o perfil socioeconômico dos consumidores locais foi aplicado questionário com 10 questões fechadas a 300 pessoas, escolhidas de forma aleatória, que circulavam no centro comercial do município em estudo;
- c) Para apresentar os aspectos de sustentabilidade no processo de consumerismo, realizou-se a análise dos dados dos questionários à luz das principais referências bibliográficas do assunto em questão.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da percepção de que os contemporâneos padrões de consumo estão nas raízes da crise ambiental, a crítica ao consumismo tornou-se uma contribuição à construção de atitudes mais sustentáveis. Porém, a mudança nos padrões de consumerismo torna-se muito difícil, face ao enraizamento na sociedade atual (PORTILHO, 2005).

Por conseguinte, Portilho (2005) estabelece que o consumo sustentável implique necessariamente numa politização do consumo, ou como preferem alguns estudiosos, numa "ambientalização do consumo", inclusive porque estas práticas de consumo transcendem as ações individuais. E por isso, esta pesquisa discute aspectos relacionados ao fenômeno do consumerismo verde na cidade de Colinas do Tocantins, cujos resultados serão apresentados e discutidos neste capítulo.

4.1 O município de Colinas Tocantins: breves considerações

O processo de urbanização do norte do estado de Goiás, hoje estado do Tocantins, tem como característica principal a construção da rodovia Belém-Brasília. O processo urbanístico do Tocantins aconteceu de forma extremamente desequilibrada, pois apenas as cidades que se fixaram às margens da estrada se beneficiaram direta ou indiretamente com a construção da referida obra, uma vez que as cidades às margens do Rio Tocantins, por exemplo, tiveram seu crescimento estagnado. De fato, as cidades próximas à rodovia receberam habitantes provenientes de várias regiões (AQUINO, 2002).

Desta forma, o município de Colinas do Tocantins surgiu após a construção da rodovia Belém-Brasília (BR 153) que tinha como objetivo fazer um elo entre a então pouco desenvolvida região Norte e o Centro Sul do país. Houve grande afluência de pessoas, vindas de diversas partes do país para o recém iniciado povoado de Nova

Colina (primeiro nome dado a localidade), à procura das boas e acessíveis terras da região e, também de espaço comercial e empregos (SILVA, 1996).

Sobre a história de Colinas do Tocantins, Lopes (2009, p. 54) estabelece:

Marcada a data de 21 de abril de 1960 para a inauguração de Brasília, já em janeiro do mesmo ano o Prefeito José Cirilo de Araújo, de Tupiratins, sede do município do qual Colinas se desmembraria mais tarde, acertou com a liderança política a fundação, naquele mesmo dia, de uma nova cidade nas planícies elevada à margem do Ribeirão Capivara. O local foi escolhido pelo Senhor Martinho Pereira Rodrigues, que apresentou as reais vantagens da criação de um povoado naquele planalto com amplas possibilidades de planejar uma cidade moderna. Em 21 de abril de 1960, quando o país festejava a inauguração de Brasília como a nova capital do país, José Cirilo começava a distribuição de lotes urbanos da então Colinas de Goiás, que o povo passou a chamar de “Nova Colina”.

De acordo com informações históricas disponíveis nos bancos de dados oficiais do Governo do Estado, o município de Colinas foi fundado em 1960 (antes da criação do Estado do Tocantins), às margens da rodovia Belém-Brasília, com planejamento organizado pelo senhor Elias Lopes da Silva, em conformidade com a prefeitura da cidade de Tupiratins. Sua estratégica localização foi o principal fator para o rápido crescimento populacional, em decorrência do qual a Lei Municipal nº 26, de 2 de abril de 1962, elevou o próspero povoamento à categoria de distrito. Somente em 1963, a Lei nº 4.707, de 23 de outubro, emanada do Estado de Goiás, elevou o Distrito a Município desmembrando-o de Tupiratins (BEZERRA, 2009).

Para Bezerra (2009), Colinas do Tocantins continua recebendo um grande número de migrantes de todo país, especialmente após o boom agrícola, liderado pelos sojicultores ocorrido a partir do fim da década de 90. A população da cidade aumentou de forma bastante acentuada nos últimos anos, sendo que 97% da área do município encontram-se na zona urbana. Paralelamente ao fenômeno do crescimento urbano o consumo de bens vem aumentando de forma acentuada. A este respeito, Lopes (2009, p. 56) cita:

O município encontra-se na 5ª região administrativa do Estado do Tocantins e, de acordo com o IBGE, encontra-se em uma área de transição entre o cerrado e a Amazônia. Sua hidrografia é evidenciada pela existência dos córregos Capivara, Ribeirão, Feinho e Jardim. O ambiente urbano do município tem destaque na construção de casas residenciais de forma organizada e de um centro comercial que se fortalece com a edificações de alguns prédios com no máximo 3 pavimentos. A ausência de áreas verdes e de árvores é muito comum, inclusive os poucos espaços que existem para este fim não são utilizados adequadamente ou são abandonados pelo desuso. O único espaço verde existente confirma-se com o parque criado

em torno da represa, que é utilizado pela população local para a prática de esporte e atividades físicas, mais especificamente a caminhada.

Sua área rural é representada pelas grandes fazendas, chácaras próximas à zona urbana e pelo P.A Real (Projeto de Assentamento) do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA). Mas existe uma peculiaridade no município; a zona urbana ainda possui muito de ruralidade, com a presença de criação de pequenos animais (incluindo os suínos, proibido por lei) e pequenas roças para o plantio de mandioca, abóbora, banana e melancia (BEZERRA, 2009).

Em Colinas do Tocantins tem-se 14 (quatorze) bairros, de acordo com o Plano Diretor, sendo que 6 (seis) são considerados periféricos (Araguaia, Santa Maria, Santa Rosa, Santo Antônio, Sol Nascente e Vila São João), e inclusive possuem uma paisagem ruralista com alguns hábitos rurais, como o tratamento do lixo (queimado ou enterrado) e o comércio em pequenas mercearias (COLINAS, 2006).

Como base nos indicadores apresentados pela Secretaria do Planejamento da Gestão Pública do Estado do Tocantins (SEPLAN, 2013), observa-se que Colinas do Tocantins aumentou seu produto interno bruto em 17% entre os anos de 2009 e 2010, fazendo com que o município ocupasse a 11ª posição na classificação do ranking estadual do PIB em 2010 e obtendo uma representatividade de 1,6% do total do PIB do Tocantins.

No município em 2010, os serviços foram responsáveis por 68,5% do valor adicionado total, na qual a administração pública foi a atividade com maior destaque neste setor. Seguidamente, a indústria teve uma representação de 22% do valor adicionado, onde a construção civil se destacou conforme observado nos dados apresentados. Este foi o setor que mais cresceu entre 2009 e 2010, correspondendo a 39%. A agropecuária correspondeu a 9,5% do valor adicionado, frisando que a criação de bovinos se sobressai, com um percentual de 81,4%.

Destaque, ainda segundo a SEPLAN (2013) que o município de Colinas do Tocantins configura-se como um polo de comércio e serviço para as cidades circunvizinhas que são: a) Bernardo Sayão; b) Bandeirantes; c) Nova Olinda; d) Palmeirante; e) Tupiratins; f) Brasilândia; g) Guaraí; h) Presidente Kennedy; i) Pequizeiro; j) Colmeia; k) Itaporã; l) Pau D'arco; m) Itapiratins; n) Couto de Magalhães; o) Juarina; p) Arapoema.

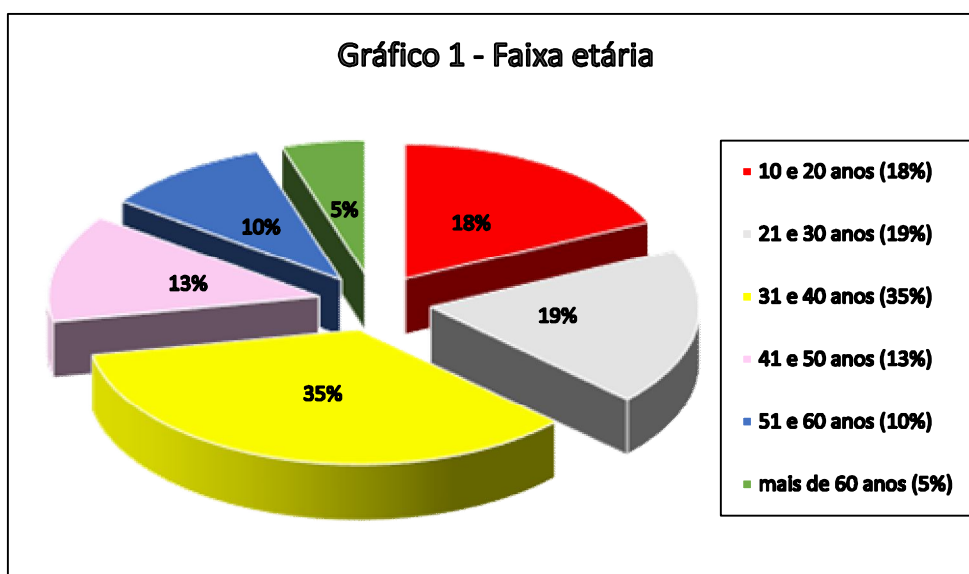
Evidencie-se que Colinas do Tocantins é polo regional para 16 cidades circunvizinhas onde se centraliza a efetivação do comércio, dos serviços e do

conhecimento (centro universitário). Outro destaque diz respeito à sua configuração como um importante centro logístico na distribuição das riquezas no corredor centro norte do país estando às margens da BR 153 e das vias de ligação com o sul do Pará e do Maranhão pelas vias da Transcolinas (Rodovia TO 035), da TO 335, bem como do Terminal Multimodal as margens da via férrea Norte-Sul. Ainda segundo dados da SEPLAN (2013), os negócios previstos ultrapassam somente para a região de Colinas do Tocantins mais de 1/3 de todo o orçamento do Estado.

4.2 O perfil socioeconômico dos consumidores

A importância de se caracterizar o perfil socioeconômico dos entrevistados, em relação à consciência ambiental e consumo sustentável permite apresentar aspectos significativos ao contexto em que se encontra o município de Colinas do Tocantins, cuja tradição e economia remete a um importante polo regional do estado.

A seguir, conforme estabelece os preceitos de Pindyck & Rubinfeld (2010), apresenta-se estatisticamente os dados relevantes que permitem compreender as características e sistematizar o perfil do consumidor do município pesquisado:

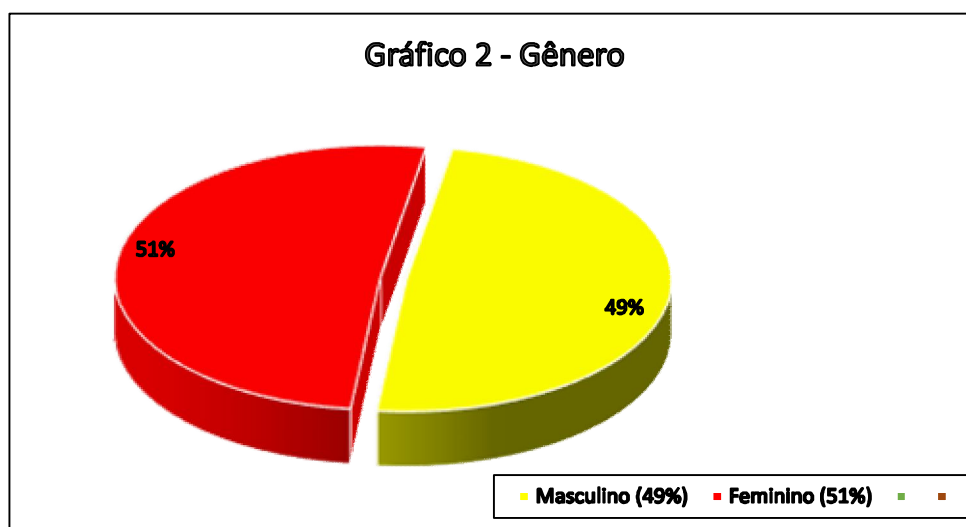


(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

As questões relativas à consciência e à educação ambiental tem assumido o grande desafio de garantir a construção de uma sociedade sustentável, em que se

promovam na relação com o planeta e seus recursos, valores éticos como cooperação, solidariedade, generosidade, tolerância, dignidade e respeito à diversidade. O que nesta perspectiva, à luz do que cita Carvalho (2006), são fatores que independem da faixa etária, pois as atitudes devem ser da criança ao idoso.

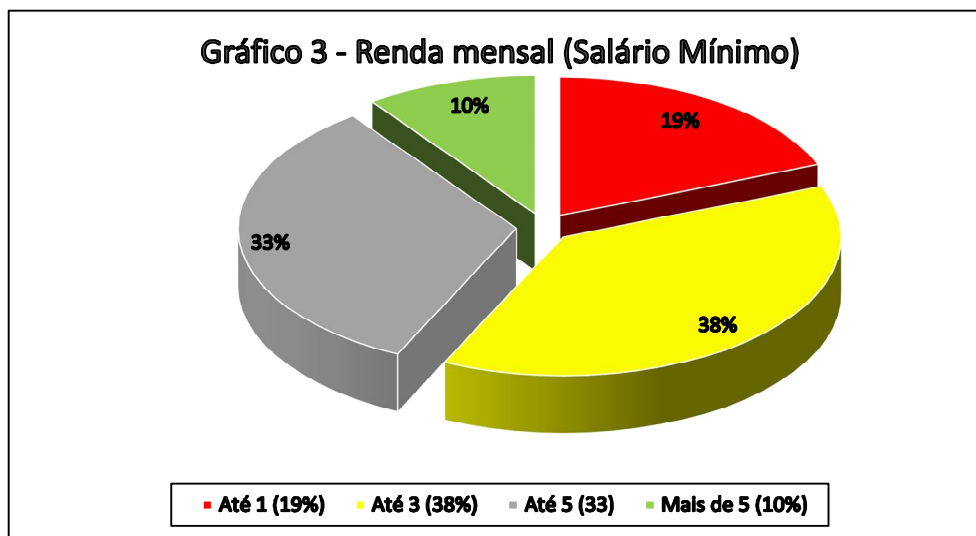
Nota-se na análise do gráfico 1, que a maioria dos entrevistados estão na faixa etária entre 31 e 40 anos com o percentual de 35% dos pesquisados. Seguido de 19% de respondentes na faixa etária entre 21 e 30 anos, o que representa um público com certa maturidade.



(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Com base nas reflexões de Jacobi (2003), observa-se que em um contexto marcado pela degradação permanente do meio ambiente e do seu ecossistema, a relação entre meio ambiente e educação para a cidadania assume um papel cada vez mais desafiador, demandando a emergência de novos saberes para processos sociais mais sustentáveis às atitudes dos homens e mulheres. Tradicionalmente as mulheres têm uma maior longevidade, maior escolaridade e maior influência na educação dos filhos.

E nesta perspectiva, esclareça-se os resultados analisados no gráfico 2 apontam 51% e 49% para entrevistados do gênero feminino e masculino, respectivamente.

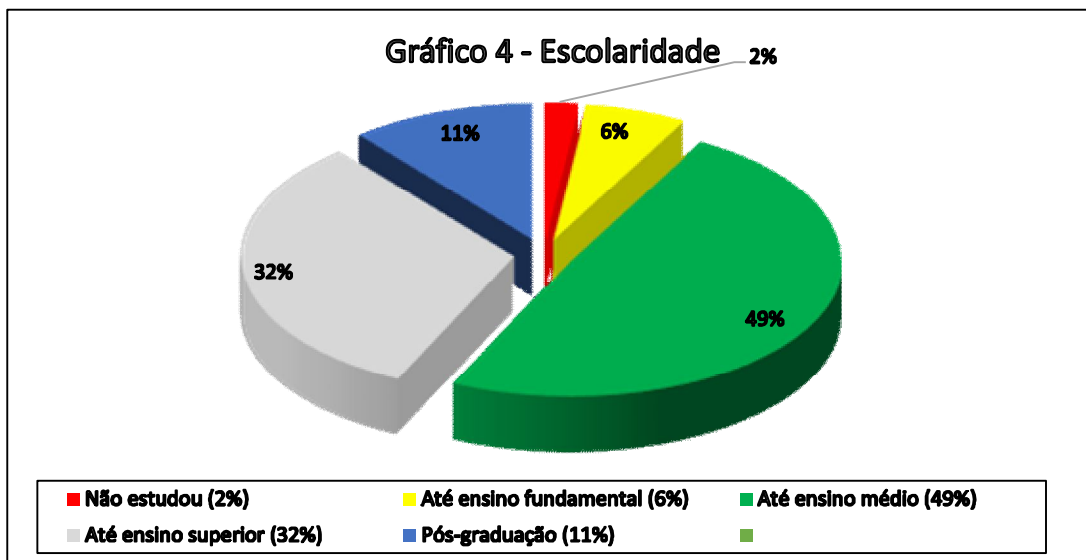


(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Para Engel (2000), o consumo gera impactos tanto positivos quanto negativos, pois à proporção que o ser humano consome, movimenta-se a máquina da produção e da distribuição e, portanto, a economia torna-se acelerada. Logo, quando o homem toma consciência desses impactos, ele passa a rever o seu estilo de consumo, observando o que comprar, de quem comprar e como usar.

Desta forma, o consumidor consciente é aquele que mesmo tendo recurso financeiro para a aquisição dos bens, busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal com a sustentabilidade do planeta e do meio em que vive. Isto tem implicação na adoção de um modelo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável (ENGEL, 2000).

Assim, observa-se a renda dos entrevistados no município de Colinas do Tocantins, que apresenta conforme gráfico 3 os percentuais de 38% e 33% para aqueles consumidores que apresentam as rendas de até 3 salários e de até 5 salários mínimos, respectivamente, o que nesta perspectiva, considera-se rendas altas com base no padrão nacional (CARVALHO, 2006).



(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Nas prerrogativas de Gale (2006), o fortalecimento de estratégias de consumo sustentável terá mais sucesso quando ocorrer a implementação de políticas públicas integradas, que permitam modificar os padrões dos mais consumistas aos mais sustentáveis. Note-se que o processo educacional, não em sua totalidade, mas em quantidade considerável permite a pressuposição de que a consciência ecológica se torne mais presente, e assim, torna-se possível por meio da escolarização a redução das enormes desigualdades econômicas, sociais e ambientais, uma vez que o indivíduo passa a influenciar de forma transversal nas políticas públicas (GALE, 2006).

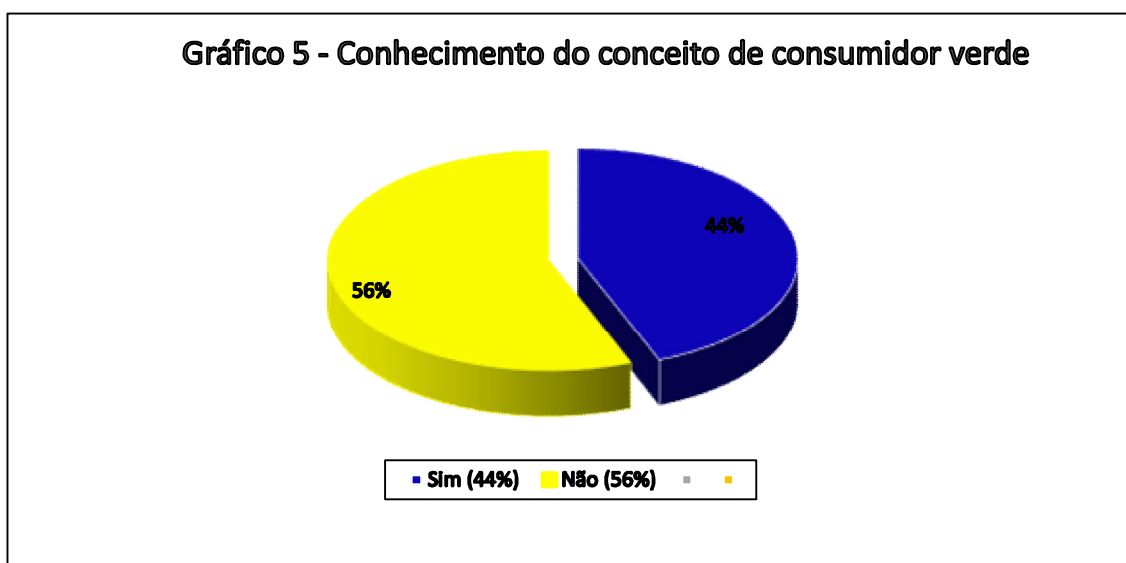
Com base no questionário aplicado, apreende-se do gráfico 4 que 49% dos pesquisados possuem ensino médio, seguido de 32% com ensino superior. Desta forma, nota-se que os entrevistados em sua maioria possuem escolarização que permite uma maior compreensão dos aspectos intrínsecos à urgência de se buscar a responsabilidade socioambiental.

4.3 O consumerismo verde em Colinas do Tocantins

O consumerismo verde, que para Moraes (2008) culmina na estratégia do consumo consciente, é uma das principais condições para a organização de uma sociedade direcionada para o desenvolvimento sustentável. Neste sentido, governos

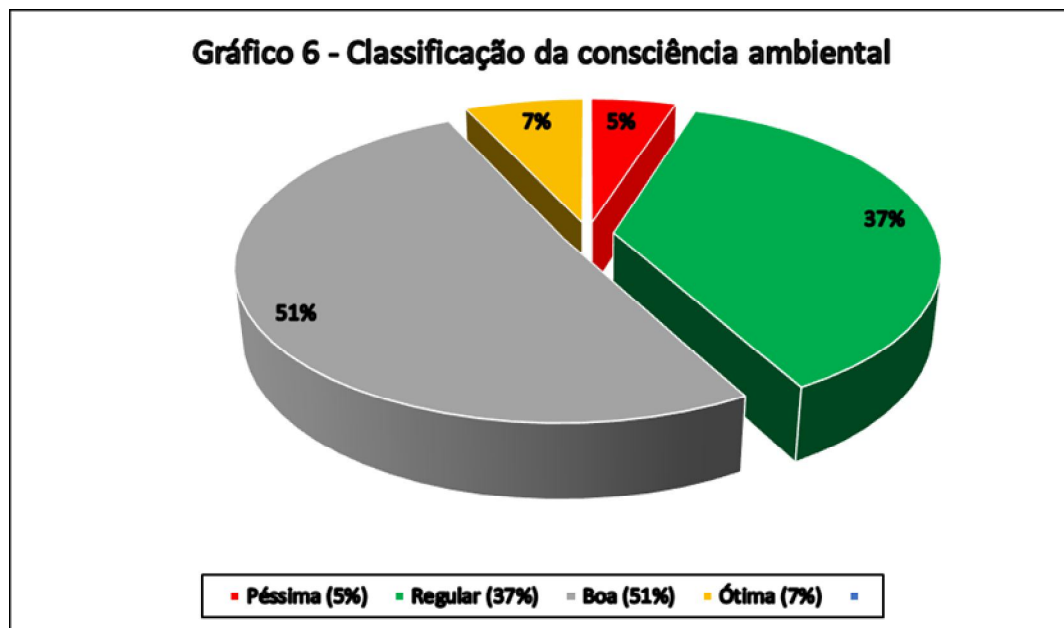
e empresas encorajam a responsabilidade individual, através do poder que o consumidor possui individualmente para a organização dos mercados.

A proposta do consumo consciente está repleta de análises que consideram que se os consumidores tiverem o conhecimento suficiente, eles terão a consciência ambiental essencial para encaminhá-los a atitudes e comportamentos corretos (MORAES, 2008). Portanto, a seguir seguem dados e discussões à luz dos preceitos dos estudiosos, sobre vários aspectos que permeiam a consciência ambiental, o consumismo e a possibilidade de sustentabilidade.



(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

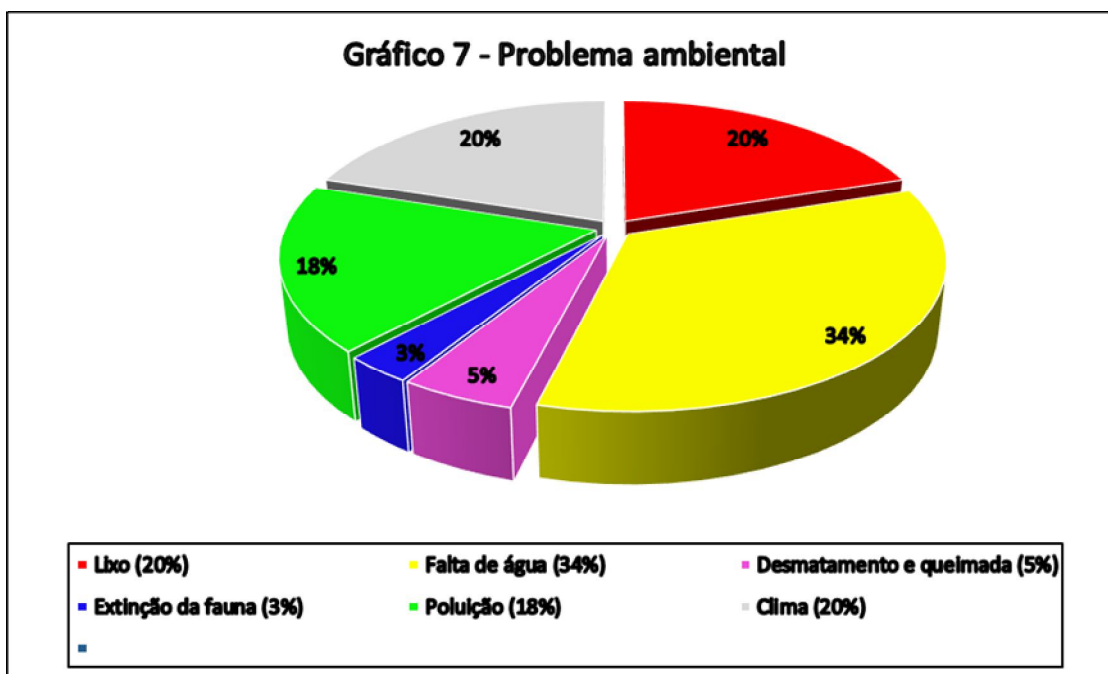
O consumidor precisa estar atento aos recursos naturais. De acordo com Moraes (2008) a utilização destes recursos deve ocorrer em função de suas necessidades reais, como no caso da água, da energia elétrica e outras alternativas mais sustentáveis, das embalagens, dos transportes e da gestão de resíduos. Tudo isso tem uma relação direta com a consciência ambiental, o que no gráfico 5 evidencia que apenas 44% dos entrevistados têm conhecimento sobre consumidor verde.



(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

A diferença entre consumerismo e consumismo, segundo Portilho (2005), ocorre porque no *consumerismo* as pessoas adquirem somente aquilo que caracteriza o consumo responsável, equilibrado e racional, pensando-se nas consequências econômicas, sociais, culturais e ambientais do ato de consumidor, enquanto no consumismo o indivíduo gasta com a aquisição de produtos supérfluos, muitas vezes simplesmente porque possui a curiosidade de experimentar o produto, seja pela publicidade, pela marca ou por questões de modismo.

Desta forma, na compreensão do gráfico 6 observou-se que 51% dos entrevistados consideraram boa a sua consciência ambiental, e contrariamente apenas 5% dos entrevistados não são interessados no assunto, a ponto de afirmarem que a sua consciência ambiental é péssima.



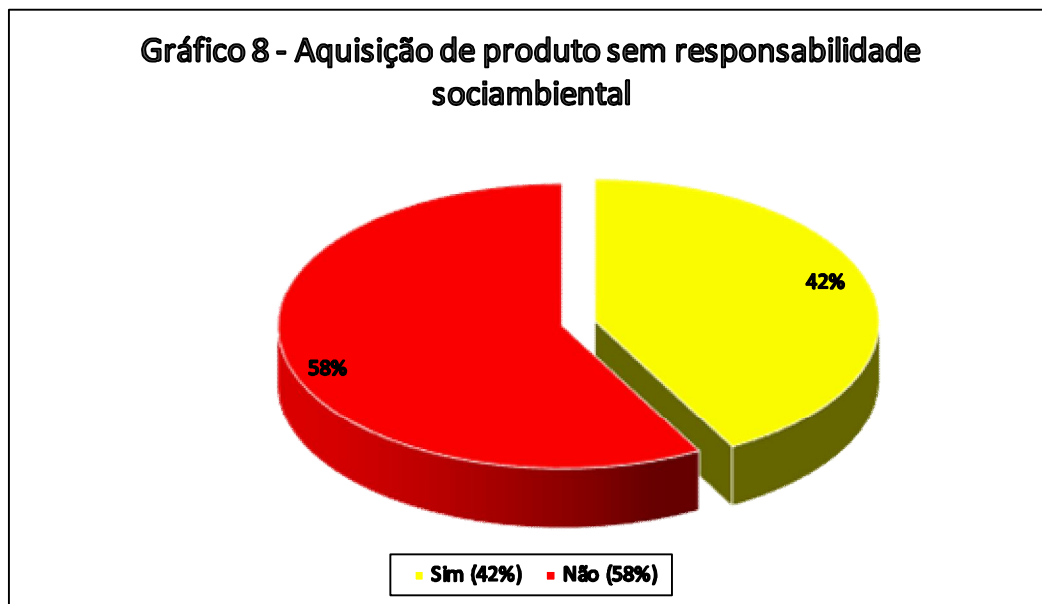
(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

À luz dos preceitos de Carvalho (2006), esclareça-se que embora os problemas ambientais não sejam recentes, somente nas últimas décadas começaram a fazer parte da consciência pública, sobretudo em função da escala e da gravidade por eles assumidas.

Assim, a natural conectividade entre os problemas ambientais faz com que seja fundamental considerá-los de maneira articulada, de forma a compreender todos os seus efeitos interativos, sejam problemas na água, no solo, na vegetação, no ar, que afetam diretamente a vida do ser humano e da fauna (CARVALHO, 2006).

O gráfico 7 evidencia que para 34% dos entrevistados o principal problema ambiental atual é a falta de água, seguido por 20% que consideram ser o lixo, bem como 20% que consideram o clima. A preocupação com a fauna e a flora representam apenas 3% e 5%, respectivamente.

Desta forma, observa-se que a atual crise nos sistemas de abastecimento das maiores cidades brasileiras, influencia no pensamento de pessoas que residem em outras localidades, uma vez que os indivíduos pensam, mesmo que momentaneamente, na possibilidade do problema tornar-se generalizado.

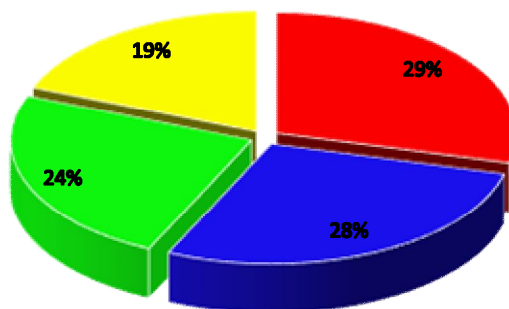


(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Em conformidade com Ancona (2002), a responsabilidade social ocorre quando empresas, voluntariamente, seguem posturas, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus públicos interno e externo. Trata-se de uma prática voluntária, pois não deve ser confundida exclusivamente por ações impostas ou cobradas ou incentivadas pelo governo.

O conceito abarca o benefício da coletividade, seja ela relativa ao público interno (servidores e acionistas) ou aos atores externos (comunidade, parceiros, meio ambiente, clientes). Portanto, na compreensão do gráfico 8, nota-se que a preocupação com a responsabilidade social de uma empresa atinge apenas 42% dos entrevistados, o que remete à necessidade de se intensificar ações educativas nesta área.

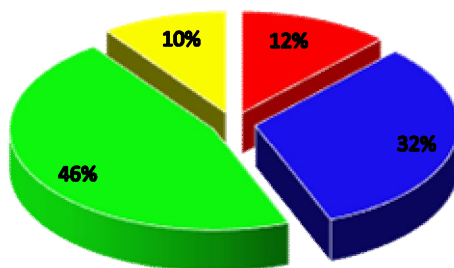
O conceito de responsabilidade social tem amadurecido quanto à capacidade de operacionalização e mensuração. Ainda nas prerrogativas de Ancona (2002), evidencie-se, por conseguinte, uma relação proativa da empresa que busca oportunidades geradas por aspectos como: a) uma consciência sobre questões culturais, ambientais e de gênero; b) uma antecipação de regulações restritivas à ação empresarial pelo governo; c) uma diferenciação de seus produtos diante de seus competidores não responsáveis socialmente.

Gráfico 9 - Relevância para aquisição de um produto

■ Marca (29%) ■ Propaganda (28%) ■ Responsabilidade socioambiental (24%) ■ Rótulo (19%)

(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Para Karsoklien (2004), os consumidores realizam suas compras por fatores internos que os motivam de acordo com suas necessidades, e que, agem de forma diferenciada em relação ao ambiente em que se encontra, bem como por fatores externos como grupos sociais, culturais e convicções ideológicas. Observa-se, por conseguinte, de forma negativa o resultado apresentado no Gráfico 9, uma vez que 29% dos entrevistados decidem a aquisição de um produto considerando a marca, seguido de 28% que fazem opção de um produto dando relevância à publicidade.

Gráfico 10 - Reaproveitamento/reutilização

■ Água (12%) ■ Garrafa PET (32%) ■ Saco plástico (46%) ■ Sobra de alimentos (10%)

(Fonte: Pesquisa de campo, 2015)

Para Portilho (2005), quando o ser humano não consegue explorar de forma adequada os recursos naturais disponíveis, nota-se que o meio ambiente sofre com

o refugo de diversos produtos, causando assim a chamada poluição, em toda a sua amplitude de significados.

Uma das maiores agressões ao meio ambiente, portanto, são os resíduos sólidos (comumente chamado de lixo) produzidos e que precisam ser melhor reaproveitados ou reutilizados. Assim, observa-se no gráfico 10 que o total de 46% dos entrevistados faz reutilização de sacolas plásticas. E de forma negativa, vê-se que apenas 12% dos pesquisados fazem reaproveitamento da água, mesmo estando o assunto em muito evidencia na mídia em geral, face à crise nos maiores centros urbanos do país.

Isso implica dizer que falta consciência ambiental na população. Para Silva (2005) consciência ambiental é compreender que é preciso cuidar do meio em que se vive e passar a assumir uma postura sustentável, em todos os sentidos, perante a sociedade.

Portanto, a sensibilização para a sustentabilidade é necessária para que se tenha a responsabilidade ambiental e que o indivíduo aja de forma espontânea e regular para reverter a situação na qual o mundo se encontra. A sensibilização também pode tornar as pessoas e, em alguns casos, as empresas em agentes educadoras para a sustentabilidade, uma vez que a educação ambiental é fundamental para uma conscientização quanto ao meio ambiente, inclusive no tocante ao consumerismo verde, que é foco relevante desta pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de globalização e as aceleradas inovações, principalmente nas áreas de informação e tecnologia, face à rapidez com que se consolidam as informações, obrigam a humanidade a refletir sobre seus conceitos e valores na busca de uma melhoria na qualidade de vida, no que tange ao equilíbrio com o meio ambiente.

É uma realidade que faz com que o mundo empresarial e o ser humano em sua prática individual também revejam seus modelos, principalmente quando se busca um consumidor mais crítico e consciente. É preciso adotar práticas transformadoras no âmbito do desenvolvimento social, ambiental e econômico. Urge a efetivação do desenvolvimento sustentável e da liberdade, que são pressupostos dos ensinamentos de Amartya Sen.

Especificamente quanto ao consumidor, o seu papel dentro do contexto é o da responsabilidade socioambiental. Ele deve cobrar das empresas que também cumpram as suas obrigações com o mundo. O consumidor deve estar atendo em "responsabilidade", para que o mercado produza bens e serviços que não agredam a natureza, que se patrocinem projetos sociais buscando melhores condições de vida à sociedade.

A fundamentação teórica do presente trabalho evidenciou que o desenvolvimento sustentável é a equação que tem como alicerce, a preservação do meio ambiente e, como sustentáculo, o desenvolvimento econômico, na tentativa de buscar satisfazer a melhor relação entre progresso, meio e homem.

No processo de desenvolvimento sustentável deve existir a convergência harmoniosa do desenvolvimento científico, tecnológico e cultural, para que o homem alcance a dimensão das liberdades, isto é, a liberdade material e a imaterial, na perspectiva da cidadania ambiental ou ecocidadania, em que o indivíduo afaste-se da qualidade de objeto para a condição de sujeito capaz de redimensionar a sua existência.

Como se observou na pesquisa a atitude dos consumidores está se modificando. Além da aquisição de bens, eles estão cada vez mais preocupados a aspectos relacionados ao comportamento das empresas, como o respeito aos direitos humanos, trabalhistas e dos consumidores; a normas de preservação ambiental; à ética na publicidade e nas práticas empresariais; e, a promoção do

bem-estar social. A transparência das empresas em relação a essas informações também passa a ser valorizada, tornando-se a principal ferramenta para o consumo consciente e cidadão.

Na perspectiva do consumidor verde, conclui-se que os clientes do setor comercial do município de Colinas do Tocantins ainda precisam melhorar a sua consciência ambiental. Observou-se que 29% dos entrevistados decidem a aquisição de um produto considerando a marca, seguido de 28% que fazem opção por um produto pelo marketing e a propaganda.

Outro dado relevante na pesquisa diz respeito à preocupação com o meio ambiente, uma vez que os dados analisados demonstram que para 34% dos entrevistados o principal problema ambiental atual é a falta de água, seguido por 20% que consideram ser o lixo, outros 20% que consideram o clima. A preocupação com os animais e florestas, por sua vez, representou somente 3% e 5%, respectivamente.

No que diz respeito ao lixo produzido e que necessitam de reaproveitamento ou reutilização, detectou-se que a quantidade de 46% dos pesquisados afirma fazer a reutilização de sacolas plásticas. Contrariamente, inclusive considerando-se um ponto negativo da pesquisa, observou-se que somente 12% dos entrevistados disseram fazer o reaproveitamento da água, mesmo esta pauta encontrando-se muito visível nos meios de comunicação, devido a escassez do precioso líquido em metrópoles de regiões consideradas ricas do país.

Concluiu-se também com a pesquisa que o consumidor colinense declara significativa a sua preocupação e o seu pensar sobre a sustentabilidade, e a este respeito, verificou-se que 51% dos pesquisados declararam ser boa a sua consciência ambiental, e de maneira oposta, apenas 5% dos entrevistados não são interessados no assunto, a ponto de afirmarem que a sua consciência ambiental é péssima.

A realidade acima exposta não ocorre simplesmente pela falta de opções e alternativas mais sustentáveis para o desenvolvimento, ela acontece muito mais pela falta de atitude das pessoas no sentido de proteger e conservar o meio ambiente, com o uso das tecnologias e técnicas já disponíveis para essa necessidade, como a racionalização do consumo, a destinação dos dejetos e a conservação de ambientes importantes. A mudança de atitude não se processa de maneira imediata e sem intenso trabalho de instrução e educação.

A realidade detectada é intrigante. Os consumidores de Colinas do Tocantins não podem ser considerados “verdes”, e apesar de manifestar consciência ecológica, ou pelo menos de afirmarem tê-la, no entanto, a grande maioria não possui atitudes que permitam esta classificação maciça. Atualmente, neste terceiro milênio, mais do que nunca, o consumidor deve está revendo seus conceitos, reciclando-se, aprimorando em busca da excelência em suas ações.

É importante ressaltar que consumir de forma consciente envolve, no entanto, mais do que simplesmente adotar o consumo de produtos orgânicos ou reciclar o lixo. Enfatize-se que para reduzir os danos ao meio ambiente, o consumidor deve promover mudanças mais significativas em seus hábitos de compra e em seu estilo de vida, como a redução do consumo, a adaptação a uma vida sem determinados produtos e o respeito tanto ao meio ambiente como a vida do próximo.

REFERÊNCIAS

AMORIM, V. P. **Resíduos sólidos urbanos: o problema e a solução**. Editora Rodeiro, Brasília, 1996.

ANCONA, A. L. **Direito ambiental, direito de quem? Políticas públicas do meio ambiente na metrópole paulista**. Tese de Doutorado. São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. (2002).

AQUINO, N.A. **A construção da Belém-Brasília e suas implicações no processo de urbanização do Estado do Tocantins**. In: GIRALDIN, Odair (org.). A (trans)formação histórica do Tocantins. UFG, Goiânia 2002.

ASHLEY, P. et. alli. **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa**. Rio de Janeiro: ENANPAD, Setembro/2000.

BERNARDES, J. A. e FERREIRA, F. P. de M. **Sociedade e Natureza**. In CUNHA, S. B. e GUERRA, A. J. T. (Orgs). A questão ambiental: diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BEZERRA, E.F. **Entre o ideal e o real: a gestão dos resíduos sólidos em Colinas do Tocantins**. Dissertação Mestrado. Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus/AM: 2009.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. Tese (Doutorado em Administração) – Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: USP, 2001.

BRASIL. **Lei 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. A Lei da Natureza: Lei de Crimes Ambientais**. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Brasília: IBAMA, 1998.

_____. Constituição 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada Em 05 de outubro de 1988. Brasília: Senado Federal, 1988.

_____. Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal. **Programa Nacional de Educação Ambiental**. Brasília, 1997.

CARVALHO, I. C. M. **Educação ambiental: a formação do sujeito ecológico**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2006.

COLINAS DO TOCANTINS. **Lei Complementar 960/2006. Plano Diretor Participativo de Colinas do Tocantins**. Colinas do Tocantins, 2006.

CORTEZ, A. T.C. e ORTIGOZA, S.A.G. **Consumo sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. São Paulo, Unesp, 2007.

DIAS, R, **Marketing Ambiental – Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos negócios**, Ed. Atlas, São Paulo, 2007.

DRUCKER, P.F. **Administração em organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. Tradução: Nivaldo Montingelli 4. Ed. 1997.

ENGEL, J.F. et al. **Comportamento do Consumidor**. 8.^a ed., Rio de Janeiro: LTC, 2000

FIGUEIREDO, P. J. M. **A sociedade do lixo: os resíduos, a questão energética e a crise ambiental**. Piracicaba: Editora UNIMEP, 1995.

GALE, B.T. **Gerenciando o Valor do Cliente: criando qualidade e serviços que os clientes podem ver**. São Paulo: Pioneira, 2006.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: 2005.

GONCALVEZ, D.R.P. **A Educação Ambiental e o Ensino Básico**. In: IV SEMINÁRIO NACIONAL SOBRE MEIO AMBIENTE. Anais. Florianópolis, 1990.

GÜNTHER, H. **Pesquisa Qualitativa versus Pesquisa Quantitativa: Esta é a questão?** disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>>. Acesso em 15.jan. 2015. Scielo 2009.

GUSTIN, M. B. S. **Pesquisa quantitativa na produção do conhecimento jurídico**. 4^a ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2013.

IBGE 2007 – **Censo populacional 2007**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/populacao>> Acesso em 11/01/2015.

_____. **Pesquisa Nacional de Saneamento Básico**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida>. Acesso em 01.fev.2015. IBGE, 2007.

IFTO. **Processo nº 23235.000345/2014-16 do Projeto Político Pedagógico do Curso Técnico em Informática**. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins. Colinas do Tocantins, 2014.

JACOBI, P. **Educação Ambiental – Cidadania e Sustentabilidade**. Cadernos de Pesquisa, nº 118, São Paulo, 2003.

KARSOKLIEN, E. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEITE, A.L.T.A. **Educação ambiental: Curso básico a distância: Educação e educação ambiental II**. 2ª ed. Brasília, 2003.

LOPES, F.R.V.A. **Plano diretor: imposição legal ou instrumento de política pública na organização socioambiental de Colinas do Tocantins**. Dissertação Mestrado. Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus/AM: 2009.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação dos dados**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa**. São Paulo, Abrasco, 2003.

MORAES, M. C. **Ecologia dos Saberes**. Ed. Antakarana/WHH. São Paulo. 2008.

MOREIRA, et al. **Geração e manejo dos resíduos sólidos de serviços de saúde do município de Bauru/SP**. Resumos Expandidos apresentado ao 1º CONGRESSO BRASILEIRO DE ANÁLISE AMBIENTAL. 1º FÓRUM NACIONAL. Rio Claro, Universidade Paulista Júlio de Mesquita Filho, 1994.

NOBRE, Marcos. **Desenvolvimento sustentado e problemática ambiental**. Lua Nova, São Paulo, n. 47, 1999.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração sobre o ambiente humano**. Estocolmo, Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano, 1972.

OTTMAN, J. **Marketing Verde – Desafios e oportunidades para a nova era do Marketing**. São Paulo. Makron Books: 1994.

PAZZINATO, A.L. SENISE, M, H, V. **História Moderna e Contemporânea**. Ed. Ática. São Paulo, 1995. In ROCHA, L., **Disposição de resíduos sólidos numa voçoroca e seus impactos sobre as águas: um estudo de caso em Uberlândia/MG**. Dissertação (mestrado) Faculdade de Engenharia Civil. UFU, Uberlândia/MG, 2006.

PINDYCK R.S.; RUBINFELD, D.L. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Ed. Pearson, 2010.

PINHO, P. M. e PEREIRA, A.M. **Gestão ambiental integrada**. In. ROCHA, G.M. (org.). *Gestão Ambiental: desafios e experiências municipais no estado do Pará*. EDUFPA, Belém-PA, 2007.

PNUD. **Atlas de Desenvolvimento Humano**. Disponível em www.ibge.gov.br/idh, acesso em 01.fev.2015. PNUD, 2006.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania**. São Paulo/SP Cortez Editora, 2005.

PRAHALAD, C.K. **Artigo: Os desafios do novo milênio**. Revista Exame, 14 de junho, São Paulo, p. 126 a 132: 2000.

PRECIOSO, J. **Conhecimentos, opiniões e comportamentos relativos ao processo de recolha seletiva dos resíduos sólidos urbanos**. Número extra, VII Congresso de Ciências, Espanha, 2005.

SEN, A.K. **Desenvolvimento como liberdade**. Trad. Laura Teixeira Mota. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

SEPLAN. **Secretaria de Planejamento do Estado TOCANTINS. Banco de dados**. Disponível em www.seplan.to.gov.br, acesso em 20/01/2015. SEPLAN. 2013.

SILVA, N. **As cidades pequenas na região da Amazônia legal: cidades sustentáveis?** 31º Encontro Anual da ANPOCS de 22 a 26 de outubro de 1996. Caxambu-MG. Disponível em <http://201.48.149.88/anpocs/arquivos.pdf>. Acesso em 03.fev.2015. ANPOCS, 1996.

SILVA, M. *Encontros e Caminhos: Formação de Educadoras(es) Ambientais e Coletivos Educadores*. Brasília, Ministério do Meio Ambiente, 2005.

TRASFERETTI, José. **Ética e Responsabilidade Social**. Campinas/SP, Editora Alínea, 2006.

VIEIRA, Listz. **Cidadania e globalização**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

VIEIRA, P. F. e WEBER, **Gestão de Recursos Naturais Renováveis e desenvolvimento: novos desafios para a pesquisa ambiental**. São Paulo: Cortez, 1997.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Nome do entrevistado: _____

Local da entrevista: _____

INSTRUÇÕES:

1. Sou Timóteo de Sousa Lemes, acadêmico do IFTO-Campus Araguatins, este trabalho tem objetivo de conhecer o nível de consciência ambiental dos consumidores de Colinas do Tocantins/TO;
2. Este material deve ser devolvido ao término da entrevista;
3. Responda com sinceridade.

I – PERFIL DO ENTREVISTADO

1. Qual sua idade?
☐ Entre 10 e 20 ☐ Entre 21 e 30 ☐ Entre 31 e 40
☐ Entre 41 e 50 ☐ Entre de 51 e 60 anos ☐ mais de 60 anos
2. Qual seu sexo? ☐ Masculino ☐ Feminino
3. Qual sua renda mensal?
☐ até um salário mínimo ☐ até 3 salários mínimos
☐ até 5 salários mínimos ☐ mais de 5 salários mínimo
4. Sua escolaridade?
☐ Não estudou ☐ até o fundamental ☐ até o ensino médio
☐ até os ensino superior ☐ pós-graduado

II – DIAGNÓSTICO QUANTO À QUESTÃO AMBIENTAL

5. Você sabe o que é um consumidor verde? ☐ sim ☐ não
6. Como você classifica sua consciência ambiental?
☐ péssima ☐ regular ☐ boa ☐ ótima
7. Qual o principal problema ambiental na sua opinião?
☐ lixo ☐ falta de água ☐ desmatamento e queimada
☐ extinção da fauna ☐ poluição
8. Você deixaria de comprar um produto caso o fabricante não possuísse responsabilidade socioambiental? ☐ sim ☐ não
9. Na compra de um produto, quais dos itens abaixo você considera mais relevante?
☐ rótulo ☐ marca ☐ propaganda ☐ responsabilidade socioambiental
10. Qual dos itens abaixo você costuma reaproveitar/reutilizar com mais frequência?
☐ água ☐ sobras de alimentos ☐ sacolas plásticas ☐ garrafas PET

Colinas do Tocantins/TO, ____ de _____ 2015.

