

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL

Caroline Vian

**PERCEÇÃO DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DO MUNICÍPIO DE
CAPITÃO/RS SOBRE O CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Encantado, RS
2022

Caroline Vian

**PERCEPÇÃO DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DO MUNICÍPIO DE CAPITÃO/RS
SOBRE O CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal (EaD), da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão Pública Municipal.

Orientador: Prof. Dr. Leander Luiz Klein

Encantado, RS
2022

Caroline Vian

**PERCEPÇÃO DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DO MUNICÍPIO DE CAPITÃO/RS
SOBRE O CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal (EaD), da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Especialista em Gestão Pública Municipal**.

Aprovada em 20 de agosto de 2022.

**Leander Luiz Klein, Dr. (UFSM)
(Orientador)**

Luis Felipe Dias Lopes, Dr. (UFSM)

Talita Gonçalves Posser, Ms. (UFSM)

Encantado, RS
2022

RESUMO

PERCEPÇÃO DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DO MUNICÍPIO DE CAPITÃO/RS SOBRE O CONSUMO SUSTENTÁVEL

AUTORA: Caroline Vian
ORIENTADOR: Leander Luiz Klein

O consumo é uma prática realizada pelo homem e demais seres vivos desde os primórdios com o intuito de suprir as necessidades básicas. Com o desenvolvimento e evolução da sociedade, surgiu o consumismo e, conseqüentemente, os desequilíbrios ambientais decorrentes do consumo descontrolado. Para tentar desenvolver a consciência ambiental, foi instituída a Política Nacional de Educação Ambiental. Nesse contexto, este estudo foi desenvolvido com o intuito de avaliar a percepção dos servidores municipais do município de Capitão/RS sobre o consumo sustentável. Para a obtenção dos dados desta investigação, aplicou-se um questionário aos servidores efetivos do município. Mediante os resultados da pesquisa, é possível concluir que a maioria dos servidores municipais compreende que suas atitudes interferem na qualidade ambiental e que são responsáveis pela proteção do meio ambiente.

Palavras-chave: Consumo, Sustentabilidade, Meio Ambiente.

ABSTRACT

MUNICIPAL EMPLOYEES OF CAPITÃO/RS PERCEPTION ABOUT THE SUSTAINABLE CONSUMERISM

AUTHOR: Caroline Vian
ADVISOR: Leander Luiz Klein

Consumerism is a practice applied by man and other living beings since the beginning with the intention to supply the basic necessities. With society development and evolution arose consumerism and, consequently, the environment imbalance due to the uncontrolled consumerism. To try developing the environment awareness, it instituted the "National Policy of the Environment Education. In this context, this study was developed with the intention to evaluate the municipal employees of Capitão /RS about sustainable consumerism. To obtain the datas of this investigation, a questionnaire was applied to the effective employees of the city. Through the results of the research, it is possible to conclude that the majority of the employees of the city understand that their attitudes interfere in the environment quality and that they are responsible for the environment's protection.

Keywords: Consumerism, Sustainability, Environment

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1 CONSUMO E CONSUMISMO.....	8
2.2 CONSUMO SUSTENTÁVEL.....	9
2.3 ATITUDE AMBIENTAL.....	10
3 MÉTODO DE PESQUISA	11
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	12
4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES	12
4.2 ANÁLISE DA ATITUDE AMBIENTAL.....	13
4.3 ANÁLISE DA RESPONSABILIDADE PERCEBIDA	15
4.4 ANÁLISE DO CONSUMO AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEL.....	16
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
REFERÊNCIAS	20
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS	22

1 INTRODUÇÃO

Influenciado pelo capitalismo, o ser humano deixou de praticar o consumo básico, realizado para sua própria subsistência, e passou a compor uma sociedade consumidora, impulsionada por desejos, em busca de felicidade e status social. As empresas, por sua vez, passaram a investir cada vez mais em marketing, a fim de influenciar os consumidores a adquirir seus produtos e serviços.

As indústrias, para produzirem cada vez mais, utilizam os recursos naturais de maneira descontrolada afetando o equilíbrio ambiental. Mesmo que haja a necessidade de cumprir condicionantes contidas nas licenças ambientais para poderem operar, as indústrias acabam prejudicando o meio ambiente quando criam produtos com embalagens atrativas, mas dispensáveis. Atualmente, muitas empresas vêm utilizando o Marketing Verde, a fim de divulgar informações e transmitir uma imagem ambientalmente correta sobre seus produtos. Contudo, não conseguem, de fato, conciliar os avanços econômicos com o desenvolvimento sustentável.

Do consumo descontrolado, restam muitos materiais que acabam sendo descartados de forma errônea. A população não possui o hábito e a consciência de recusar e de reutilizar determinados produtos nem de reciclar os resíduos sólidos como, papel, plástico, vidro e metal.

Muitas pessoas acabam atribuindo a responsabilidade pela produção, acondicionamento, separação e destinação final dos resíduos para a gestão pública, principalmente, municipal. A maioria dos municípios não possui estrutura física e de pessoal para gerenciar de forma adequada os resíduos, contratam empresas terceirizadas para recolher e dar um destino a esses materiais, que não são separados e acabam sendo levados a aterros sanitários.

Todas essas ações contribuem para que a crise vivenciada atinja a sociedade e a economia, não somente o meio ambiente. Além das mudanças climáticas e dos desastres naturais enfrentados, convive-se com o desemprego, a fome e os demais distúrbios sociais. A mudança da situação atual somente poderá acontecer quando os interesses particulares forem deixados de lado e atitudes individuais e coletivas primarem pelo desenvolvimento econômico, social e ambiental concomitantes e integrados.

Diante disso, com a realização desta pesquisa, buscou-se entender a percepção dos servidores municipais do município de Capitão/RS acerca do consumo

sustentável. Além desta introdução, o artigo contém uma seção para o referencial teórico, nos quais os assuntos abordados estão divididos em três subseções: consumo e consumismo, consumo sustentável e atitude ambiental. Na terceira parte do trabalho está descrito o método e, a seguir, apresentam-se os resultados e discussões e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSUMO E CONSUMISMO

O consumo é uma atividade banal e rotineira praticada não somente pelos seres humanos, mas por todos os seres vivos desde os seus primórdios. É uma condição permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos (BAUMAN, 2008, p. 37). A busca por suprir as necessidades básicas, também chamadas biogênicas ou fisiológicas, como água, ar, abrigo e alimentos, estabelecem a base para o consumo (FREESE, 2021, p. 32; SOUZA et al., p.2).

Contudo, uma ruptura é observada no momento em que o consumo se torna central na vida das pessoas. Quando a capacidade de querer, desejar e ansiar transforma-se na principal força propulsora da sociedade e, conseqüentemente, passa a sustentar a economia, tem-se o consumismo. Assim, diferentemente do consumo, que é uma característica dos seres vivos, o consumismo é um fenômeno de sociedade (BAUMAN, 2008, p. 38-39).

O objetivo dos consumidores é maximizar a sua felicidade e diversos meios podem ser utilizados para isso, dentre os quais destaca-se o padrão de vida. Diferentemente de outros atributos ligados à felicidade, como lazer, segurança, cultura, vida social e saúde física, o padrão de vida está associado exclusivamente a aspectos monetários e materiais, isto é, bem-estar econômico (HUANG; RUST, 2011, p. 41-43). A posse de bens materiais está associada às necessidades chamadas psicogênicas, adquiridas no processo de tornar-se membro de uma cultura e relacionadas com status, poder e reconhecimento (FREESE, 2021, p. 32).

Nessa linha de pensamento, a característica mais proeminente da sociedade de consumidores é a transformação dos próprios consumidores em mercadorias. Possuir o mais novo telefone celular, a roupa de marca, o carro do ano é o meio que as pessoas utilizam para sair da invisibilidade e destacar-se na massa, atraindo, dessa

forma, o olhar dos demais (SOUZA et al., 2022, p.3). Esse efeito é ainda mais acentuado nos dias de hoje, na era digital. Segundo Germaine Greer, “na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte” (BAUMAN, 2008, p. 20–21).

Nesse contexto, o papel das empresas é fornecer aos consumidores mercadorias e serviços que atendam e satisfaçam as necessidades do público. Para tanto, faz-se necessária a utilização de recursos naturais e, como consequência, questões ligadas ao impacto dos meios de produção no meio ambiente passam a ser discutidas (FREESE, 2021, p. 32-33).

2.2 CONSUMO SUSTENTÁVEL

A preocupação com o futuro do meio ambiente começou a se tornar mais relevante na sociedade a partir da década de 1970, quando a utilização dos recursos naturais evoluía em progressão geométrica e passou-se a levantar dúvidas sobre a viabilidade de manter-se esse modo de consumo desenfreado (AMARAL et al., 2020, p. 49).

Entende-se a sustentabilidade, conforme a sua definição mais amplamente utilizada, como o atendimento das necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades. Essa definição enfatiza a importância da qualidade ambiental e da conservação dos bens naturais no que diz respeito ao consumo. Ela é o tripé entre rentabilidade econômica, respeito ao meio ambiente e responsabilidade social (HUANG; RUST, 2011, p. 41; SOUZA et al., 2022, p.4).

Há uma parcela da população que ainda crê que os recursos naturais são abundantes e infinitos. Para modificar a forma de pensamento dessas pessoas, faz-se necessária uma mudança de compreensão coletiva e individual sobre esse tema (CASTORINI et al., 2021, p. 172). Vai ao encontro a essa necessidade, a Educação Ambiental.

O Art. 1º da Lei 9.795/99, define como:

[...] educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade (BRASIL, 1999, p. 1).

Desse modo, a Educação Ambiental pode ser considerada um dos principais fatores na busca por uma melhor qualidade de vida. A compreensão de que as atitudes de consumo podem afetar o meio ambiente e que cada indivíduo possui responsabilidades sobre suas escolhas é fundamental para formar a consciência ambiental.

2.3 ATITUDE AMBIENTAL

As atitudes ambientais de um indivíduo estão relacionadas intimamente com seus hábitos. Para que seja possível estimular práticas de consumo sustentáveis, é preciso conhecer o comportamento dos consumidores. Para Solomon (2011, p. 6) o comportamento do consumidor abrange o “estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos.”

A difusão de ideias e o surgimento de denominações como “produtos ecológicos”, “produtos ambientalmente corretos” e demais termos relacionados à proteção e cuidado com o meio ambiente fez com que muitas pessoas mudassem seus estilos de vida, buscando produtos e serviços adequados ao desenvolvimento da sociedade e ao equilíbrio ambiental (CASTORINI, et al., 2021, p. 173).

O Tripé da Sustentabilidade, conhecido como Modelo *Triple Bottom Line* ou TBL, é um conceito de gestão (Figura 1). Esse conceito exprime que, para se atingir o desenvolvimento sustentável, é necessário haver proteção ao meio ambiente, igualdade social e crescimento econômico. Foi a partir da popularização da expressão “sustentabilidade” que esse conceito ganhou reconhecimento expressivo e passou a integrar as estratégias das empresas (VENTURINI; LOPES, 2015, p. 4).

Figura 1: Tripé da sustentabilidade.



Fonte: Venturini e Lopes (2015, p. 5).

Apesar desse conceito ser associado à gestão de empresas, pode-se utilizá-lo para determinar as ações individuais. Nesse contexto, ao analisar o comportamento de um indivíduo, é possível identificar se suas ações prezam pelo desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, se suas atitudes são ambientalmente corretas.

3 MÉTODO DE PESQUISA

A pesquisa desenvolvida classifica-se como descritiva, com base no objetivo de demonstrar a percepção de uma população. Para Gil (2002, p. 42), estudos desse tipo “têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno [...]”. Nessa linha de pensamento, Freitas et al. (2000, p. 106), definem que pesquisas descritivas procuram verificar situações, eventos, atitudes ou opiniões de uma população.

Ademais, pode-se classificar o estudo como quantitativo, visto que se utilizou o método *survey*. Este método emprega um instrumento de pesquisa sendo usualmente aplicado o questionário. Freitas et al. (2000, p. 105), afirmam que dentre as principais características desse método está a produção de descrições quantitativas através de um instrumento pré-estabelecido.

A população alvo da pesquisa foi os 220 servidores municipais efetivos do município de Capitão/RS. Todavia, esta pesquisa atingiu uma amostra constituída por 40 respondentes. Freitas et al. (2000, p. 106), argumentam que a amostra ideal é aquela que melhor representa uma população, embora nenhuma amostra seja perfeita. O tamanho amostral, conforme mencionado em Freitas et al. (2000, p. 107), poderá determinar a precisão e confiabilidade do estudo. Além disso, quanto maior o tamanho da amostragem, menores as inexatidões contidas nos resultados.

Para a obtenção dos dados desta investigação, utilizou-se um questionário eletrônico composto por 20 questões (Apêndice 1). Esta ferramenta foi criada com suporte do *Google Forms* e aplicada aos servidores municipais do município de Capitão/RS entre os meses de maio e junho do corrente ano. Em conformidade com o Art. 65 da Lei Orgânica Municipal, considera-se servidor do município de Capitão/RS, todo o pessoal remunerado por meio dos recursos financeiros municipais. O link do questionário foi encaminhado por meio de correio eletrônico e grupos de *WhatsApp* oficiais da municipalidade.

O questionário foi elaborado de modo que as questões ficaram divididas em duas seções. A primeira seção foi elaborada com cinco questões relacionadas ao perfil dos respondentes. A segunda seção, relativa às questões específicas do estudo, foi criada com quatorze questões de múltipla escolha e uma questão autoavaliativa.

Considerando-se cada assertiva apresentada, nas questões de múltipla escolha e específicas do estudo, os respondentes puderam escolher entre as cinco opções de resposta listadas a seguir: 1: Discordo totalmente; 2: Discordo parcialmente; 3: Nem discordo, nem concordo; 4: Concordo parcialmente; 5: Concordo totalmente.

Portanto, para as análises e relativas discussões dos dados, optou-se pela utilização de estatística descritiva simples, que é caracterizada como

[...] um conjunto de técnicas para planejar, organizar, coletar, resumir, classificar, apurar, descrever, comunicar e analisar os dados em tabelas, gráficos ou em outros recursos visuais, além do cálculo de estimativas de parâmetros representativos desses dados, interpretação de coeficientes e exposição que permitam descrever o fenômeno (COSTA, 2011, p. 19).

Os métodos estatísticos utilizados foram média e análise de frequência. Para a escolha de tais métodos, levou-se em consideração a limitada quantidade de respostas obtidas, o que impossibilitou a aplicação de testes estatísticos avançados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A aplicação do questionário ao público-alvo resultou em 40 respostas. Com base nos dados obtidos, foi possível caracterizar o perfil dos respondentes e determinar suas percepções em relação ao consumo sustentável.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

A tabela 1 caracteriza o gênero, o estado civil, o nível de escolaridade e a quantidade de filhos da amostra investigada.

Tabela 1: Perfil dos respondentes.

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Gênero	Masculino	8	20,0%
	Feminino	32	80,0%

Estado civil	Casado/Relação estável	33	82,5%
	Separado (a)/Divorciado(a)	2	5,0%
	Solteiro (a)	5	12,5%
Nível de escolaridade	Ensino Médio	10	25,0%
	Graduação	9	22,5%
	Pós-graduação	21	52,5%
Quantos filhos você tem?	Nenhum	8	20,0%
	1 filho	11	27,5%
	2 filhos	16	40,0%
	3 filhos	4	10,0%
	4 filhos	1	2,5%

Fonte: elaborada pela autora (2022).

No que se refere ao gênero sexual, 80,0% dos respondentes identificam-se com o gênero feminino e 20,0%, com o gênero masculino.

Foi possível caracterizar o público-alvo como adulto, de acordo com a faixa etária informada nos formulários. Os resultados indicaram que a idade média dos respondentes é equivalente a 37,9 anos.

Em relação ao estado civil do grupo amostral, 82,5% são casados ou estão em uma relação estável com um cônjuge, 12,5% são solteiros e 5,0% são separados ou divorciados.

Considerou-se oportuno analisar o nível de escolarização dos respondentes. Dentre os 40 servidores municipais participantes da pesquisa, 52,5% possuem curso de pós-graduação, 22,5% concluíram graduação e 25,0% finalizaram o ensino médio.

Com relação à quantidade de filhos que cada respondente possui, constatou-se que 40,0% dos respondentes possuem dois filhos, 27,5%, um filho, 10,0%, três filhos e 2,5%, quatro filhos. Dentre os 40 servidores, 20,0% dos entrevistados não possuem filhos.

4.2 ANÁLISE DA ATITUDE AMBIENTAL

Relacionadas à atitude ambiental dos respondentes, foram aplicadas quatro questões no questionário. Essas perguntas possuem relação com a preocupação com o meio ambiente e o consumo (Tabela 2).

Tabela 2: Dados relativos à atitude ambiental.

Questão	Grau de Concordância				
	1	2	3	4	5
1. Estou muito preocupado com o meio ambiente.	-	-	7,5% (3)	5,0% (2)	87,5% (35)

2. É importante mudar nossos padrões de consumo para preservar o meio ambiente.	-	2,5% (1)	-	7,5% (3)	90,0% (36)
3. Eu estou disposto a reduzir meu consumo para proteger o meio ambiente.	2,5% (1)	-	2,5% (1)	22,5% (9)	72,5% (29)
4. Para mim, é importante que os produtos que uso não prejudiquem o meio ambiente.	-	5,0% (2)	2,5% (1)	20,0% (8)	72,5% (29)

Legenda:

1: Discordo totalmente; 2: Discordo parcialmente; 3: Nem discordo, nem concordo; 4: Concordo parcialmente; 5: Concordo totalmente.

Fonte: elaborada pela autora (2022).

Sobre a preocupação com o meio ambiente, 87,5% dos entrevistados responderam estar muito preocupados, 5,0% estão parcialmente preocupados e 7,5% mostraram-se indiferentes à questão.

Dentre os respondentes, 90,0% consideram importante mudar os hábitos de consumo para preservar o meio ambiente, 7,5% concordam parcialmente e 2,5% discordam parcialmente sobre esse assunto.

Além disso, 72,5% dos respondentes está disposto a reduzir o consumo para contribuir com a preservação ambiental, 22,5% consideram-se dispostos parcialmente, 2,5% mostraram-se indiferentes e 2,5% discordaram totalmente dessa atitude.

A quarta questão abordou a consciência dos respondentes sobre o fato dos produtos utilizados não prejudicarem o meio ambiente. Dos entrevistados, 72,5% manifestaram-se totalmente preocupados, 20,0% concordaram em parte com a assertiva, 2,5% revelaram-se indiferentes e 5,0% mostraram-se desfavoráveis em parte.

Com base nos dados obtidos, entende-se que a maioria dos servidores do município preocupam-se com o meio ambiente, além de estarem dispostos a mudar seus padrões de consumo. Percebe-se que, caso a municipalidade organizasse ações de cunho ambiental, os servidores apoiariam tais projetos.

O estudo realizado por Dambrós et al. (2014) apresenta alguns exemplos de ações que poderiam ser postas em prática na rotina de trabalho dos servidores como “[...] verificar a real necessidade dos materiais solicitados e ponderar sobre a possibilidade de redução de seu consumo” (DAMBRÓS et al., 2014, p. 679) ou fazer a “[...]substituição de lâmpadas e torneiras por similares que possuem sensor de funcionamento, contribuindo para diminuir o consumo de energia elétrica e água” (DAMBRÓS et al., 2014, p. 685).

Nessa perspectiva, Venturini e Lopes (2015, p.10) citam, como atitudes ambientais adequadas a redução do consumo de papel, o reaproveitamento de folhas, a realização de impressões apenas quando necessário e a adoção de processos eletrônicos.

4.3 ANÁLISE DA RESPONSABILIDADE PERCEBIDA

Os respondentes foram questionados sobre a responsabilidade ambiental, mediante quatro questões (Tabela 3).

Tabela 3: Dados relativos à responsabilidade percebida.

Questão	Grau de Concordância				
	1	2	3	4	5
5. A proteção ambiental é responsabilidade minha, não apenas do governo e de organizações sociais.	2,5% (1)	-	5,0% (2)	7,5% (3)	85,0% (34)
6. Sinto-me responsável pela proteção do meio ambiente.	-	-	5,0% (2)	5,0% (2)	90,0% (36)
7. Tenho noção sobre o efeito de minhas decisões de compra de produtos sobre o meio ambiente.	-	-	2,5% (1)	35,0% (14)	62,5% (25)
8. Gosto quando outras pessoas notam e valorizam meus esforços para preservar o meio ambiente.	-	-	12,5% (5)	20,0% (8)	67,5% (27)

Legenda:

1: Discordo totalmente; 2: Discordo parcialmente; 3: Nem discordo, nem concordo; 4: Concordo parcialmente; 5: Concordo totalmente.

Fonte: elaborada pela autora (2022).

Quando indagados, 85,0% responderam que concordam totalmente que são responsáveis pela proteção ambiental e não apenas o governo ou organização sociais, 7,5% concordaram em parte, 5,0% mostraram-se indiferentes e 2,5% consideram o governo ou organizações sociais os responsáveis pelo meio ambiente.

Contudo, em relação à questão seguinte, que questionava se o entrevistado se sentia responsável pela proteção do meio ambiente, 90,0% dos entrevistados afirmaram que se sentem responsáveis, 5,0% afirmaram que se sentem responsáveis em parte e 5,0% mostraram-se indiferentes.

Dentre os respondentes, 62,5% afirmaram que entendem que as próprias decisões de compra interferem no meio ambiente, 35,0% afirmaram que compreendem parcialmente e 2,5% não concordam e nem discordaram da assertiva.

Em relação à valorização dos esforços, 67,5% gostam de serem valorizados pelas ações de preservação ambiental realizadas, 20,0% gostam em parte e 12,5% apresentaram-se indiferentes ao assunto.

Ao analisar os dados coletados, é possível perceber que a maioria dos servidores demonstra responsabilidade em relação à proteção do meio ambiente e gosta quando outras pessoas notam e valorizam as ações realizadas. Esses resultados demonstram que os servidores se preocupam com as questões sociais correlacionadas ao meio ambiente.

Corroborando, Venturini e Lopes (2015, p. 4) apud Donaire (1999) destacam que “a responsabilidade social nada mais é do que um comprometimento com a comunidade, mas que assume diversas formas, como a proteção ambiental [...]”.

4.4 ANÁLISE DO CONSUMO AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEL

Com relação ao consumo sustentável, os entrevistados foram questionados por meio de seis perguntas (Tabela 4).

Tabela 4: Dados relativos ao consumo ambientalmente sustentável.

Questão	Grau de Concordância				
	1	2	3	4	5
9. Quando há escolha, escolho sempre o produto que contribui para menos poluição.	5,0% (2)	-	10,0% (4)	47,5% (19)	37,5% (15)
10. Se eu entender os possíveis danos ao meio ambiente que alguns produtos podem causar, não comprarei esses produtos.	-	5,0% (2)	7,5% (3)	45,0% (18)	42,5% (17)
11. Eu uso um centro de reciclagem ou de alguma forma reciclo parte do meu lixo doméstico.	10,0% (4)	-	2,5% (1)	32,5% (13)	55,0% (22)
12. Busco maneiras de reutilizar os objetos que aparentemente não teriam mais valor.	2,5% (1)	5,0% (2)	5,0% (2)	52,5% (21)	35,0% (14)
13. Tento consertar as coisas em vez de jogá-las fora.	2,5% (1)	-	5,0% (2)	55,0% (22)	37,5% (15)
14. Já comprei e compro produtos usados.	-	-	17,5% (7)	37,5% (15)	45,0% (18)

Legenda:

1: Discordo totalmente; 2: Discordo parcialmente; 3: Nem discordo, nem concordo; 4: Concordo parcialmente; 5: Concordo totalmente.

Fonte: elaborada pela autora (2022).

Com relação à escolha dos produtos, apenas 37,5% adquirem produtos que contribuem para uma menor poluição, 47,5% às vezes adquirem, 10,0% são indiferentes durante a escolha de produtos menos poluentes e 5,0% não escolhem, mesmo quando possuem poder de escolha.

Do mesmo modo, 42,5% afirmaram que, se entendessem os possíveis danos ao meio ambiente que determinados produtos podem causar, não os comprariam e 45,0% afirmaram que talvez não os comprariam. Já, 7,5% mostraram-se indiferentes e 5,0% discordaram parcialmente, ou seja, mesmo entendendo os possíveis danos, comprariam os produtos.

Ao analisar os dados acima, percebe-se que a maioria dos respondentes concorda em partes com as assertivas apresentadas. Dambrós, Senna e Alves (2014, p. 686) afirmam que, por não possuírem instrução e conscientização necessária, os servidores acabam não adotando práticas ambientalmente adequadas.

Com relação à reciclagem do lixo doméstico, 55,0% dos entrevistados fazem a reciclagem, 32,5% realizam em parte, 2,5% são indiferentes e 10,0% não reciclam seus resíduos. Quando questionados sobre a reutilização de objetos, apenas 35,0% reutilizam totalmente, 52,5% às vezes reutilizam, 5,0% mostraram-se indiferentes, 5,0% discordam parcialmente e 2,5% discordam totalmente da reutilização.

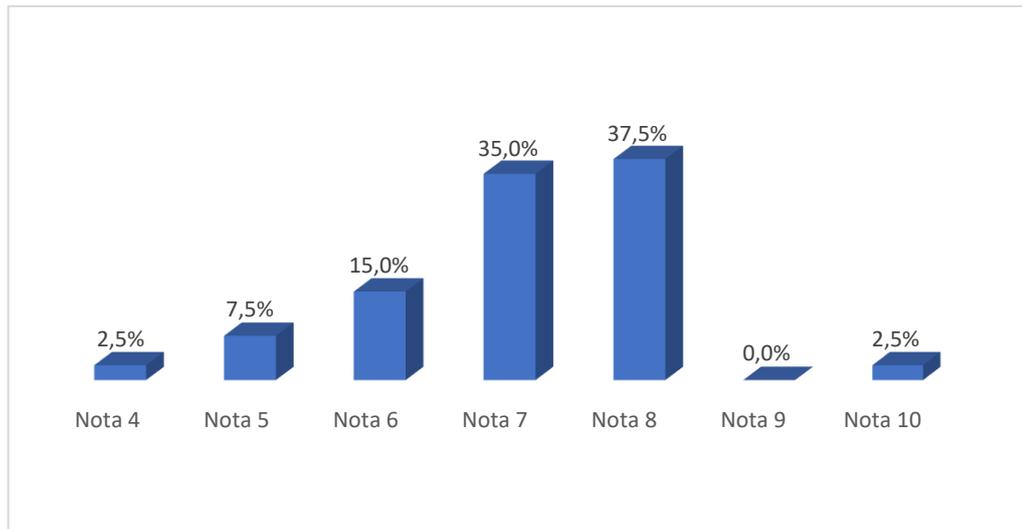
O estudo realizado por Dambrós et al. (2014) questionou servidores municipais de São Gabriel/RS sobre quais seriam as vantagens da existência de uma lei municipal que instituísse a separação e reciclagem de materiais. “Para esses funcionários a implementação de leis desse tipo favoreceriam um maior respeito ao meio ambiente por todos os servidores favorecendo, também, uma maior conscientização” (DAMBRÓS et al., 2014, p. 684).

Dentre os respondentes desta pesquisa, 37,5% tentam consertar os objetos antes de jogá-los fora, 55,0% dos entrevistados tentam, às vezes, 5,0% consideram indiferente e 2,5% não tentam consertar.

Já em relação à compra de produtos usados, 45,0% dos entrevistados compra produtos e os reusa, 37,5% compra, às vezes e 17,5% mostrou-se indiferente.

Ao final do questionário, solicitou-se que cada respondente atribuísse uma nota em uma escala de 0 (nada sustentável) a 10 (totalmente sustentável) para o seu tipo de consumo. Obteve-se como respostas tipos de consumo classificados com notas entre 4 e 10, sendo que 37,5% dos entrevistados atribuiu nota 8 e 35,0%, nota 7, conforme Figura 2.

Figura 2: Notas atribuídas aos tipos de consumo.



Fonte: elaborada pela autora (2022).

Os dados coletados nesta seção indicam que o consumo ambientalmente adequado está relacionado à educação e à consciência ambiental. Além disso, por vezes, se faz necessária a instituição de regras e leis para que as ações sejam efetivamente cumpridas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa cujo objetivo foi investigar a percepção dos servidores municipais do município de Capitão/RS acerca do consumo sustentável indicou que a maioria dos servidores municipais participantes do estudo estão preocupados com as questões ambientais e mostraram-se dispostos a mudar seus padrões de consumo, bem como demonstraram estar cientes que suas atitudes e escolhas de consumo interferem na qualidade ambiental. Ademais, por meio dos dados obtidos, verificou-se que os servidores se sensibilizam com questões socioambientais.

Percebeu-se que a educação e a conscientização ambiental se fazem fundamentais quando se trata do consumo sustentável. Muitas ações acabam não sendo realizadas de maneira adequada, no cunho ambiental, pela falta de informação. Para Dambrós et al. (2014, p. 686) “dentre as sugestões apresentadas para melhoria, em termos ambientais, na prefeitura, destacam-se: adoção de práticas de educação ambiental para cada setor ou secretaria do órgão público.”

Este estudo se apresenta relevante à administração pública municipal e ao departamento municipal do meio ambiente, por apresentar a percepção dos servidores acerca do consumo sustentável. Os resultados apresentados poderão servir de suporte para a elaboração e execução de projetos ambientais internos da administração municipal. Além disso, outras ações ambientais poderão ser externalizadas para além da prefeitura e apoiadas pelos servidores municipais.

Destacam-se, como limitações dessa pesquisa, o tamanho da amostra e o curto período para responder ao questionário. Deste modo, sugere-se para a realização de trabalhos futuros, a aplicação da pesquisa para servidores municipais de outros municípios, a avaliação das ações ambientais já desenvolvidas no âmbito municipal e a sugestão de boas práticas.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, L. de L. R.; ARANTES, G. G.; BERNARDES, M. B. J. Consumo consciente por meio da Educação Ambiental na escola. **Revista Ensino de Geografia (Recife)**, v. 3, n. 1, p. 45-57, 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. 1. ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2008.
- BRASIL. **Política Nacional de Educação Ambiental**. Lei n. 9.795/99. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm>. Acesso em: 24 jul. 2022.
- CAPITÃO. **Lei Orgânica Municipal**, 1994. Disponível em: <<https://capitao.cespro.com.br/visualizarDiploma.php?cdMunicipio=7353&cdDiploma=9999>>. Acesso em: 23 jul. 2022.
- CASTORINI, L. D. da C.; VILELA, N.; BRONZERI, M. de S.; BRENE, P. R. A. **Atitudes e consumo sustentáveis de discentes de uma universidade estadual do Paraná**. In: IV Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração, p. 170-188, 2021.
- COSTA, Paulo Roberto da. **Estatística**. 3. ed. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Técnico Industrial de Santa Maria, Curso Técnico em Automação Industrial, 2011. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/413/2018/11/04_estatistica.pdf>.
- DAMBRÓS, M. M. G.; SENNA, A. J. T.; ALVES, R. R. Gestão ambiental no setor público: percepção dos servidores da prefeitura municipal de São Gabriel (RS). *Revista do Centro de Ciências Naturais e exatas e Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental*, v. 18, n. 2, p. 674-689, 2014.
- FREESE, G. M. **O consumo como um pensar social: consumidores enquanto agentes condutores de sustentabilidade**. Lajeado, 2021. Monografia (Curso de Direito) - Universidade do Vale do Taquari – Univates.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP, RAUSP**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, Atlas, 2002.
- HUANG, M.; RUST, R. T. Sustainability and consumption. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 39, p. 40-54, 2011.
- SOLOMON, Michael. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. Porto Alegre, Bookman, 2016.

SOUZA, J. S. de; OLIVEIRA, C. R. de; MELILLO, R. C. S. Consumo e marketing verde: a influência da sustentabilidade no comportamento do consumidor brasileiro. **South American Sciences**, v. 2, n. 1, 2021.

VENTURINI, L. D. B.; LOPES, L. F. D. O modelo *triple bottom line* e a sustentabilidade na administração pública: pequenas práticas que fazem a diferença. **Manancial, Repositório Digital da UFSM**, 2015. Disponível em: < <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/11691>>. Acesso em: 31 jul. 2022.

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS

Parte 1 – Questionário de Pesquisa

Para responder às questões do questionário, assinale o seu grau de concordância em relação a cada uma das afirmações, conforme a escala abaixo:

- 1: Discordo totalmente;
- 2: Discordo parcialmente;
- 3: Nem discordo, nem concordo;
- 4: Concordo parcialmente;
- 5: Concordo totalmente.

Atitude ambiental					
1. Estou muito preocupado com o meio ambiente.	1	2	3	4	5
2. É importante mudar nossos padrões de consumo para preservar o meio ambiente.	1	2	3	4	5
3. Eu estou disposto a reduzir meu consumo para proteger o meio ambiente.	1	2	3	4	5
4. Para mim, é importante que os produtos que uso não prejudiquem o meio ambiente.	1	2	3	4	5
Responsabilidade percebida					
5. A proteção ambiental é responsabilidade minha, não apenas do governo e de organizações sociais.	1	2	3	4	5
6. Sinto-me responsável pela proteção do meio ambiente.	1	2	3	4	5
7. Tenho noção sobre o efeito de minhas decisões de compra de produtos sobre o meio ambiente.	1	2	3	4	5
8. Gosto quando outras pessoas notam e valorizam meus esforços para preservar o meio ambiente.	1	2	3	4	5
Consumo ambientalmente sustentável					
9. Quando há escolha, escolho sempre o produto que contribui para menos poluição.	1	2	3	4	5

10. Se eu entender os possíveis danos ao meio ambiente que alguns produtos podem causar, não comprarei esses produtos.	1	2	3	4	5
11. Eu uso um centro de reciclagem ou de alguma forma reciclo parte do meu lixo doméstico.	1	2	3	4	5
12. Busco maneiras de reutilizar os objetos que aparentemente não teriam mais valor.	1	2	3	4	5
13. Tento consertar as coisas em vez de jogá-las fora.	1	2	3	4	5
14. Já comprei e compro produtos usados.	1	2	3	4	5
Percepção geral					
15. Numa escala de 0 (nada sustentável) a 10 (totalmente sustentável), que nota você atribuiria para o seu tipo de consumo.					

Parte 2 – Perfil dos Respondentes

1. Sexo:

() Masculino () Feminino () Prefiro não responder

2. Qual a sua idade? (anos)

3. Estado Civil:

- () solteiro (a)
 () casado (a) ou relação estável
 () separado (a) /divorciado (a)
 () viúvo (a)
 () outra

4. Qual a sua escolaridade máxima completa?

- () Ensino Fundamental () Ensino Médio
 () Graduação () Pós-graduação

5. Quantos filhos você possui?