



PPG/CASA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Programa de Pós-graduação em Ciências do Ambiente e
Sustentabilidade na Amazônia
Mestrado Acadêmico

LUCIENE SOUZA DA COSTA

**A relação entre consumo e sustentabilidade no
comportamento de jovens manauaras**

Manaus - Amazonas

Junho - 2017

LUCIENE SOUZA DA COSTA

**A relação entre consumo e sustentabilidade no
comportamento de jovens manauaras**

Orientadora: Profa. Dra. Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências do Ambiente.

Manaus-Amazonas

Junho – 2017

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

C837r Costa, Luciene Souza da
A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras / Luciene Souza da Costa. 2017
114 f.: il. color; 31 cm.

Orientadora: Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão
Dissertação (Mestrado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Consumo. 2. Sustentabilidade. 3. Jovens. 4. Ambiente. I. Simão, Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

LUCIENE SOUZA DA COSTA

**A RELAÇÃO ENTRE CONSUMO E SUSTENTABILIDADE NO
COMPORTAMENTO DE JOVENS MANAUARAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências do Ambiente.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão (Orientadora)

Prof. Dr. Elimar Nascimento (UNB- UFAM)

Prof^a. Maria de Fatima Ferreira Portilho (UFRJ)

Prof. Dr. Henrique dos Santos Pereira (UFAM)

Prof^a Dr^a Gimima Beatriz de Melo Silva (UEA)1^a Suplente

Prof. Dr. Guillaume Antoine Emile Louis Marchand (UFAM) 2^o Suplente

DEDICO

*À minha mãe, Zélia, que me ensinou a traçar o caminho do bem
Aos meus filhos, Pedro e João, que me motivam a permanecer neste caminho.*

AGRADECIMENTOS

O título que hoje alcanço e a maturidade que desenvolvo são resultados do esforço de muitas pessoas que de perto ou de longe, contribuíram para minha formação.

Agradeço ao Criador, por sua benevolência comigo e pela beleza de sua criação.

Ao meu marido, Raimundo Brilhante, por sempre acreditar em mim e nunca desistir de me compreender. Aos meus amados filhos Pedro Levy e João Victor, que me ensinaram a ser melhor e lutar por um mundo mais justo. Ao meu “filho de coração” Jonathas Fellipe, que me imagina bem melhor do que sou.

À minha companheira de vida, minha mãe, dona Maria Zélia, que me ensinou que lutar faz parte da vida e o respeito ao outro é a regra da batalha. Aos meus sete irmãos, Darleth, Onesmo, Ruth, Abmael, Adonias, Lucinete e Lucélia, meus contrapontos de vida, meus professores de todo o momento

À minha querida orientadora, Professora Dra. Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão, a qual me ensinou além de Interdisciplinaridade e Sustentabilidade, ensinou Humanidade, sem a qual as duas questões anteriores não se completam.

Ao Professor Dr. Henrique Pereira, que, com sua timidez e discrição, abriu as portas de sua sala e de seu coração para me auxiliar, mesmo quando os assuntos não eram acadêmicos.

Aos jovens, representados aqui pelos participantes da pesquisa, razão maior de tentarmos construir um mundo melhor.

À Secretaria Estadual de Educação por liberar e apoiar a pesquisa, à Escola, na qual a pesquisa foi realizada, principalmente à pedagoga Zeneide, à Prof^a Marluce, à Sra. Cecília e ao Sr. Benedito, pessoas dedicadas, sem as quais este estudo não teria se desenvolvido.

À Secretaria Municipal de Educação, que através do programa Qualifica me liberou para o curso. Aos meus colegas da EMEF Jornalista Sabá Raposo, pela torcida.

Ao Colégio Lato Sensu, unidade Cidade Nova, que apoiou meus estudos e ajudou a desenvolver minha pesquisa. Agradeço às Prof^{as} Alinne, Andrezza e Cris e ao Prof Álvaro pelo apoio. Grata aos meus colegas que me ajudaram a compreender os sujeitos desse estudo.

Aos Professores da nossa casa, O PPGCASA, pela contribuição teórica e técnica na minha formação, em especial a Professora Dra. Therezinha Fraxe, que me ajudou a ver o consumo como objeto de estudo, Prof. Dr Elimar Nascimento, por me fazer enxergar mais longe e mais perto e ao Prof. Dr. Guillaume Marchand, que sempre arrumou um tempinho para corrigir meus textos. O mundo precisa de profissionais como vós, que levam a sério o seu trabalho e extraem o melhor de seus alunos.

À querida Fernanda, secretária do PPGCASA, que faz o impossível para auxiliar os estudantes perdidos.

Aos meus colegas de curso, comparsas de todas as horas, em especial à Rita Marie, Louise Vinhote, Armando Bandeira, Pedro Mariosa, Karina Milhomen e Mariana Baldoíno, mais que mestres, somos amigos e isso é muito maior que o título em si.

Aos amigos Guilherme, João e Alex, que me ajudaram a trilhar o sinuoso caminho dos números. Obrigada pela paciência em ensinar.

À professora Renata Magalhães, por se dedicar a revisar meus escritos.

A todos que, de alguma forma, deram a sua contribuição para que este estudo fosse realizado. Esta é a prova que não podemos desistir. *Somos a resistência!!*

Obrigada de coração!

RESUMO

A relação entre consumo e Sustentabilidade é o foco do estudo realizado entre os anos de 2015 e 2016 em um shopping e duas escolas, em Manaus- Amazonas. A pesquisa desenvolveu-se com 150 (cento e cinquenta) jovens, sendo 57 (cinquenta e sete) frequentadores do shopping que fica em frente à escola A, 81 (oitenta e um) estudantes do ensino médio da mesma escola e 12 (doze) universitários, professores em formação, estagiários da escola B. O estudo ora apresentado tem como objetivo ouvir a juventude a fim de embasar melhor o entendimento e possíveis intervenções acerca da relação consumo e sustentabilidade através da identificação da relação dos jovens com o consumo e a influência do critério da sustentabilidade em suas decisões de compra. A metodologia do trabalho consistiu em abordagem multimétodos que abrangeu: observação participante e não-participante, questionário presencial, grupo focal e a realização de um jogo, de criação própria, denominado “Vitrine Virtual”. Os resultados da pesquisa corroboram a respeito da urgência dos estudos sobre os impactos socioambientais do consumo e demonstram como os jovens enxergam e se relacionam com a prática, o que pode fomentar novas formas de perceber o consumidor e viabilizar ações que ampliem a capacidade de reflexão acerca do consumo e da educação ambiental.

Palavras-chave: Consumo. Sustentabilidade. Jovens.

ABSTRACT

The relationship between consumption and sustainability is the focus of the study done between 2015 and 2016 in a shopping mall and two schools in the same area of coverage, in Manaus-Amazonas. The research was carried out with 150 (one hundred and fifty) young people, from which 57 (fifty-seven) are frequent visitors of the mall that is located in front of school A, 81 (eighty one) are high school students from the same school and 12 (twelve) are college students, trainee teachers and trainees from school B. The study presented here aims to listen to the youth in order to give better support to the understanding and possible interventions about the relationship between consumption and sustainability through of the identification of a connection among young people and consumption as well as the influence of sustainability criterium in their purchasing decisions. The research methodology consisted of a multi-method approach that included: participant and non-participant observation, face-to-face questionnaire, focus group and the application of a own made game named "Virtual Showcase". The results of the research corroborate the urgency of studies about the consumption socio-environmental impacts and show how young people see and involve themselves in practice, which can foment new ways of consumer perception and to encourage actions that may increase the reflection capacity regarded consumption and environmental education.

Keywords: Consumption. Sustainability. Young people.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Corpo de jurados da Feira Cultural.....	26
Figuras 2 e 3	Discussão sobre sustentabilidade entre estudantes do 3º ano.....	29
Figura 4	Cartela de adesivos e carrinho de compras do Jogo Vitrine Virtual.....	31
Figura 5	Estudantes jogando o Jogo Vitrine Virtual	33
Figura 6	Alunos na Praça de Alimentação do Shopping “S” (Zona Norte de Manaus) consumindo o que compraram no supermercado.....	48
Figura 7	Feira Cultural da Escola Estadual “A”.....	44
Figura 8	Frequência e locais utilizados pelos estudantes do Ensino Médio da “ para realização de suas compras	47
Figura 9	Aspectos considerados pelos estudantes do Ensino Médio da escola pública “A” na hora da compra.....	49
Figura 10	Porcentagem de estudantes do Ensino Médio que desistiriam da compra de um produto de origem de trabalho escravo.....	51
Figura 11	O que influencia os jovens do Ensino Médio na hora da compra.....	53
Figura 12	O que não influencia os jovens do Ensino Médio na hora da compra.....	54
Figura 13	Número de estudantes do Ensino Médio que usam roupas herdadas de parentes e amigos.....	55
Figura 14	Uso de eletrônicos herdados entre jovens estudantes do Ensino Médio.....	56
Figura 15	Compra de refis de produtos e refrigerantes retornáveis entre jovens do Ensino Médio.....	57
Figura 16	Destino dado pelos jovens do Ensino Médio aos aparelhos eletrônicos com defeito.....	58
Figura 17	Ambiente simulado “local preferido para compras” do Jogo Vitrine Virtual.....	63
Figura 18	Locais preferidos para fazer compras por jovens universitários.....	64
Figura 19	Ambiente simulado para compra de livros do Jogo Vitrine Virtual.....	64
Figura 20	Locais preferidos para compra de livros no Jogo Vitrine Virtual.....	66
Figura 21	Ambiente simulado “lanchonete” do Jogo Vitrine Virtual.....	66
Figura 22	Produtos “comprados” no ambiente virtual “lanchonete”.....	67
Figura 23	Ambiente simulado de compras “loja de roupas” do Jogo Vitrine Virtual.....	68
Figura 24	Produtos “comprados” no ambiente simulado de compras loja de roupas do Jogo Vitrine Virtual.....	68
Figura 25	Ambiente simulado de compras “sapataria” do Jogo Vitrine Virtual.....	70

Figura 26 Produtos “comprados” no ambiente simulado de compras “sapataria” do Jogo Vitrine Virtual.....	71
Figura 27: Destino dado pelos jovens universitários aos aparelhos eletrônicos com defeito	72
Figura 28: Forma de descarte de copos plásticos, garrafas pets, baterias, pilhas e latas de refrigerantes entre universitários.....	73
Figura 29: Responsabilidade atribuída pelos jovens do Ensino Médio às ações de: limpeza das áreas públicas que se localizam em frente aos seus domicílios, arborização e descarte de lixo eletrônico.....	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Grupos formados pelos sujeitos da pesquisa.....	21
Tabela 2	Coleta de dados: instrumentos de coleta de dados, autores de referência, fonte de dados, grupos envolvidos, recursos utilizados e local de abordagem dos sujeitos na pesquisa de campo.	24
Tabela 3	Faixa etária das categorias sociais adolescentes e jovens adotadas no marco legal brasileiro e em instituições nacionais e internacionais	36
Tabela 4	Número de estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual observados quanto às práticas de consumo na Praça de Alimentação de um Shopping na Zona Norte de Manaus, AM.....	38
Tabela 05	Distribuição dos jovens estudantes do Ensino Médio por gênero.....	44
Tabela 06	Distribuição estudantes do Ensino Médio por idade.....	45
Tabela 07	Distribuição estudantes do Ensino Médio-Condições de Trabalho.....	45
Tabela 08	Renda familiar (em salários mínimos) de estudantes do Ensino Médio...	46
Tabela 09	Número de estudantes do Ensino Médio quanto à preferência por produtos recicláveis.....	50
Tabela 10	Declaração de opinião dos jovens estudantes do Ensino Médio considerando a superioridade do produto eletrônico novo.....	56
Tabela 11	Distribuição dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura em curso de formação inicial, natureza jurídica da Instituição de Ensino Superior (IES) onde estudam e turnos de estudo e estágio.....	61
Tabela 12	Gênero dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura, estagiários	62
Tabela 13	Faixa etária dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura.....	62
Tabela 14:	Renda familiar em salários mínimos de estudantes universitários	62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
PARTE I- METODOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA.....	18
PARTE II- RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	36
CAPÍTULO 1: JOVENS E CONSUMO.....	36
O insight: estratégias de consumo de jovens estudantes do Ensino Médio em um Shopping de Manaus.....	37
Consumo entre jovens estudantes do Ensino Médio: interesses, identidade, individualidade.	43
Consumo entre jovens universitários: formação, autonomia e preferências.....	60
CAPÍTULO 2: CONSUMO ENTRE OS JOVENS E A SUSTENTABILIDADE.....	76
CONCLUSÃO.....	89
REFERÊNCIAS.....	94
APÊNDICES.....	101
ANEXOS	109

INTRODUÇÃO

A industrialização do século XIX foi reinventada no século XX a partir da criação de novas e crescentes necessidades de bens que estimularam a competição, a reafirmação e a distinção entre as pessoas ao passo que os bens de consumo não-duráveis ocuparam lugar de destaque.

Segundo Portilho (2010), os estudos sobre o consumo entraram na pauta dos debates ambientais a partir da Rio 92¹ e têm se mostrado um campo frutífero para o entendimento das lutas simbólicas que revelam as contradições sociais. Para Bauman (2008) a cultura pós-moderna é a própria cultura do consumo, por sua vez ligada a um processo de classificação social fundamentado nos bens (BAUDRILLARD, 1995).

É interessante analisar como, com o passar do tempo, a sociedade muda sua forma de diferenciar os cidadãos e a lógica capitalista se destaca neste processo (Quadro 1).

Quadro 1: Comparação entre as lógicas Pré-Capitalista e Capitalista

CATEGORIAS	LÓGICA PRÉ-CAPITALISTA	LÓGICA CAPITALISTA
A lógica	Só podem ser compreendidas pela sua própria lógica temporal.	Voltada para o futuro, para a construção de coisas.
O trabalho	Uma função social	Para gerar lucro
O valor das coisas	Regida pela equidade	Não mais se possuem apenas as coisas, mas os signos de seus signos.
O comércio	Baseado na equidade e necessidade; Trocas rituais (não negligenciam o cálculo).	Substitui a intuição: O “espírito do cálculo”.
Objetivo da atividade econômica	A garantia da sobrevivência da comunidade. A riqueza não é o fim da atividade econômica	Gerar renda.
A vida	Presumir o futuro é “fechá-lo”, “interrompê-lo”,	Mediata e prospectiva
A terra	Precisa de intervenção humana. Tem uma relação com o homem.	Meio de gerar riqueza

Fonte: Costa, 2016 - Elaborada a partir de Bourdieu, 1979.

Para Bourdieu (1979) a lógica capitalista é a mais estranha das intervenções coloniais, o que leva o meio de sobrevivência à subserviência ao capital e nessas

¹ Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Cnumad), realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro, 20 anos depois da Conferência de Estocolmo (Suécia). Neste evento os países reconheceram o conceito de desenvolvimento sustentável e passaram a moldar ações com o objetivo de proteger o meio ambiente. Fonte: <http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-rio-92-sobre-o-meio-ambiente-do-planeta-desenvolvimento-sustentavel-dos-paises.aspx>

sociedades a distinção é fornecida pelo acesso aos bens de consumo. Bauman (2008) diferencia a sociedade de produtores, marcada pela ascensão dos modos capitalistas de produção e de trabalho, da atual sociedade de consumidores, pautada pelo acesso aos bens de consumo.

A forma como a relação com o mundo material se apresenta não mais se resume à satisfação de necessidades materiais, mas à forma como vemos o mundo e nos posicionamos nele, gerando uma mudança ontológica (PORTILHO, 2010, P 76).

Segundo Bauman (2008) consumidores e consumo são amalgamados, um não vive e não se destaca sem o outro. Em substituição à distinção fornecida pelo trabalho e função de cada indivíduo na sociedade pré-capitalista, na sociedade moderna ou líquida, o autor aponta o consumo como item diferenciador dos indivíduos, o qual os classifica.

Dessa forma, é necessário compreender as razões, modos, circunstâncias e porquês do consumo (CAMPBELL, 2006; BOURDIEU, 1979) já que as identidades sociais são formadas a partir do mesmo (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2013).

Entender o consumo como uma manifestação de um momento histórico produzido por uma sociedade crescente e hierarquizada se torna indispensável para perceber como os seres humanos se relacionam com o ambiente e os conflitos decorrentes dessa relação. Desde a concepção do produto, aquisição de matéria-prima, a instalação de unidades produtivas, descarte e reaproveitamento, existe uma relação desigual entre capital e ambiente que ameaça as condições objetivas de vida.

Neste contexto, o humano, em uma relação recursiva, influencia e é influenciado pelas modificações ocorridas no ambiente e seus reflexos na sociedade. De acordo com a ONU (UNICEF, 2011), os mais suscetíveis aos perigos da degradação ambiental são os jovens e por isso entender a relação que eles têm com o consumo pode auxiliar o desenvolvimento de programas eficientes de Educação Ambiental e necessárias pesquisas neste campo (Portilho, 2010). Para Conte (2007), entre os jovens, o consumo está ligado à intimidade e à formação da personalidade. Portanto, a necessidade de compreender o consumo moderno enquanto manifestação cultural está ligada à formação da própria sociedade.

A sociedade de produtores (BAUMAN,2008), moldada nas relações industriais fez ascender valores como trabalho, disciplina e seriedade. Essa sociedade forjou trabalhadores e soldados munidos de um discurso que enobrecia os valores da produção, da utilidade, da durabilidade, enquanto a sociedade de consumo, ou líquido-moderna fez emergir novos valores como a substituição gradativa do trabalho pela ostentação, da disciplina pela espontaneidade e da seriedade pelo hedonismo. Para Campbell (2001) a aspiração pela beleza e plenitude ajudou a erguer a sociedade de consumo

Desde a Revolução Industrial no final do século XVIII o aumento do consumo expôs o agravamento da crise ambiental levando à necessidade de pensar uma nova forma de conceber a trílice relação economia-sociedade-ambiente. Essa discussão ganhou força com a publicação de *Entropy Law and the Economic Process*, de Nicholas Georgescu-Roegen em 1971, no qual o autor propunha que, para se alimentar o sistema econômico utiliza recursos naturais e os transforma em rejeitos inutilizados. Dez anos mais tarde, em 1981 Ignacy Sachs lançou a teoria do *Ecodesenvolvimento*, que propunha um olhar holístico para compreensão da sociedade e ao mesmo tempo a possibilidade do crescimento econômico.

Em 1987 o relatório *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum) inaugurou a tríade do Desenvolvimento Sustentável: justiça social, viabilidade econômica e respeito ambiental. Conceitos esses posteriormente refinados e adaptados à necessidade de crescimento econômico e às demandas ambientais, apesar das duras críticas.

A Sustentabilidade surgiu como campo de luta que reflete as disputas do “futuro civilizacional” da humanidade com objetos, agentes e regras próprias (NASCIMENTO, 2012). Se apresenta como condição necessária para a manutenção da vida no planeta e um desafio para as ciências, já que por muito tempo se cultivou a contrariedade de suas ideias e a possibilidade do desenvolvimento econômico.

Para Bezerra (2015) o fundamento teórico da categoria sustentabilidade é a dialética, cujo desafio contemporâneo é promover o desenvolvimento em bases sustentáveis. Os impactos ambientais advindos da extração de matéria prima, produção, venda, descarte, uso e até mesmo nos serviços relacionados ao consumo, merecem um olhar cuidadoso, pois, o consumo também contribuiu para a formação

da sociedade moderna, o aumento da possibilidade de acesso a bens e a democratização da alimentação no mundo.

Ao passo que a teoria é generalizante, a prática é particular e está relacionada a uma condição histórica. A prática não deve limitar a teoria, mas a teoria deve balizar as ações práticas dentro de uma pesquisa a partir de suas características utópicas e ideológicas, relacionadas a aspectos históricos e políticos (DEMO, 1987).

Entender viabilidade para a convivência equilibrada das categorias consumo e sustentabilidade é uma demanda urgente e crescente. No caso aqui proposto, serão ouvidos os jovens, já que estes não são apenas cidadãos do futuro, mas sujeitos atuantes na contemporaneidade (UNICEF, 2011) que podem indicar uma condição de melhor entendimento da sociedade pós-Eco 92, uma sociedade em busca da sustentabilidade. No esforço de compreender a relação entre consumo e sustentabilidade elegeu-se como sujeitos desta pesquisa, realizada nos anos de 2015 e 2016, jovens estudantes residentes na Zona Norte de Manaus, com idade entre 17 e 22 anos, nascidos nos anos 90.

Ouvir a juventude a respeito de suas escolhas embasa melhor o entendimento e possíveis intervenções acerca da relação consumo e sustentabilidade pois no contexto da crise ambiental que afeta a todos os seres vivos do planeta, parte dos jovens, os adolescentes (entre 10 e 19 anos de idade) são afetados de maneira mais direta (UNICEF², 2011). Dessa forma, entender os jovens nascidos após os anos 90's pode fornecer explicações fundamentais sobre valores e critérios associados ao consumo e à sustentabilidade pois eles são o elo intergeracional pós-crise ambiental. Ouvir a juventude, entender seus padrões de consumo e seu compromisso com a sustentabilidade é imprescindível. No Brasil, podemos considerá-la estratégica considerando que os jovens (15 a 29 anos) representam 25% da população brasileira, ou seja, cerca de 51,3 milhões de pessoas que vivem nas cidades (84,8%) e no campo (15,2 %) (IBGE, 2010).

Assim desenham-se os objetivos da pesquisa: dar voz à juventude a fim de embasar melhor o entendimento e possíveis intervenções na relação entre consumo e sustentabilidade a partir da identificação da relação dos jovens com tal fenômeno e a influência do critério da sustentabilidade em suas decisões de compra.

² Fundo das Nações Unidas para a Infância - UNICEF.

Na metodologia apresenta-se a abordagem multimétodos. Os resultados e discussões foram divididos em dois capítulos, a saber: jovens e consumo; consumo entre os jovens e a sustentabilidade.

Na conclusão são pontuados os principais achados da pesquisa e a reflexão sobre possíveis intervenções, partindo do entendimento do consumo enquanto processo que inicia na concepção do produto, passando pela extração de matéria prima, produção, venda, chegada ao consumidor e finaliza com o destino dado aos resíduos.

PARTE I- METODOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA

A história das ciências, como a de todas as ideias humanas, é uma história de sonhos irresponsáveis, de teimosias e erros. Porém, a ciência é uma das raras atividades humanas, talvez a única, na qual os erros são sistematicamente assinalados e, com o tempo, constantemente corrigidos. (MORIN, 1998, p.59).

Partindo das categorias de análise - consumo, jovens e sustentabilidade, realizou-se o estudo em tela com três grupos de jovens: (1) estudantes do Ensino Médio de uma escola estadual na zona Norte de Manaus que frequentavam um Shopping Center (aqui denominado de Shopping “S”) localizado próximo à escola pública onde foi realizado o estudo; (2) estudantes do terceiro ano do Ensino Médio do noturno da Escola Pública Estadual “A” localizada nas imediações do Shopping citado anteriormente; e (3) estudantes universitários de cursos de licenciaturas, de diversas áreas do conhecimento, que atuavam como estagiários (professores auxiliares) em uma Escola Privada “B” também localizada próxima ao Shopping “S”.

A Escola “A” e o Shopping “S” foram escolhidas como locais iniciais da pesquisa com esses jovens estudantes pois se localizam no Bairro da Cidade Nova, na Zona Norte, um dos setores que mais cresce na cidade de Manaus. Além disso, em observação exploratória foi frequente a presença de grupos de jovens oriundos dessa escola no espaço comercial. A inserção dos jovens universitários estagiários da Escola Privada “B” se deu devido a dificuldades no cumprimento do cronograma inicialmente acordado com a direção da escola, detalhadas posteriormente.

A escolha suscitou a possibilidade de verificação da relação de consumo dos jovens em diferentes situações: em estabelecimentos próximos aos seus domicílios, nos localizados no centro da cidade de Manaus e no referido Shopping. A investigação do consumo nos estabelecimentos situados no centro da cidade se deu porque esses eram os principais e tradicionais locais de compras da cidade de Manaus antes da

constituição de aglomerados comerciais e à chegada à Manaus, dos grandes Shopping Centers, o que se deu nos últimos 30 anos³.

A pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa social que objetiva a compreensão de ordem e grupos (RUMMEL, 1972). A partir de uma abordagem qualitativa (GIL, 2002) e multimétodos (GÜNTHER et al, 2004) também se fez uso, no decorrer do trabalho, de aspectos quantitativos para melhor descrever os resultados obtidos.

O tratamento dos dados foi de caráter descritivo, exploratório e analítico, pois a pesquisa se dispôs a compreender a relação de consumo desses jovens com os critérios de sustentabilidade.

2.1 Caracterização do local e sujeitos da pesquisa

Como dito anteriormente, a pesquisa foi desenvolvida na Zona Norte da cidade de Manaus, em uma Escola Estadual aqui denominada “A”; uma Escola Privada “B”; e no Shopping “S”. A área em questão caracteriza-se como um eixo de ligação entre as Zonas Leste e Norte, um dos trajetos de maior crescimento populacional da cidade de Manaus. Na região do entorno encontram-se várias áreas residenciais como os Conjuntos Cidade Nova, Renato Souza Pinto, Oswaldo Frota e outros e os bairros Cidade Nova I e II, Campo Dourado, Riacho Doce, Mutirão e outros.

Nas proximidades também se encontra uma área comercial ativa, com inúmeros estabelecimentos de vários setores, incluindo o Shopping em questão. Nesta região também está localizado o Parque Estadual Sumaúma criado através do Decreto N. 23.721 de 5 de setembro de 2003 como a primeira Unidade de Conservação localizada na cidade de Manaus, totalizando uma área de 509.983,16 m² (KUDO, 2015).

³ O primeiro shopping de Manaus, o Cecomiz, foi construído na década de 1970, com o objetivo de comercializar os produtos da Zona Franca. O segundo shopping (antes da explosão de construções assim começarem) foi o Amazonas shopping, em 1990. Fonte: <https://correiodaamazonia.com/imediatista-nem-tanto/>; <http://portalamazonia.com/noticias/25-anos-de-historia-amazonas-shopping-celebra-aniversario-em-manaus>

O Shopping “S” é um ambiente climatizado, bem iluminado que disponibiliza 120 lojas de várias naturezas como alimentação, vestuário, acessórios, cosméticos, serviços, entre outros locais de entretenimento. Caracteriza-se como um espaço agradável, seguro, limpo, de fácil acesso e bem localizado, considerando a malha viária que circunda este empreendimento.

A Escola Estadual “A” conta com doze salas de aula e atende cerca de 1.200 alunos do Ensino Médio (1º ao 3º ano) matriculados nos três turnos: matutino, vespertino e noturno.

A Escola Privada “B” conta com treze salas de aula da educação infantil ao ensino Médio e atende cerca de 800 alunos matriculados nos turnos matutino e vespertino.

Os estudantes da Escola Pública “A” que participaram da pesquisa eram jovens que estudavam no turno noturno, com idade entre 17 e 20 anos (Grupo 2), oriundos de um raio maior de abrangência considerando a malha viária no sentido Oeste-Leste que interliga a Avenida Noel Nutels, onde a escola está situada, à Avenida das Flores, no sentido Sul-Norte⁴. Além deles, foram estudados 57 alunos do turno vespertino da Escola Pública “A” (Grupo 1) (Tabela 1).

O público jovem universitário era formado por 12 estudantes (19 a 22 anos), de licenciaturas em diversas áreas do conhecimento, de universidades públicas e privadas, que atuavam como professores auxiliares na Escola “B” (Grupo 3) com atividade relacionada ao estágio supervisionado.

⁴ Grande via em construção que ligará a Zona Norte (Avenida Timbiras), no bairro Cidade Nova até a Rodovia AM-010 que liga Manaus à cidade de Itacoatiara.

Tabela 1. Grupos formados pelos sujeitos da pesquisa.

GRUPOS	SUJEITOS DA PESQUISA/FAIXA ETÁRIA (Nº DE INDIVÍDUOS DA AMOSTRA)
Grupo 1	Estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A” * (57)
Grupo 2	Estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A”/ 17 a 20 anos. (81)
Grupo 3	Estudantes universitários estagiários da Escola Privada “B”/ 19 a 22 anos. (12)
TOTAL	JOVENS ESTUDANTES (150)

* Esse grupo não foi entrevistado, foi realizada observação não participante no Shopping “S”.
(Fonte: Elaboração própria com base em dados coletados na pesquisa de campo)

Os critérios de inclusão no Grupo 2 eram que o participante, no momento da pesquisa, fosse estudante regularmente matriculado no 3º ano do turno noturno do Ensino Médio da Escola “A”, independente de gênero ou sexo. Para participação na pesquisa todos estudantes maiores com idade igual ou maior de 18 anos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Nos casos de menores de 18 anos de idade, o TCLE foi assinado pelos pais e/ou responsáveis.

Para o Grupo 3, os critérios de inclusão na pesquisa foram que, no momento da pesquisa, o jovem fosse estudante universitário, professor auxiliar (estagiário) da Escola “B”, independente de gênero que assinaram o TCLE.

Para ambos os grupos, além de assegurado o direito de auto exclusão dos sujeitos que optaram por não participar do estudo e dos indivíduos responsáveis que optaram por não liberar a participação dos menores de idade na pesquisa, também foram excluídos aqueles jovens que faltaram às aulas (Grupo 2) ou ao estágio (Grupo 3) nos dias de realização das atividades; os que apresentavam incapacidade de compreensão e de apresentar respostas satisfatórias às questões propostas; ou ainda aqueles que apresentaram incômodos ou indisposição momentânea que interferiu na qualidade dos dados obtidos.

Todos esses cuidados foram necessários para atender a RES 466/2012⁵ do Conselho Nacional de Saúde que rege a pesquisa com humanos.

2.2 Coleta e análise dos Dados

Para verificar aspectos relativos à sua aplicação, validação e fidedignidade do questionário foi realizado o pré-teste em março de 2016 com uma turma de 41 estudantes na mesma faixa etária dos jovens participantes do estudo. Durante a atividade surgiu a necessidade de elaboração de um instrumento de coleta de dados complementar, que facilitasse a interação com os jovens e ajudasse a verificar suas atitudes em um ambiente de simulação onde eles tivessem autonomia e recursos para a livre escolha do que consumir, foi criado o jogo pedagógico Vitrine Virtual, apresentado em detalhes posteriormente.

A pesquisa foi aprovada pelo Parecer Consubstanciado N. 1.300.595 do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Amazonas – CEP/UFAM, Protocolo CAAE: 49717215.0.0000.5020 (ANEXO 2).

Após a aprovação do Comitê de Ética foi realizada a apresentação dos objetivos, riscos, benefícios e da metodologia da pesquisa nas escolas, (aos professores, diretora e pedagoga da Escola A e à equipe pedagógica e estagiários da escola B) e posteriormente em sala de aula, aos estudantes. Na escola A, após a leitura em conjunto do TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – Apêndice 3) foram colhidas as assinaturas dos estudantes e os menores de idade foram orientados e levaram o TCLE para casa, sendo apresentado um prazo para que os pais que consentissem a participação dos filhos devolvessem o documento devidamente assinado. Aqueles que não permitiram a participação, tiveram seus filhos imediatamente retirados do projeto. Na escola B, o procedimento foi similar mas neste caso todos os participantes eram maior de idade e portanto puderam aceitar sua participação na pesquisa.

No início das atividades, como forma de minimizar possíveis riscos pertinentes à pesquisa, foram esclarecidos aos sujeitos participantes o conteúdo e a metodologia do trabalho com o cuidado de não expressar julgamento aos atos dos participantes.

⁵ Embora a Resolução Nº 510, DE 07 de abril de 2016 atenda melhor à especificidade da pesquisa social, o trabalho foi submetido à legislação anterior porque estava no prazo vigente da RESO 466/2012.

Além do esclarecimento à obediência a RE 466/2012 que garante ao participante da pesquisa total sigilo e resguardo de constrangimentos quanto à exposição da imagem ou informação pessoal, toda informação foi codificada (números e letras) e ficaram em posse apenas da pesquisadora responsável.

Para a realização da coleta de dados optou-se por diferentes estratégias (Tabela 2). Foi realizada inicialmente pesquisa exploratória, a partir da Observação não participante (MARCONI & LAKATOS, 1999), no Shopping “S” da Zona Norte da Cidade de Manaus e nas Escolas “A” e “B”. Esse processo iniciou-se ainda durante a realização da disciplina Comportamento Socioambiental (setembro/2015). Mesmo após a disciplina, nos meses de outubro e novembro daquele ano, foram visitados estabelecimentos comerciais, praças e outros espaços localizados nos arredores de escolas que se encontravam localizadas nas proximidades do Shopping “S”. Durante o período de 2 a 6 de outubro realizou-se a observação de jovens da Escola Estadual “A”, identificados pelo uso da farda escolar, que frequentavam a Praça de Alimentação e as lojas do Shopping “S”.

Os estudantes foram observados à distância durante sua permanência na Praça de Alimentação do Shopping “S”. As atividades, deslocamentos e comportamentos foram registrados em diário de campo.

Tabela 2 – Coleta de dados: instrumentos de coleta de dados, autores de referência, fonte de dados, grupos envolvidos, recursos utilizados e local de abordagem dos sujeitos na pesquisa de campo.

INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS (AUTOR DE REFERÊNCIA OU FONTE DOS DADOS)	GRUPOS ENVOLVIDOS	RECURSOS UTILIZADOS	LOCAL DE ABORDAGEM
Observação não participante (MARCONI & LAKATOS, 1999; CRESWELL, 2010)	Grupo 1	Caderneta (formulário de pesquisa) e caneta.	Praça de Alimentação de um Shopping na Zona Norte*.
	Grupo 2	Caderneta (formulário de pesquisa) e caneta.	Escola “A”.
Questionário Semiestruturado Presenciais (GIL, 2002) (MARCONI & LAKATOS, 1999).	Grupo 2	Formulário impresso, máquina fotográfica, caneta.	Escola “A”.
Observação participante (MARCONI & LAKATOS, 1999); (GIL, 2002)	Grupo 2; Grupo 3	Caderneta (formulário de pesquisa) e caneta.	Escola “A” e “B”.
Grupos Focais (KRUEGER, 1994).	Parte do Grupo 2**	Formulário da Pegada Ecológica, tabela de respostas e canetas.	Escola “A”.
	G3	Formulário de base do Vitrine Virtual.	Escola “B”.
Jogo (HIGUCHI et al., 2010; JAPPUR et al, 2014) “Vitrine Virtual” (desenvolvido neste estudo)	G3	Jogo impresso, máquina fotográfica, adesivos de respostas.	Escola “B”.

* Esse grupo não foi abordado, foi realizada observação direta de seu comportamento na Praça de Alimentação do Shopping “S”.

** Parte do Grupo 2, somente os alunos da Turma 3 do 3º ano do Ensino Médio.
(Fonte: Elaboração própria com base na metodologia da pesquisa)

Durante o período de março a dezembro de 2016 voltou-se, esporadicamente, às sextas-feiras, a este Shopping “S” para nova observação do comportamento dos jovens estudantes naquele espaço. A escolha das sextas-feiras se deu a partir da constatação de maior frequência dos estudantes neste dia da semana.

Ainda neste período, foi realizada observação direta em visitas esporádicas nas diferentes dependências da escola “A” para o registro do comportamento do cotidiano dos estudantes e demais membros da comunidade escolar e para a percepção da dinâmica das diferentes atividades desenvolvidas ali. Todas as informações foram registradas em caderneta de campo.

A Observação não participante (MARCONI & LAKATOS, 1999) foi fundamental para analisar a interação dos jovens uns com os outros e com os espaços da pesquisa: escolas e Shopping “S”. Para Gil (2002), embora só isso não seja suficiente, o estabelecimento assistemático de relações entre os fatos no dia-a-dia é que fornece os indícios para a solução dos problemas propostos pela ciência.

Entre os dias 3 de novembro e 20 de dezembro de 2016 desenvolveu-se a pesquisa com quatro turmas do 3º ano do Ensino Médio do turno noturno da Escola Estadual “A”⁶. Como instrumento de coleta de dados foi aplicado um questionário semiestruturado (MARCONI e LAKATOS, 1999) de maneira presencial com os 81 estudantes do 3º. ano do Ensino Médio. Este instrumento foi elaborado usando os critérios “Oito R’s da Sustentabilidade”⁷ criados pelo Instituto Akatu⁸ (2001): Refletir, Reduzir, Reutilizar, Reciclar, Respeitar, Reparar, Responsabilizar-se e Recusar. Refletir nos impactos ambientais e sociais das decisões de consumo; Reduzir com o objetivo de evitar o desperdício de produtos, serviços, água e energia; Reutilizar : com o objetivo de evitar novo consumo; Reciclar: para diminuir o volume de resíduos descartados; Respeitar: a si mesmo, o seu trabalho, as pessoas e o ambiente; Reparar: os erros e os produtos e evitar o descarte precoce; Responsabilizar-se: por si mesmo, pelos impactos bons e ruins das ações e por fim, Recusar: panfletos e atitudes que prejudiquem o ambiente . Além dos Oito R’s, foi utilizada a abordagem socioeconômica e do perfil dos hábitos de consumo (Apêndice 1). O objetivo deste instrumento foi identificar a noção de sustentabilidade e avaliar o padrão de aquisição de bens de consumo entre os jovens.

A escolha dos Oito R’s da Sustentabilidade foi realizada a partir das sugestões da banca de qualificação e refere-se a um instrumento de simples entendimento,

⁶ Identificaremos as Escolas onde o estudo foi desenvolvido como Escola “A” (escola estadual- com os alunos do ensino médio) e Escola “B” (escola particular- com os universitários estagiários) visando evitar exposição de professores, gestores e alunos, como preconiza o termo apresentado ao Comitê de Ética em Pesquisa.

⁷ Os Oito R’s da Sustentabilidade do Instituto Akatu foram criados como uma forma de ampliar os conceitos dos Três R’s (Reduzir, Reutilizar e Reciclar / disponíveis em <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/principio-dos-3rs>) e dos Cinco R’s (Reduzir, Repensar, Reaproveitar, Reciclar e Recusar / disponíveis em <http://www.mma.gov.br/comunicacao/item/9410>), ambos direcionados para a diminuição dos resíduos sólidos. O objetivo do Instituto é ampliar a discussão sobre o consumo e por isso entraram, além dos itens descritos anteriormente, mais três, Respeitar, Reparar e Responsabilizar-se. Respeitar, Reparar e Responsabilizar-se.

⁸ Disponível em <http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente/Posts/Quer-uma-boa-dica-Pratique-os-8-Rs-do-consumo-consciente> acesso em 22 de março de 2017

tabulação para a realização da pesquisa, além de uma forma mais “completa” de se pensar a sustentabilidade, enxergando o consumo como agente ativo do processo.

O questionário foi aplicado pela pesquisadora que, como uma espécie de professora substituta, entrava nas salas de aula dessas turmas quando um professor faltava ou não podia comparecer ao respectivo tempo de aula. Dessa maneira, algumas turmas receberam um maior número de visitas que outras. O uso desta estratégia foi necessário para não fatigar os alunos, atrapalhar os professores e/ou aborrecer a equipe gestora. A escola, em contrapartida à autorização para realização da pesquisa, solicitou à pesquisadora que apoiasse a Feira Cultural e atuasse enquanto jurada das apresentações dos alunos, o que foi prontamente atendido (Figura 1).

Figura 1- Corpo de jurados da Feira Cultural.



Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

Em dias posteriores à aplicação dos questionários entre os dias 19 e 27 de novembro de 2016 foram constituídos sete Grupos Focais com até 6 alunos do 3º ano da Turma 3/Noturno. Essa turma foi escolhida para participar dos grupos focais porque, durante a aplicação do questionário, foi a mais participativa e interessada no

projeto. Interesse caracterizada pela facilidade de comunicação da maioria dos estudantes.

Seja ocupando a função de técnica principal, ou de estratégia complementar qualitativa, a adoção da Técnica de Grupo Focal (GF) atende invariavelmente ao objetivo de apreender percepções, opiniões e sentimentos frente a um tema determinado num ambiente de interação (TRAD, 2009). Os grupos focais consistem em uma espécie de mesa redonda com a participação dos sujeitos e o direcionamento do diálogo feito pelo pesquisador (KRUEGER, 1994).

Nesses grupos focais as temáticas do diálogo foram: os processos de produção a partir do uso de trabalho escravo, problemas ambientais decorrentes do descarte de materiais, os critérios de escolhas de produtos, a sustentabilidade e sua relação com o consumo.

Como forma de chamar a atenção dos alunos e propiciar o diálogo sobre essas temáticas, as reuniões eram iniciadas com a mensuração do *Índice da Pegada Ecológica*⁹ (*Ecological Footprint* -Anexo 3).

O Índice da Pegada Ecológica foi criado na década de 1990 por pesquisadores da Universidade de Columbia. Esta ferramenta é muito utilizada por ONGs ambientais, em pesquisas e críticas ao consumismo e no estudo da capacidade da Terra em sustentar o atual padrão de vida da sociedade. Seu objetivo é avaliar a quantidade de capital natural necessária para sustentar um determinado padrão de consumo. Com base nesses parâmetros é estabelecida uma escala de uso do recurso relacionada à capacidade de carga de cada país (biocapacidade), além de estabelecer o impacto do dano ambiental causado por diferentes padrões de vida.

“The ability to answer this question also sheds light on how much regenerative capacity exists within a given area compared with the regenerative capacity demanded by the population of that area, and how this has changed over time” (WACKERNAGEI et ali., 1996, p 4).

⁹ O Índice de Pegada Ecológica é uma metodologia de contabilidade ambiental expressa em hectares globais (gha), que tem como objetivo verificar se os padrões de consumo estão dentro da capacidade ecológica do planeta. Fonte: http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/o_que_e_pegada_ecologica/ . Disponível em <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/calculators/>

De uma maneira bem simples, o Índice imprime fortes ideias de sustentabilidade e leva à reflexão sobre a necessidade de adoção de ações mais sustentáveis. Além disso, a Pegada proporciona a responsabilidade dos indivíduos pelas ações degradantes. Apesar da imprecisão do Índice apontada por Sachs (2010), optou-se por utilizá-lo devido seu aspecto didático e lúdico, não o percebendo como um parâmetro e sim como ponto de partida para as discussões acerca do tema sustentabilidade nos grupos focais.

A princípio o cálculo do Índice pelos alunos seria realizado *online* mas, devido dificuldades de acesso aos computadores da escola no período dedicado a esta atividade, foram utilizados formulários impressos (anexo 3). A partir do Índice individual calculado houve uma discussão acerca do impacto da espécie humana no planeta Terra. As temáticas apresentadas anteriormente e os comentários e posicionamentos dos alunos acerca dessas discussões foram registrados em caderno de campo. Participaram da discussão dos temas os alunos, a pesquisadora, e a professora de História¹⁰ da Escola “A”

Nesta parte do estudo participaram 24 jovens de ambos os sexos, estudantes do 3º ano do Ensino Médio, turma 3, noturno da Escola “A”.

¹⁰ Essa professora foi a única que apoiou o projeto e participou das atividades propostas.

Figuras 2 e 3- Discussão sobre sustentabilidade realizada entre estudantes do 3º ano do Ensino Médio, turma 3, noturno, da Escola “A” utilizando o Índice da Pegada Ecológica.



(Fonte: Elaboração própria com base em dados coletados na pesquisa de campo)

A pontuação da Pegada Ecológica dos jovens se deu entre 45 e 66 pontos à exceção de 1 deles que pontuou entre 67 e 88 pontos.

De acordo com os índices da Pegada Ecológica, 96 % dos jovens estão na margem do *Alerta* (23 jovens com uma margem de 45 a 66 pontos) e um deles na margem do *Alerta total* (67 a 88 pontos). Eles consomem mais da Terra do que ela é capaz de regenerar. Os alunos estão explorando os limites da capacidade da Terra. Esses índices¹¹ demonstram que, se todos no planeta consumissem como os jovens pesquisados, seriam necessárias 3 (três) Terras para atender a demanda por recursos naturais necessários para suportar o padrão de consumo desses jovens.

O uso da Pegada foi uma estratégia para iniciar o diálogo com os jovens nos grupos focais. O uso dessa estratégia permitiu uma aproximação com os jovens estudantes e oportunizou o registro das justificativas de suas opções expressas no questionário, que foram usadas para ilustrar o posicionamento dos jovens.

¹¹ Fonte : http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/o_que_e_pegada_ecologica/. Disponível em <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/calculators/>

Nesse estudo também foi elaborado um protótipo de um jogo de compras chamado Vitrine Virtual - VV¹² (Apêndice 6) como estratégia de interação que facilitasse a coleta de dados para complementar as informações obtidas dos jovens do Ensino Médio a partir dos questionários.

Segundo Silva e Barbosa (2015) o jogo é uma ferramenta que favorece a interação,

[...] faz com que o sujeito interaja utilizando zonas próprias e específicas do cérebro para elaboração de estratégias, soluções de problemas [...]. No espaço do jogo emerge livremente e sem repressões o conhecimento e formas estratégicas de solução de problemas, ajudando a desenvolver habilidades e competências necessárias à vida presente e futura.

A partir da análise de jogos *online* que têm por objetivo estimular o consumo¹³ entre jovens e crianças principalmente as meninas, notou-se que o jogo estimula a compra de roupas e outros itens sem desenvolver nenhuma reflexão sobre o consumo e suas consequências. No ambiente virtual também é dado a eles autonomia e recursos para aquisição dos bens ofertados ali.

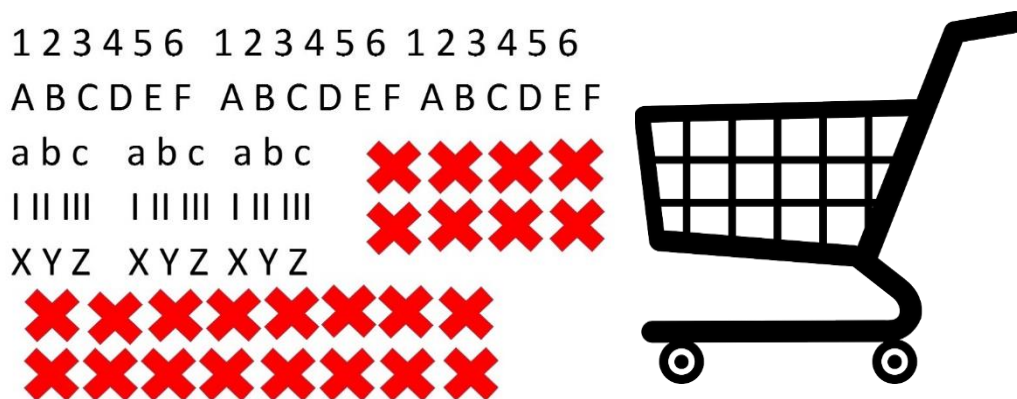
Desta forma, considerando o tempo da pesquisa e a inexistência de financiamento optou-se por criar “ambientes de simulação de compras” em papel, onde os jovens escolhessem os produtos a partir de fichas que simulavam ambientes de compras, onde eles teriam autonomia e recursos para fazer suas compras e depois fossem questionados a respeito de suas escolhas. A finalidade dos questionamentos foi justamente investigar a relação entre consumo e sustentabilidade e levar os jogadores à reflexão sobre suas escolhas e de que forma expressariam ou não preocupação com as questões ambientais.

Após testes realizados com jovens que não participavam da pesquisa, mas que estavam na mesma faixa etária dos envolvidos, foram criados sete “ambientes de simulação de compras” nos quais eles marcavam o seu carrinho (confeccionado em papel dobradura) com os adesivos (da cartela entregue anteriormente) referentes aos produtos que “desejassem adquirir” (Figura 4).

¹² O jogo segue as prerrogativas de um jogo de simulação, é uma criação própria, desenvolvida para esse estudo que teve como objetivo facilitar a interação e a captação das repostas por parte dos educandos.

¹³ Exemplos de jogos <http://www.enjoydressup.com/play/belle-books-and-fashion?ref=index>;
<http://www.meninasjogos.com.br/fazer-compras-em-nova-iorque/>;

Figura 4: Cartela de adesivos e carrinho de compras do Jogo Vitrine Virtual.



Fonte: Jogo Vitrine Virtual- elaborado neste estudo

O jogo pode revelar contradições, ajuda a formular respostas aos questionamentos de maneira mais clara, favorece a elaboração das percepções e desafia a um posicionamento crítico (SILVA; BARBOSA, 2015). Santos & Ortega (2009) afirmam que o jogo possui características motivadoras devido à capacidade “de mobilizar” os jogadores e dessa forma, o uso da ferramenta pode captar o que não seria dito pelos jovens em um questionário ou entrevista convencional.

O Vitrine Virtual simulava, de maneira lúdica, ambientes de compras onde eram oferecidas mercadorias (com informações como procedência, material de confecção, entre outras) e apresentadas situações e dilemas aos participantes de forma a revelar suas escolhas e comportamento como consumidores em relação a sustentabilidade.

Higuchi et al. (2010) declaram a partir da perspectiva freiriana¹⁴, que o professor (ou neste caso, o pesquisador) deve ser um motivador para que seus alunos busquem suas respostas de maneira eficaz e criativa durante a aplicação de um jogo. A elaboração do Vitrine Virtual e sua avaliação como instrumento de coleta de dados foi realizada a partir da Experiência da Aprendizagem Mediada de Feuerstein (JAPPUR et al, 2014) que pressupõe como critérios fundamentais: intencionalidade e reciprocidade, transcendência e significado.

¹⁴ Paulo Freire (1987) pregava que a educação liberta. Ambos, professor e aluno são sujeitos do conhecimento e, portanto, devem ser respeitados em suas individualidades e agir com criticidade.

Essa fase da pesquisa com os jovens do Ensino Médio consistia na abordagem do consumo a partir do uso de um processo lúdico como forma de contextualização da sustentabilidade no consumo e complementação de informações considerando limitações e lacunas que poderiam ocorrer na aplicação dos questionários e nas reuniões do grupo focal. A partir do jogo seriam analisados os pressupostos e a presença ou ausência de critérios da sustentabilidade nas escolhas e prática de consumo feitas pelos jovens do Ensino Médio a partir de critérios de sustentabilidade proposta pelos Oito R's do Instituto Akatu (2001).

O VV foi desenvolvido para ser aplicado aos jovens estudantes do Ensino Médio. Porém, devido às dificuldades encontradas na Escola Pública "A", como a inserção da pesquisadora nos tempos de aula, inicialmente acordado em cronograma estabelecido com a direção, os problemas ocorridos na escola no decorrer da pesquisa para fechamento do ano letivo escolar e a preparação dos estudantes para as avaliações externas, objetivando o acesso à universidade (ENEM¹⁵, SIS¹⁶ e PSC¹⁷), sua aplicação se deu com o grupo de jovens professores em formação e universitários de cursos de licenciatura de diversas áreas do conhecimento de universidades públicas, centros universitários e faculdades privadas. Esses jovens universitários estavam na faixa etária considerada no estudo (17 a 22 anos) e cumpriam estágio supervisionado em uma escola privada ("B") localizada próximo à Escola "A".

A abordagem aos 12 universitários com aplicação do jogo Vitrine Virtual – VV e a realização de grupos focais com esses jovens se deu entre os dias 3 de dezembro de 2016 e 28 de fevereiro de 2017 nos horários de intervalo e durante as férias dos alunos na Escola Particular "B".

Durante a aplicação do jogo VV os universitários foram convidados a escolher os produtos que consumiriam baseados em informações sobre esses produtos: origem, material de confecção e sobre seus comportamentos como consumidores: (preferências, forma de descarte) disponibilizados nas fichas de cada "ambiente virtual

¹⁵ Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM.

¹⁶ Sistema de Ingresso Seriado da Universidade do Estado do Amazonas - SIS

¹⁷ Processo Seletivo Contínuo da Universidade Federal do Amazonas - PSC

de compras” demonstrados pela pesquisadora (melhor dispostos no item 2.3 deste estudo).

A partir de “ambientes” dispostos em folhas de A4, mostrado, um após outro pela pesquisadora, foram questionadas aos jovens universitários escolhas de mercadorias, e preferências sobre suas escolhas de compra. A pesquisadora “passeava” pelos ambientes com os jovens, mostrando cada lugar. Quando os jovens escolhiam “seus produtos”, colavam os adesivos referentes a eles no carrinho.

Após a aplicação do VV, também foram constituídos três grupos focais com os universitários e, o carrinho de cada jovem que participou do jogo foi utilizado pela pesquisadora nas discussões no grupo focal de forma a explicitar os motivos de suas escolhas durante sua participação do jogo.

Figura 5. Estudantes universitários de cursos de licenciatura de diversas áreas do conhecimento, estagiários da Escola Privada “B” jogando o Jogo Vitrine Virtual - VV.



(Fonte: - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

A observação participante foi realizada nos grupos focais com os estudantes (G2 e G3), durante as atividades escolares (hora da merenda, feira cultural, reunião com a equipe pedagógica) e a aplicação das ferramentas de pesquisa. Essa técnica permitiu o envolvimento necessário para compreender um pouco mais o contexto em que esses jovens estão inseridos permitindo a análise dos resultados. Segundo Gil (2002) é essa observação ativa que demonstra o grau de participação do observador

na vida do grupo ou situação estudada e lhe dá condições de compreender os processos ali desenvolvidos. Para Whyte (2005) a observação participante supõe a interação entre pesquisador e pesquisado e as informações dependem das relações que se desenvolvem entre esses dois sujeitos.

As respostas às questões fechadas expressas pelos jovens durante o trabalho de campo, inicialmente foram sistematizadas em planilhas utilizando o Programa Excel e posteriormente receberam tratamento estatístico descritivo para elucidar melhor os aspectos relacionados aos objetivos da pesquisa.

As respostas às questões abertas e opiniões expressas durante a aplicação dos questionários e nas reuniões nos grupos focais foram analisadas utilizando a Análise de Conteúdo realizada a partir da perspectiva de Bardin (2011) compondo um quadro de interpretação que caracterizaram elementos qualitativos da pesquisa. Os resultados do jogo Vitrine Virtual foram analisados a partir dos critérios de Feuerstein citados anteriormente: intencionalidade e reciprocidade, transcendência e significado.

A partir daí iniciou-se o exame dos resultados à luz de conceitos e teorias relacionados aos temas estudados, recorrendo, sempre que necessário, a suporte teórico e informações contemporâneas como pesquisas de institutos e de grupos de estudiosos sobre o consumo. É importante salientar ainda, que o objetivo principal da pesquisa não é a comparação entre os grupos, embora isso ocorra às vezes considerando que em alguns casos as informações de ambos se complementam e permitam reflexões consideradas importantes.

O TCLE utilizado na pesquisa se mostrou limitado pois o mesmo não apresentava espaço para a inserção do nome social dos indivíduos, o que levou a dois casos de solicitação dos alunos, os quais preencheram a identificação codificada com o nome de registro (que está no diário de classe) e o nome social, de acordo com a legislação vigente ¹⁸.

¹⁸ Disponível em <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/03/conselho-lgbt-garante-uso-do-nome-social-em-escolas-e-instituicoes> acesso em 11 de janeiro de 2017

Ao final do trabalho, a dissertação foi submetida à análise de detecção de plágios através do software “Plágius 2.4 beta 1”. Disponível em <https://www.plagius.com/> acesso em 10 de março de 2017.

PARTE II- RESULTADOS E DISCUSSÃO

CAPÍTULO 1: JOVENS E CONSUMO

O consumo se converteu na arena onde a cultura é motivo de disputas e remodelações. Assim, decisões são baseadas em juízos morais e tanto geram quanto expressam aquilo que conhecemos como cultura (PORTILHO, 2010, p. 72 - adaptado)

Os jovens representam $\frac{1}{4}$ da população brasileira (IBGE, 2010) e são um elo de ligação entre as gerações (UNICEF, 2011). Na literatura, a denominação que caracteriza esse grupo social ora é apresentada como jovem, ora como adolescente, já que existem diferentes classificações de acordo com a natureza das instituições (Tabela 3). Neste trabalho opta-se por utilizar a denominação apresentada pelo IBGE.

Tabela 3. Faixa etária das categorias sociais adolescentes e jovens adotadas no marco legal brasileiro e em instituições nacionais e internacionais.

CATEGORIAS SOCIAIS	ONU	ECA	IBGE
Adolescentes	10 a 19 anos	12 a 18 anos	12 a 18 anos
Jovens	18 a 29 anos	-	15 a 24 anos

Fonte: Costa, 2017 - Tabela elaborada neste estudo a partir de dados do Fundo das Nações Unidas para a Infância - UNICEF (2011), do Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, BRASIL (1990) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, BRASIL (2010).

Não sendo o propósito deste estudo recuperar a discussão acerca da categoria juventude, nos limitaremos a explicitar os requisitos que nortearam a abordagem dos jovens no âmbito da pesquisa. Para Dayrell (2003) o “vir a ser” presente na caracterização comum da juventude tem uma abordagem negativa porque o relega “àquele que ainda não é” e isso faz com que o jovem não seja encarado como um ser atuante na sociedade. Outra limitação da definição desse grupo social é a romantização da juventude, dotada de um certo grau de futilidade e despropósito, da época da liberdade, de erros cometidos, do hedonismo e da cultura de “final de semana”. Para Perondi (2013) os jovens se preocupam com as questões sociais e o esvaziamento que sofre o conceito de juventude não está ligado diretamente ao jovem em si, mas às dimensões que o senso comum lhes atribui.

Corroborando Dayrell e Perondi, consideramos o jovem como sujeito social influenciado e que influencia o meio social concreto no qual se desenvolve, resultando em uma diversidade de modos de ser.

Os modos de vida da juventude estão diretamente ligados ao seu acesso a bens de consumo. De acordo com Douglas e Isherwood (2013, p15) “*as coisas são inventadas e sustentadas na cultura*”. As formas de vestir, comer, falar, usar estão ligados diretamente a componentes culturais que revelam uma forma de comunicação e expressão com o mundo exterior, sendo os bens as ferramentas desse processo de comunicação.

Para Barbosa et al (2014) os jovens brasileiros, se comparados a outros da Europa e Estados Unidos, demoram a sair do núcleo familiar e talvez por isso não sejam responsáveis por seus gastos. Todavia isso não os torna sujeitos ausentes dos processos de consumo. Pelo contrário, na pesquisa¹⁹ realizada pelo Instituto Akatu (2001), em vários países, para os jovens brasileiros o consumo é um tema de grande interesse. Comprar ocupa um espaço de destaque na agenda e no pensamento do jovem moderno. Uma explicação para esse interesse é que o comprar extrapola a aquisição em si, relaciona-se ao status e ao prazer que o acesso aos bens traz (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008).

Dessa forma, partimos dos quatro motivos apresentados por Camargo (2015), para entender as partes que compõem a atividade de consumo: (1) na descoberta e expressão da identidade (self); (2) o marcador social (status); (3) a transferência de significados (significação); (4) os artefatos de acordo com cada cultura (rituais).

O insight: estratégias de consumo de jovens estudantes do Ensino Médio em um Shopping de Manaus.

Nas observações exploratórias, que antecederam a decisão dos sujeitos e locais da pesquisa, foram realizadas visitas em dias alternados nos meses de outubro e novembro de 2015 ao Shopping “S” (Zona Norte da Cidade de Manaus, AM), localizado em frente à Escola Estadual “A”.

¹⁹ Pesquisa com a finalidade de conhecer e explorar as possíveis manifestações de estilos sustentáveis de vida entre os jovens adultos brasileiros, na qual foram entrevistados 1.000 jovens de 18 a 35 anos em nove regiões metropolitanas e no Distrito Federal, em 2009.

Durante essas visitas verificou-se que os jovens, ao sair da Escola Estadual “A”, se deslocavam para o estabelecimento comercial com frequência. Foi então que se iniciou a observação direta de até dois grupos de jovens estudantes/dia durante suas idas àquele Shopping, conforme descrito em detalhes a seguir (Tabela 4).

Tabela 4. Número de estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A” (Grupo 1) observados quanto às práticas de consumo na Praça de Alimentação de um Shopping na Zona Norte de Manaus, AM.

DATA/DIA DA SEMANA (2015)	Nº. DE ESTUDANTES OBSERVADOS NA PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO/SHOPPING ZONA NORTE		
	GRUPO 1	GRUPO 2	SUB-TOTAL
02/10 Sexta-feira	2	2	4
05/10 Segunda-feira	5	2	7
06/10 Terça-feira	4	-	4
06/11 Sexta-feira	6	7	13
13/11 Sexta-feira	8	7	15
27/11 Sexta-feira	5	-	5
27/11 Sexta-feira	4	5	9
TOTAL			57

Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa exploratória, elaborada neste estudo.

Esses estudantes eram identificados na Praça de Alimentação a partir do uso do fardamento escolar da Escola “A”²⁰. Foram observados 57 jovens em dois momentos. Primeiro nos dias 2, 5 e 6 de outubro de 2015, no horário de 15h às 17h totalizando duas horas de observação ininterruptas ao dia. A partir dessas observações e das realizadas na frente da Escola “A” em dias alternados, verificou-se que o maior número de estudantes frequentava aquele espaço nas sextas-feiras.

A partir desta constatação, foram realizadas observações todas as sextas-feiras²¹ do mês de novembro do mesmo ano, no horário de 14h às 17h30 totalizando 13,5 horas de observação. Esses jovens, eram acompanhados à distância e a observação direta nesse local teve por objetivo identificar as práticas de consumo dos

²⁰ Escola Estadual de Ensino Médio onde parte deste estudo foi desenvolvida.

²¹ Exceto 20/11/15 que foi feriado escolar, considerando comemorar-se o dia da Consciência Negra.

jovens estudantes durante o período em que eles estavam na Praça de Alimentação do Shopping.

Verificou-se que eles sempre iam em pequenos grupos que aparentemente se conheciam, uma vez considerando que chegavam sempre juntos, e apresentavam um comportamento de proximidade e relacionamento amistoso ao sentarem em torno da mesma mesa.

Quando estavam ali, alguns jovens trocavam as roupas, tirando a farda que lhes atribua a identidade de estudantes da Escola “A” e se misturavam anônimos à multidão. Provavelmente, essa busca de anonimato se dê como forma de se inserir entre os consumidores que frequentam o Shopping “à paisana” e os deixem trafegar naquele espaço livres de julgamentos como os que estariam gazeteando aula, ou de não pertencer ao grupo daqueles que fardados, estariam ali trabalhando. Acreditamos que essa interpretação seja possível considerando o que preconiza Nunes:

A valorização de espaços de consumo de classe média, como os shoppings centers, apontados como áreas de lazer de fim de semana, indicam que, mesmo em desvantagem em relação aos grupos dominantes, há uma permanente tentativa de diferenciação do lugar de origem, do próprio grupo, prevalecendo a individualização (NUNES, 2007, p. 657).

Reunidos em grupos em torno das mesas, os estudantes teclavam muito ao celular. A audição desses jovens se alternava entre o som dos fones e do ambiente, a visão parecia difusa e a atenção partilhada entre o local e o virtual. O objetivo deles naquele momento de socialização parecia ser conversar, ouvir música e aproveitar o Wi-Fi gratuito²² disponibilizado pelo Shopping “S”.

Esses estudantes utilizavam esse espaço à sua maneira. Aproveitavam suas benesses reinventando seus usos. Foi registrada a compra de seus lanches fora da Praça de Alimentação. Eles se dirigiam aos supermercados localizados em outra ala do Shopping, onde o custo dos alimentos é menor e, munidos de sacolas plásticas com seus produtos, subiam as escadas e utilizavam as mesas da Praça para consumi-los, desfrutando do mesmo ambiente daqueles que compraram alimentos nas caras lanchonetes ali localizadas (Figura 6). Neste contexto, o Shopping seria, segundo

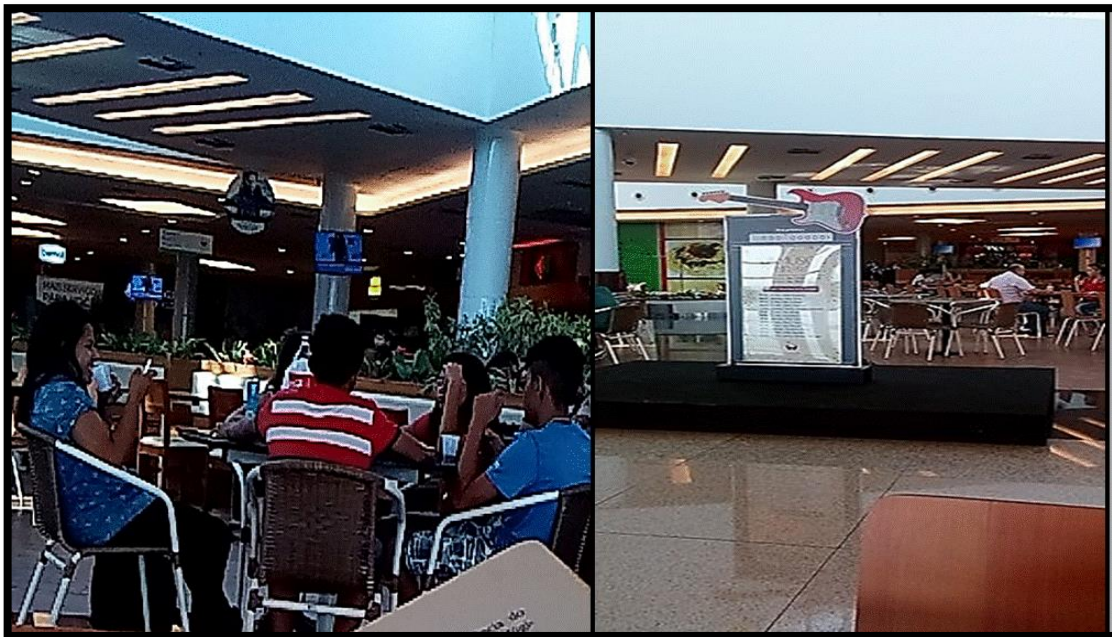
²² Na época da observação o shopping não limitava o acesso ao Wi-Fi. Atualmente há um limite de 1h por acesso.

Fischer (1994, p.185) um “*lugar de teatro permanente onde se passa sempre qualquer coisa*”.

Durante as observações esses estudantes não realizaram leitura ou outras atividades relacionadas à escola. Percebia-se que para eles ali era o lugar da diversão e da socialização. Neste contexto, o consumo é uma ferramenta de reafirmação do que se é e do que se quer ser, aliando à ideia de entretenimento, liberdade e status, que reforça a abordagem de Campbell (2001) de que o consumo se tornou tão fundamental porque aliou uma ética romântica ao entretenimento, deslocando as necessidades do que é puramente relacionado à sobrevivência. Para Bauman (2001) nesses espaços “a tarefa é o consumo, e o consumo é um passatempo absoluto e exclusivamente *individual*, uma série de sensações que só podem ser experimentadas vividas subjetivamente”. O lugar estava cheio de pessoas, mas esses grupos pouco interagem em torno de uma ação coletiva, os encontros eram breves e pareciam ser superficiais. Os shoppings incentivam a aquisição de bens, pois seu objetivo é a individualidade e o consumo (RAMALHO-PINTO, 2012).

Verifica-se que esses jovens do Ensino Médio estabeleceram uma relação de *espaço tomado* (FISHER, 204, p. 189) com o Shopping “S” devido à familiarização com o local, transformando-o em um lugar (TUAN,1980) com o qual se dá uma relação imbuída em significados e relacionamentos, sendo assim, o lugar do entretenimento, das amizades, do consumo possível. Esse processo se assemelha ao que FISCHER (1999, p.23) postula: “[...] o território não existe em si mesmo: só tem realidade através daquele que nele está e que o torna objeto de conhecimento”.

Figura 6: Alunos na Praça de Alimentação do Shopping “S” (Zona Norte de Manaus) consumindo o que compraram no supermercado.



Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa exploratória.

O Shopping “S” se configura, também, como um espaço de errância (FISCHER,1994), uma fuga das obrigações escolares e domésticas e um momento de relaxamento e socialização com seus pares. Um espaço social paralelo e alternativo aos espaços socialmente determinados: a casa e a escola.

Na sociedade baseada na sedentariedade e na rotina, a *errância* se configura como o lugar do prazer, da (des) obrigação “[...] trata-se de lugares particularmente valorizados [...] mas em todo o caso da maneira mais rápida possível para neles aliviar tensões durante um tempo limitado e programado”. (FISCHER, 2004, p. 184). O autor (idem: 185), delimita as características destes espaços de errância: o evitamento dos obstáculos, a rendição ao hedonismo, a estância, a atenção irradiada e a liberdade de comportamentos.

Neste estudo, acredita-se que a errância se caracteriza pela ruptura de direção, causada pela negativa em rumar para casa após as aulas e se dirigir ao Shopping “S” com os amigos, local onde esses jovens parecem estar à vontade e onde respeitam as normas. Não foram registradas grandes demonstrações de quebra das regras, apenas dois episódios podem ser caracterizados como aparentes desvios: a sujeira deixada por um dos grupos em uma das mesas da Praça de Alimentação; além de um

único grupo desses menores que consumiram bebida alcoólica e foram advertidos pelos seguranças. No geral, esses jovens se comportavam adequadamente respeitando as regras estabelecidas neste tipo de espaço, que se difere dos demais estabelecimentos comerciais do entorno.

O Shopping “S” parece ser um mundo “à parte”. É perceptível que o trânsito na região ficou muito mais difícil com a abertura desse centro de compras. Porém, dentro do estabelecimento isso não é notado. Pelo contrário, esse espaço parece ser uma *ilha de calmaria* rodeada pelo caos, um espaço de beleza em contraste com as periferias desorganizadas, “civilizado” em contraponto ao entorno “selvagem”. É um ambiente climatizado, diferente do calor das ruas, bem iluminado, onde as cores se destacam, é bonito, com ilhas de paisagens; é agradável, seguro e aparentemente higiênico, além de bem localizado, uma vez que a escola na qual esses jovens estudam está do outro lado da rua. Talvez o entorno caótico lhe garanta ainda maior beleza, por se assemelhar a um “oásis frente ao deserto”. Todavia, nem tudo é tão belo neste empreendimento gigantesco, a Associação Comunitária do Parque Sumaúma denuncia que este Shopping invadiu uma área de preservação e joga esgotos, inclusive material pesado, dentro da reserva. Outra denúncia está relacionada ao impacto que o empreendimento trouxe à área residencial à sua volta²³. *“Portanto, a utopia da cidade moderna difunde no território mais do que um plano, um poder instituído a partir de uma complexa trama de ações de transformação territorial”* (VICENTINI, 2001, p. 12).

O Shopping “S” é mais valorizado para convívio social que os espaços naturais, como a Reserva Sumaúma, que fica localizada logo atrás do estabelecimento, mas que não se mostrou, durante o período de observação e visitas a este lugar, como um local de interesse dos estudantes. Dessa forma, a ida dos jovens ao shopping integra características desejadas na sociedade contemporânea: segurança, status, liberdade, beleza e felicidade. Segundo Bauman (2008) o fenômeno do consumo só se afirmou na atualidade devido a essas promessas.

²³ Disponível em <http://amazonasatual.com.br/grupo-db-ignora-impaco-de-vizinhanca-do-shopping-sumauma/> e com inquérito nº 906/2015 (número tomo) do Ministério Público do Amazonas. Consulta em 24 de outubro de 2015.

O Shopping os atrai e talvez por isso eles se dirigissem quase todos os dias para lá. Essas observações exploratórias se constituíram em um conjunto importante de *insights* para a construção dos demais instrumentos de coleta de dados e para a percepção do comportamento dos alunos de forma a permitir uma abordagem mais adequada durante o trabalho sistemático realizado na Escola Pública “A” com estudantes do Ensino Médio e com os jovens universitários, futuros professores (licenciatura), que atuavam como estagiários na Escola Privada “B”.

Consumo entre jovens estudantes do Ensino Médio: interesses, identidade, individualidade.

Analisar o consumo dos jovens estudantes do Ensino Médio consiste em entender como esses cidadãos, que nasceram durante o ápice do debate da crise ambiental no Brasil (Década de 90), se comportam como consumidores, buscando verificar sua sensibilidade em perceber o consumo como processo que se inicia na produção e termina no descarte e seus interesses frente a essa ação indispensável no dia a dia das sociedades contemporâneas.

A Escola Estadual “A” foi identificada como um lugar ideal para se trabalhar com os jovens em formação durante o período de observação exploratória descrita anteriormente. Essa Escola oferece Ensino Médio nos turnos matutino, vespertino e noturno. Muito limpa, com salas de aula espaçosas e equipadas com projetor multimídia e laboratórios de informática e ciências, se constitui em um espaço de ótimo padrão quando comparado com outras escolas de bairros periféricos. No interior da Escola não se viam pichações ou qualquer forma de poluição visual. Todos os avisos eram afixados em painéis dispostos nos corredores, salas de aula e áreas administrativas.

Os estudantes do 3^o ano do Ensino Médio abordados na pesquisa demonstraram satisfação com a escola, classificando-a no geral como boa. Durante as reuniões com os grupos focais os jovens disseram que raramente os professores faltam, alguns são bem exigentes e a infraestrutura da escola é satisfatória.

Um exemplo de interação entre os alunos no ambiente escolar foi a Feira Cultural, ocorrida em outubro de 2016, abordando o tema “Riqueza Cultural dos Povos

Indígenas do Estado do Amazonas” (Figura 6). Todavia, verificou-se um baixo nível de participação dos professores no evento, organizado, a princípio, pela professora de História.

Figura 7: Feira Cultural da Escola Estadual “A”. Tema: “Riqueza Cultural dos Povos Indígenas do Estado do Amazonas”. Outubro de 2016.



Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

Os estudantes da Escola “A” são oriundos principalmente das Zonas Norte e Leste da cidade de Manaus, em sua maioria do gênero feminino (Tabela 5) e distribuídos na faixa etária de 17 a 20 anos de idade (Tabela 6).

Tabela 05. Distribuição dos jovens estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A” (Grupo 2) por gênero. N=81.

GÊNERO	NÚMERO DE ESTUDANTES (FREQUÊNCIA - %)
Feminino	41 (50,6)
Masculino	37 (45,7)
Não responderam	3 (3,7)
TOTAL	81

Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

Tabela 06. Distribuição dos jovens estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A” (G2) por idade. N=81.

FAIXA ETÁRIA	NÚMERO DE ESTUDANTES (FREQUÊNCIA - %)
17 anos	23 (28,4)
18 anos	34 (42,0)
19 a 20 anos	13 (16,0)
Não responderam	11 (13,6)
TOTAL	81

Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

Apesar desses estudantes frequentarem a Escola Estadual “A” no turno noturno, a maioria deles (64,2%) não trabalha (Tabela 07). Durante os grupos focais verificou-se que o maior número deles morava com os pais ou com um destes, sendo raros aqueles que, sendo casados, declararam depender financeiramente do cônjuge. Nenhum deles declarou morar sozinho.

Tabela 07. Distribuição dos jovens estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual “A” (G2) de acordo com a condição de trabalho. (N=81).

TRABALHA	NÚMERO DE ESTUDANTES (FREQUÊNCIA - %)
Não	52 (64,2)
Sim	29 (35,8)
TOTAL	81

Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

A renda familiar da maioria dos jovens (58%) é de até dois salários mínimos²⁴ (Tabela 8), acima dos R\$1.113,00 (um mil cento e treze reais) apontados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), como a renda média do brasileiro no ano de 2015²⁵.

²⁴ Salário mínimo com base no ano de 2015 no valor de R\$788,00 (setecentos e oitenta e oito reais). Fonte: http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/salario_minimo.htm.

²⁵ Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad/default.shtm>

Tabela 8: Renda familiar (em salários mínimos) de estudantes do Ensino Médio da Escola Pública “A” (G2). N 81.

SALÁRIO MÍNIMO*	NÚMERO DE ESTUDANTES/ FREQUÊNCIA (%)
Até 1	11/ 13,6
De 1 a 2	36/ 44,4
De 2 a 3	-
De 3 a 5	29/ 35,8
Acima de 5	2/ 2,5
Não respondeu	3/ 3,7
TOTAL	81/100

Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

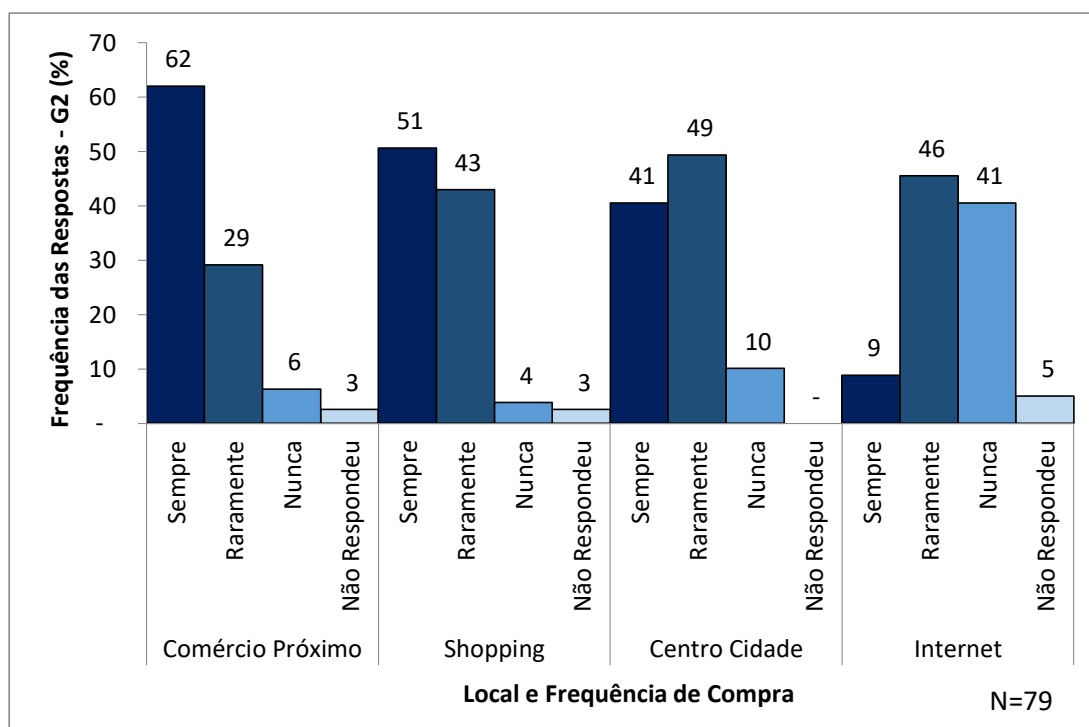
* Salário mínimo com base no ano de 2015 no valor de R\$788,00 (setecentos e oitenta e oito reais). Fonte: http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/salario_minimo.htm.

O perfil socioeconômico deve influenciar de maneira direta a forma como este grupo consome, pois, por não ter renda própria, dependia de outrem para satisfação de suas necessidades.

A maioria deles (62% dos entrevistados) declarou *sempre* fazer compra no comércio próximo de suas casas, seguidas do shopping e do centro da cidade (Figura 8). Vale ressaltar que o Shopping referenciado pelos estudantes durante as entrevistas era, em sua maioria, aquele onde o estudo exploratório foi desenvolvido (Shopping “S”), localizado em frente à Escola Estadual “A”, onde estudam. Com base nas observações proporcionadas pelas reuniões nos grupos focais, verificou-se que, quanto às compras realizadas nos estabelecimentos localizados na vizinhança de suas casas os itens alimentação (lanches) e vestuário eram os mais consumidos nesses espaços. No caso de compras do vestuário, a grande maioria também declara que as faz nos estabelecimentos próximos de casa ou no centro da cidade onde os preços são geralmente mais acessíveis e há uma maior diversidade de produtos populares. No Shopping o consumo está relacionado a itens de alimentação (lanches), itens de cuidados pessoais (maquiagem, cosméticos, perfumaria) e entretenimento (cinema, praça de alimentação pela disposição de mesas que permitem a socialização e a disponibilidade de Wi-Fi gratuito).

(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

Figura 8: Frequência e locais utilizados pelos estudantes do Ensino Médio da escola pública “A” (G2) para realização de suas compras (N=81).



Mesmo considerando que o consumo de internet entre os jovens no Brasil cresceu 50% de 2003 para 2013, saltando de 35% para 85% (IBOPE, 2014)²⁶, os jovens do Ensino Médio participantes deste estudo *raramente* (46%) ou *nunca* (41%) fazem compra na *internet* e aqueles que declararam fazer compra na internet compram jogos ou aplicativos (Figura 8). Korgaonkar e Wolin (2002) já revelavam que “usuários mais velhos são também mais propensos a fazer compras pela rede, e com maior frequência do que os usuários mais jovens”. Outro complicador para a compra via internet entre os jovens manauaras pode ser o alto custo cobrado pelo frete para a região norte, valor este às vezes maior que o próprio produto. Dessa forma, nota-se que entre os jovens pesquisados as *e-compras* ainda não se disseminaram. Segundo os autores as *e-compras* podem gerar maior relacionamento entre consumidores e consumo pois através da web os consumidores participam mais ativamente do processo de concepção dos produtos. Tal participação revela a possibilidade de se enxergar como um sujeito responsável pelas escolhas.

²⁶ Disponível em <http://appbrasil.org.br/app-brasil/servicos-e-manuais/ibope-media/> acesso em 3 de março de 2017

Relacionado ao item vestuário, embora no questionário houvesse a opção “brechó”, nenhum desses jovens declarou fazer compras nestes espaços. Se os bazares ou brechós²⁷ oferecem o que os jovens querem, que é o menor preço, porque esses espaços ainda não conquistaram os entrevistados? Nota-se aí uma contradição. Embora os jovens do Ensino Médio declarem que o mais importante é o preço, não é somente este o critério decisório na hora das compras. Durante o contato com os jovens nos grupos focais, muitos declaravam que comprar em brechó “não tem status”; “não oferece exclusividade”; “não é meu”; “não tem coisas novas”; “já foi de outras pessoas”. Essas declarações podem explicar suas preferências em comprar roupas novas.

Como dito anteriormente o consumo lhes confere um caráter identitário. Para Nunes (2007) a juventude se apresenta com momentos de busca de proximidade com o outro a partir de identificações externas. Talvez por isso os jovens abordados nesta pesquisa estejam mais interessados em comprar roupas novas que reaproveitá-las, apesar dos recentes apelos e aumento no número de estabelecimentos que oferecem a reutilização de roupas.

A ideia de reaproveitar roupas, sapatos, acessórios e demais bens tem ganhado força atualmente como ramo de negócio. Muitos desses estabelecimentos têm sido instalados, principalmente, nos bairros da periferia de Manaus, com o nome de “Bazar”. Também tem se proliferado o número de *sites* de compra (*e-comercio*) que oferecem produtos e se autodenominam de brechós virtuais²⁸. Esses sites apresentam inúmeros convites para atração do cliente que vão desde preços acessíveis em peças do cotidiano até a facilidade de aquisição de peças de grifes famosas e de luxo.

Canais de TV como o GNT²⁹ também apresentam programas que incentivam a reutilização desses produtos. Apenas para ilustrar, um deles incentiva a doação de roupas de pessoas famosas em prol da caridade e outro ensina formas de customizar peças e reaproveitá-las com o conceito *fashion*. As celebridades que participam de

²⁷ Existe uma linha tênue na diferença entre bazaar (geralmente filantrópicos) e brechós (que buscam lucro pessoal) e ainda a categoria bazar (lojas em liquidação). Por isso tratamos ambos os termos como similares, cientes da limitação conceitual do tema.

²⁸ Exemplos: <https://repassa.com.br>; <http://www.brechoboutique.com.br>; <http://br.alhea.com/ego.br7>; <http://asa-santoagostinho.org.br/brecho.php>;

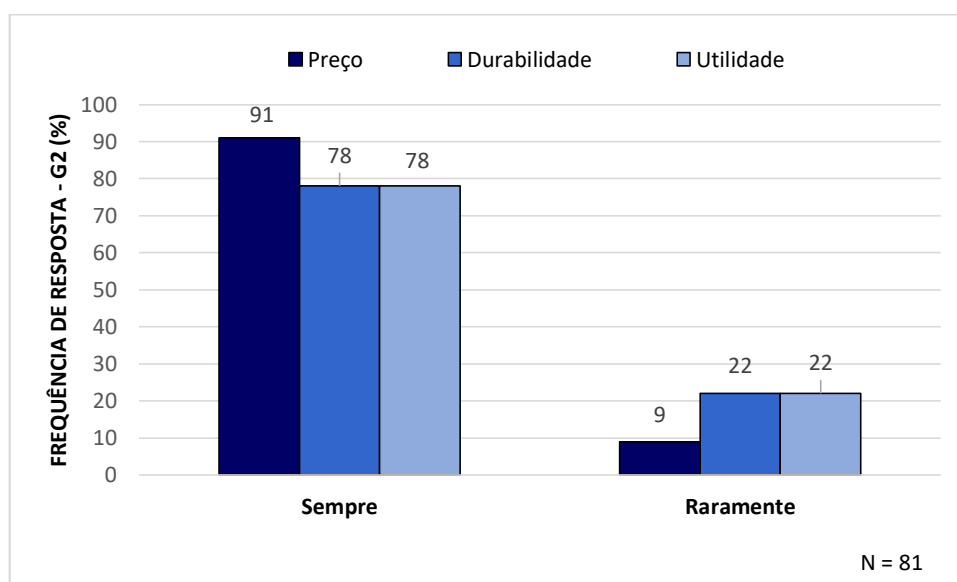
²⁹ O Canal GNT (Globosat News Television), pertencente às Organizações Globo, tem conteúdos que oferecem entretenimento e informação. Fonte <http://www.netcombo.com.br/tv-por-assinatura/programacao/canal/gnt-433>

programas desta natureza pregam uma vida menos consumista e ambientalmente sustentável.

Todavia esses apelos devem ser analisados criticamente, pois podem tanto, de fato incentivar a diminuição do consumo e o consumo consciente, quanto, muitas vezes disfarçados, servir como novas formas de aquisição de capital para a realização de novas compras e a fidelização de novos adeptos a determinadas marcas e produtos.

Quanto aos critérios levados em conta na hora da compra, verificou-se que a grande maioria deles (91%) *sempre* considera o preço como critério mais importante, seguido da durabilidade e utilidade consideradas por 77% dela, em ambos os critérios. Somente 9% desses jovens declararam que *raramente* o preço é o aspecto mais relevante (Figura 9).

Figura 9: Aspectos considerados pelos estudantes do Ensino Médio da escola pública “A” (G1) na hora da compra. (N=81).



(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

A maior preocupação deles com o preço pago pelos produtos pode ser explicada pelo pouco acesso a recursos financeiros, uma vez que a maioria não trabalha, mora com os pais e possui renda familiar de até dois salários mínimos. Esses fatores também podem explicar a decisão de compra nos comércios nas proximidades de seus domicílios, localizados nas Zonas Norte e Leste que, por serem áreas periféricas

de Manaus, praticam preços menores. Esses fatos sugerem que a sobrevivência é a prioridade para a maioria deles.

Castilho (2007) em pesquisa realizada em uma comunidade de morro, no Rio Grande do Sul, afirma que entre os jovens embora haja a valorização da marca de alguns produtos, o preço tem prioridade na hora da compra. Segundo Bauman (2008), em uma situação em que o sustento é o principal objetivo, as demais necessidades ficam em segundo plano. Logo, para esses jovens o preço apresenta-se como uma categoria prioritária para a tomada de decisão dos locais e objetos de consumo, o que pode explicar a barreira enfrentada para a compra de materiais de origem reciclável que tem geralmente um preço mais alto.

Verificamos que entre esses jovens estudantes a forma de produção pouco influencia na escolha de produtos. Na hora da compra, entre os critérios priorizados por eles, não está a reciclagem. Somente 12% dos jovens tem preferência por produtos de origem reciclável (Tabela 9).

Tabela 9: Número de estudantes do Ensino Médio quanto à preferência por produtos recicláveis (G2) N=80.

PREFERÊNCIA POR PRODUTOS RECICLÁVEIS	NÚMERO/ % DE JOVENS ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO
Não	18/ 22%
Sim	10/ 12%
Não Responderam	52 / 65%
TOTAL	80/ 100%

Fonte: Costa, 2017 – Grupo focal na Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo.

Quando questionados, durante o grupo focal, o porquê disto, muitos responderam que “*o produto reciclado não é bonito e é mais caro*”. Pode-se notar que os critérios antes apresentados: preço, durabilidade e utilidade, soma-se a mais um: a beleza, que juntos, formam os integrantes principais nas decisões de compra desses jovens estudantes. As respostas dadas pelos jovens coadunam com a ideia de Baudrillard (1995) de que o consumo é o exercício da liberdade, da aspiração e da escolha. A objetividade explica o consumo já que o objetivo não é a satisfação em si, mas a diferenciação.

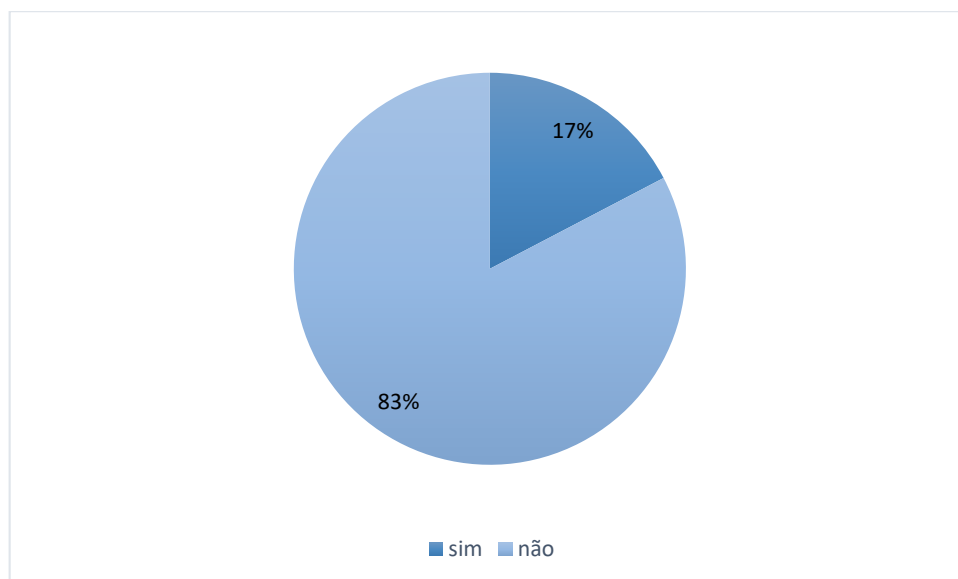
“É o seguinte princípio da análise: nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso) - os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo por referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência ideal respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior” (BAUDRILLARD, 1995, p 60)

Todavia, analisando mais profundamente as respostas dadas a esses aspectos no conteúdo das discussões nos grupos focais e observando a condição socioeconômica do grupo, reforça-se que o preço é o grande protagonista nas decisões de compra desses jovens.

Buscando verificar a sensibilidade desses jovens em perceber que as escolhas no processo de consumo iniciam na fase de produção e terminam com o descarte, indagamos sobre seus posicionamentos frente a esses aspectos.

Quanto ao trabalho escravo, somente 17% declaram que, desistiriam de comprar um produto se soubessem que, no processo de produção, foi utilizado mão de obra escrava (Figura 10).

Figura 10: Porcentagem de estudantes do Ensino Médio que desistiriam da compra de um produto de origem de trabalho escravo (G2). N=75.



(Fonte: Costa, 2017 – Questionário da Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Durante as reuniões do grupo focal questionou-se aos estudantes o porquê desse resultado e a conclusão que eles chegaram pode ser sintetizada da seguinte

forma: “Se o preço for bom, mesmo que o produto tenha relação com a exploração do trabalhador, vale a pena comprar, pois, a sua relação com a escravidão não é direta e sua recusa na compra desse produto não teria força contra a escravidão”. Aqueles que deixariam de comprar disseram que poderiam adquirir outro produto embora todos tenham concluído que não se tem certeza da origem dos produtos no ato da compra.

Esses resultados são muito similares aos apontados por Oliveira et alii (2014), em uma pesquisa realizada em formulário *online* respondido por 217 jovens sobre o consumo *fashion* e a mão de obra escrava, em que a maioria dos jovens não deixariam de comprar devido a existência de escravidão humana no processo produtivo.

...as vantagens pessoais obtidas a partir da aquisição do item (ex., estar na moda, boa experiência de compra) prevalecem sobre a preocupação em consumir de forma responsável. (...) alguns consumidores consideram mais importante “ser *fashion*” do que deixar de comprar itens produzidos com trabalho forçado ou infantil. Ou ainda, que o problema do trabalho escravo se apresenta como algo muito distante da realidade dos consumidores e que, por isso, optam por não se envolver. (...) no caso de os jovens estarem cientes do problema do trabalho escravo, haveria a sensação de que não dispõem de opção para evitar o problema, acreditando que deixar de comprar um produto é uma ação limitada que não contribui de forma definitiva para resolvê-lo. (OLIVEIRA et alii, 2014, p 71)

De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Akatu (2001), a individualidade e o egoísmo estão muito presentes nas decisões de compra dos jovens, o que nos leva a pensar que o comportamento encontrado entre os estudantes estudados é comum a esse grupo social.

A individualidade foi um aspecto presente na maioria das discussões realizadas nos grupos focais durante esse estudo. As expressões “*buscar o melhor para mim mesmo*”, “*me dar bem*” e “*batalhar para ter*” foram expressões repetidas veementemente por eles. O estudo é muito ligado ao “*ter uma profissão*”, para “*ganhar bem*” e poder “*ter as coisas*”, frente às questões relacionadas à coletividade, solidariedade, felicidade e ao desenvolvimento pessoal.

Sobre a individualidade, o Instituto Akatu aponta ainda que:

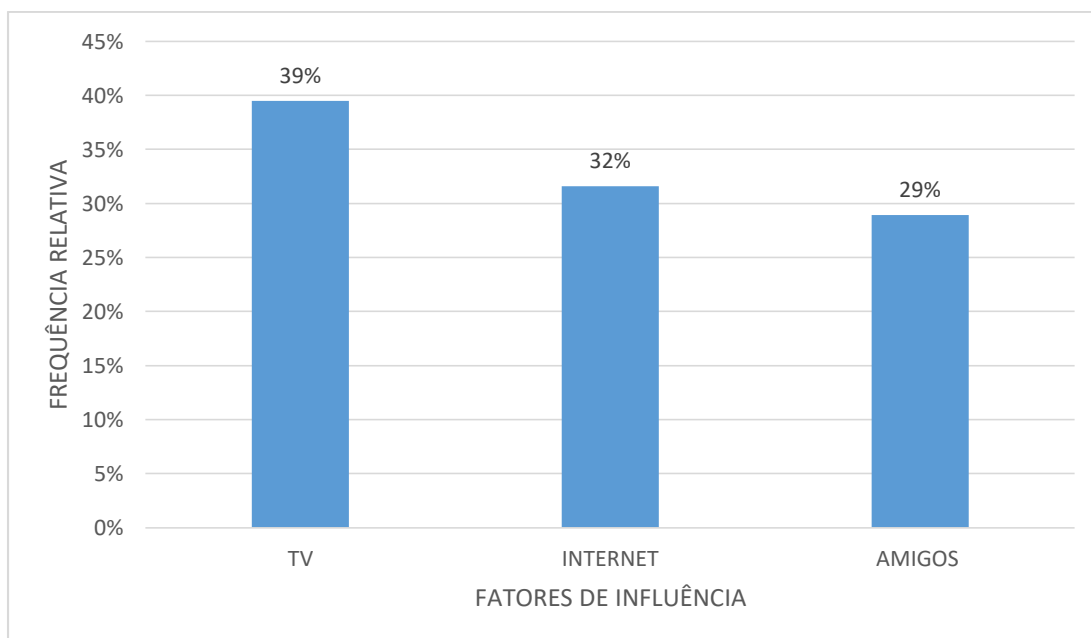
A organização social e política não são instrumentos com os quais eles (jovens) contam. As saídas são individuais, compostas por pequenas

ações, capazes de transformar suas vidas, mas sem a pretensão de uma transformação que vá além das questões que os atingem mais imediatamente. (AKATU,2001, p 43)

Situações similares as que encontramos entre os jovens estudados (G2). Eles ignoravam o modo de produção do bem e sua visão de consumo está desconexa com os modos de produção e os princípios do consumo responsável, dessa forma parecem não se enxergar como pessoas importantes na mudança dos paradigmas sociais atrelados ao consumo.

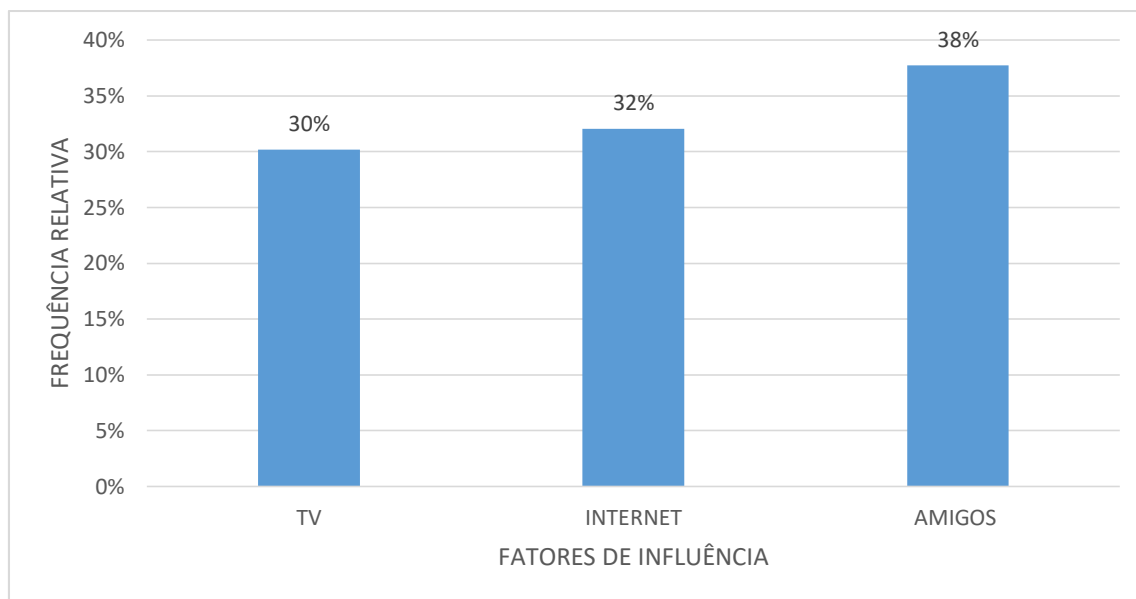
Nos grupos focais, durante as discussões coletivas, esses jovens do Ensino Médio se intitulavam os protagonistas da decisão na hora da compra, como se esta fosse apenas uma decisão individual. Porém, no anonimato, nas respostas aos questionários, a TV, a internet e os amigos aparecem como fontes de influência na hora de suas compras (Figuras 11 e 12).

Figura 11: O que influencia os jovens do Ensino Médio da escola estadual “A” (G2) na hora da compra. N=38.



(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Figura 12: O que não influencia os jovens do Ensino Médio da escola estadual “A” (G2) na hora da compra. N=53



(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

A TV é a maior fonte de influência na hora da compra para 39% desses estudantes, seguida da internet (32%). (Figura 12). Santos et al (2015) e Diniz e Tomazzello apud (RAYMUNDO, 2015), em suas pesquisas respectivamente em Sergipe e São Paulo, afirmam que a televisão é também a principal fonte de informação sobre questões ambientais entre os jovens. Os amigos são apontados como os que menos os influenciam (29% - Figura 12) os jovens e 38% deles declararam categoricamente que os amigos não os influenciam na hora da compra (Figura 12).

Negar a influência dos amigos faz parte desse jogo tácito de poder no qual o consumo está alicerçado. O indivíduo acredita na individualidade de suas decisões e com isso cria um pseudopoder de decisão sem enxergar que suas escolhas estão imbuídas de categorias de inclusão-exclusão e de identificação com os grupos dos quais fazem ou desejam fazer parte.

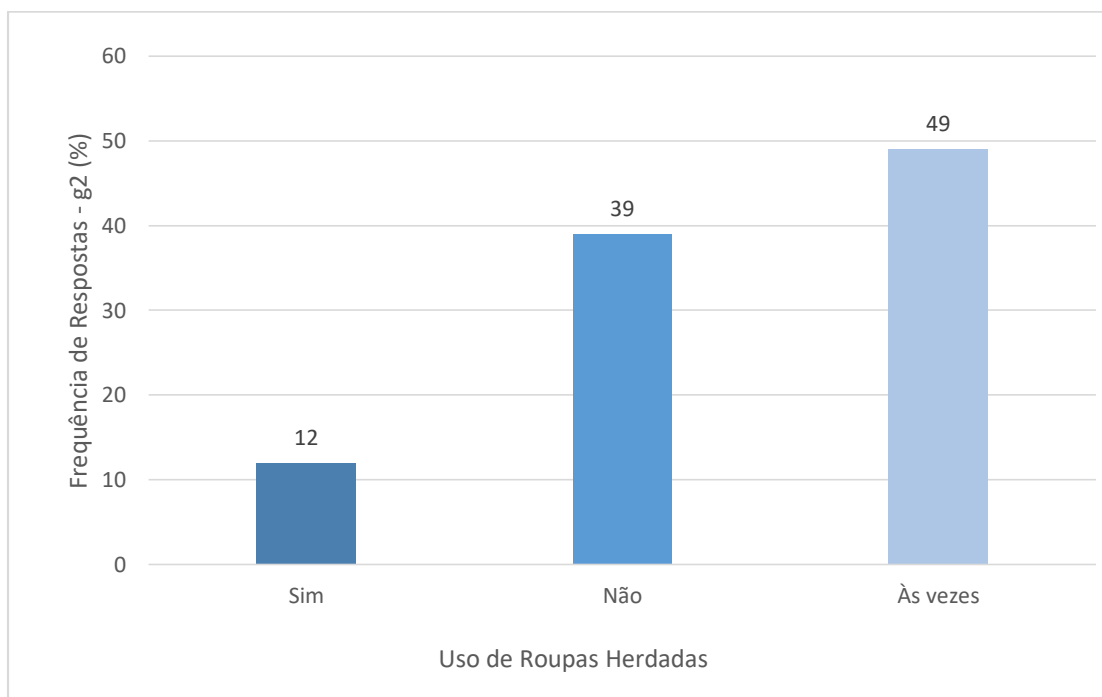
Para Douglas e Isherwood (2013) o consumo confere um caráter identitário, fornecendo-lhes certa distinção. O consumo tem que parecer individual, um exercício da liberdade e da individualidade, o que reforça o caráter da distinção social levantados por Bauman (2008) e Barbosa (2013). Para os jovens, que não são tão

abertos como crianças, e nem responsáveis como adultos (POL; CASTRECHINI 2013) o consumo representa autenticidade, individualismo e identidade (NUNES, 2007).

Nos grupos focais, os jovens estudantes do Ensino Médio (G2) declararam que os produtos mais comprados por eles são alimentação e vestuário, de preferência roupas novas adquiridos em locais distintos (Shopping, próximo de casa, centro da cidade e internet).

Nos questionários, somente 12% deles declararam *fazer uso* de roupas herdadas de parentes e amigos, enquanto 39% *não* usam e 49% deles *às vezes* fazem este tipo de uso. (Figura 13). Considerando a resistência já descrita à compra em brechós, pode-se considerar que o mesmo princípio se aplica aqui, ou seja, os jovens não compram roupas usadas e não gostam de reaproveitar roupas de parentes e amigos.

Figura 13. Número de estudantes do Ensino Médio (G2) que usam roupas herdadas de parentes e amigos. (N=80).

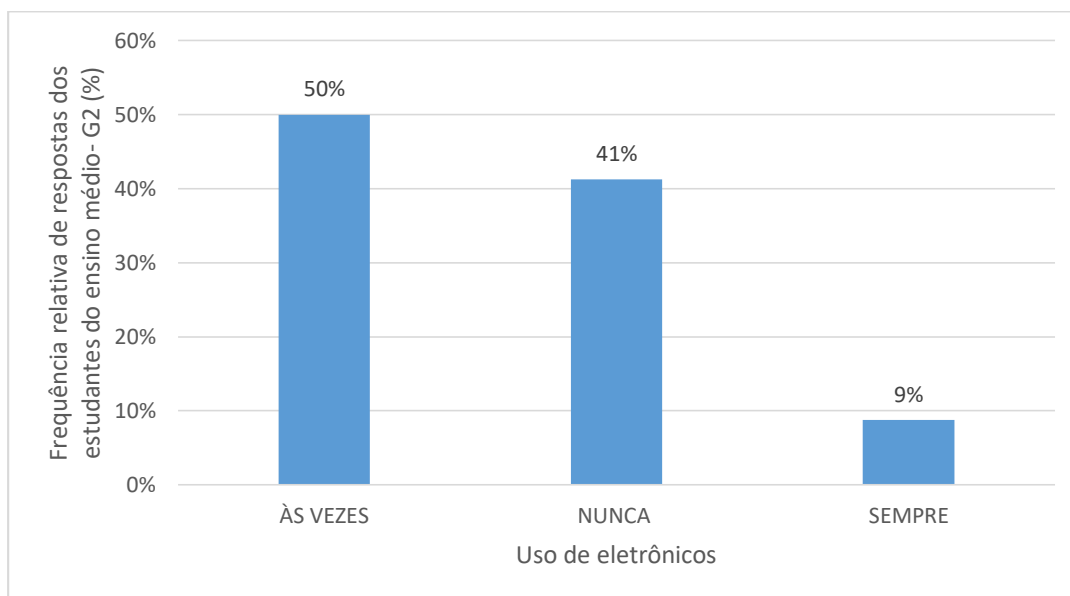


(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

Ainda neste contexto, 50% dos jovens do Ensino Médio declararam *às vezes* reutilizar produtos eletrônicos herdados de parentes (“segunda mão”). Porém,

somente 9% deles declararam *sempre* fazer uso, frente a 41% que foram categóricos ao afirmar *nunca* usar produtos eletrônicos de “segunda-mão” (Figura 14).

Figura 14: Uso de eletrônicos herdados entre jovens estudantes do Ensino Médio da Escola Pública “A” (G2). N=77.



(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

Mesmo quando se trata de produtos eletrônicos de alto valor, eles preferem os produtos novos e 60% deles declaram que esses produtos são melhores (Tabela 10). A explicação para isso deve estar na busca pela distinção (BAUMAN, 2008), da diferenciação, do acesso a “grupos superiores” (BAUDRILLARD, 1995), dos signos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013; BAUDRILLARD, 1995). Os bens extrapolam sua importância física e se apresentam como instrumentos de comunicação (BAUDRILLARD, 1995).

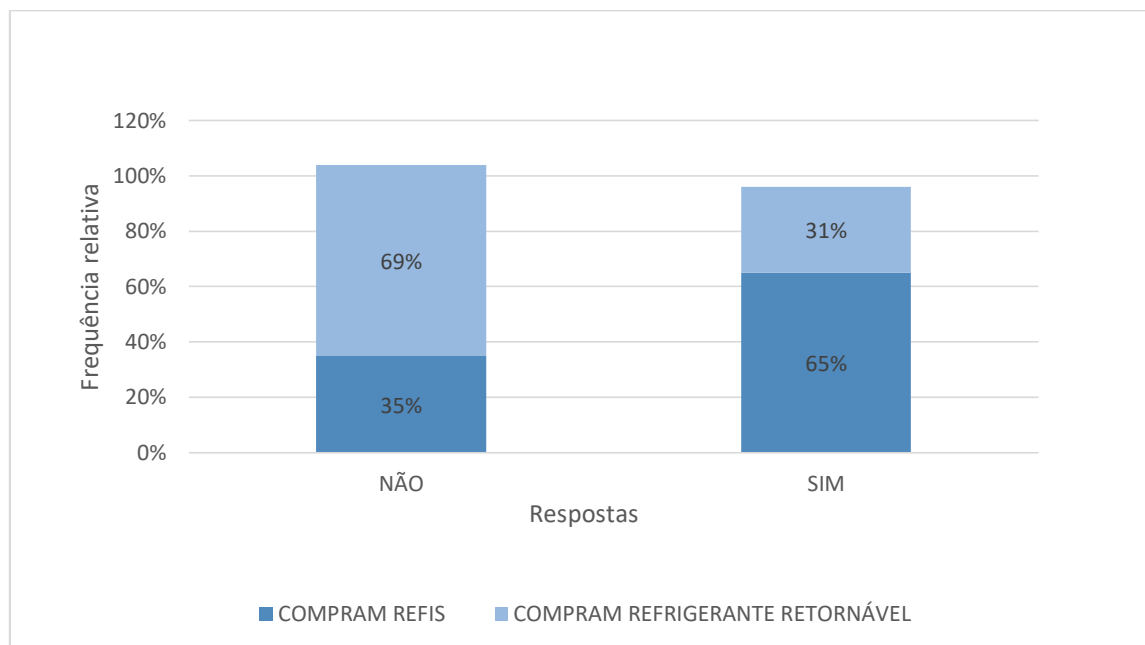
Tabela 10: Declaração de opinião dos jovens estudantes do Ensino Médio (G2) da Escola Pública “A”, considerando a superioridade do produto eletrônico novo. (N=74).

SUPERIORIDADE DO PRODUTO NOVO	NÚMERO DE ESTUDANTES/ FREQUÊNCIA (%)
SIM	45/ 61
NÃO	29/ 39
TOTAL	74/100

(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Quanto à reutilização de embalagens, a maioria dos jovens declarou fazê-lo a partir do uso de refis (65%) e uma minoria pela compra de refrigerante em embalagem retornável (31%) (Figura 15).

Figura 15: Compra de refis de produtos e refrigerantes retornáveis entre jovens do Ensino Médio da Escola Pública “A” (G2). N=77.



(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Mesmo afirmando reutilizar embalagens, durante as discussões nos grupos focais, verificou-se que muitos deles não sabiam o que era refil e este também foi o principal ponto de questionamento dos alunos à pesquisadora durante a aplicação do questionário.

Nos questionários e durante suas falas nas discussões nos grupos focais, os estudantes do Ensino Médio afirmam que o produto novo é mais exclusivo e por isso, preferido. Dessa forma, ter o que é exclusivamente seu passa a ter um grande significado para eles. Apesar da aparente adesão ao uso de refis de produtos e parte deles reaproveitarem roupas e eletrônicos, atitudes sustentáveis como o reaproveitamento e a reutilização parecem não fazer parte da rotina da maioria desses jovens, ou, quando a fazem, estão mais ligadas a questões financeiras que cuidados ambientais. Desta forma, ganha força o consumo a partir dos desejos, sem a preocupação com as questões ambientais.

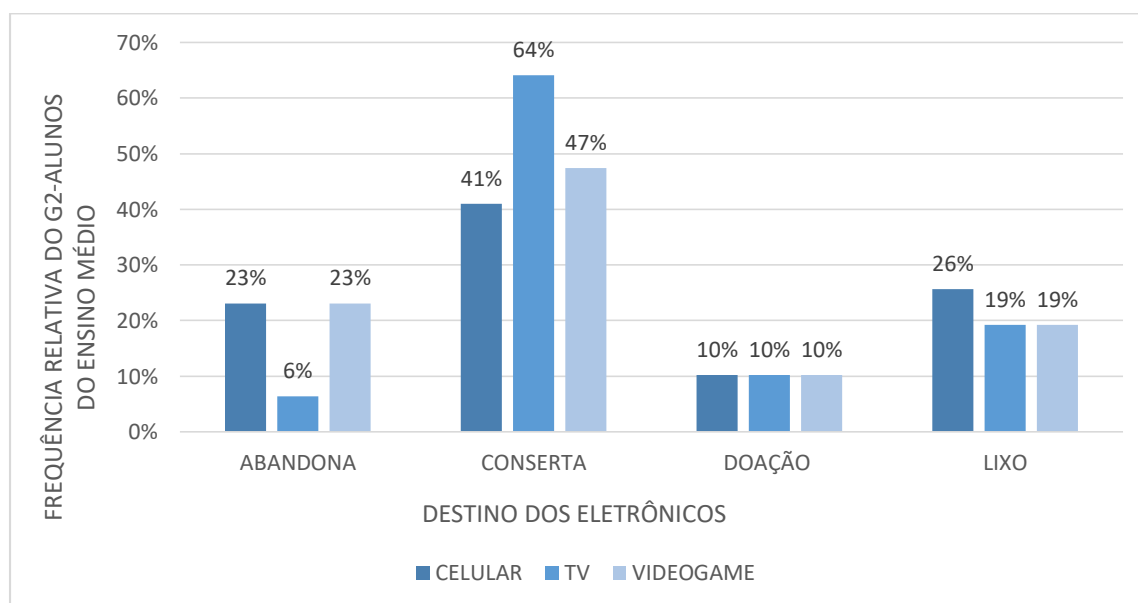
O consumo gera prazer individual e a individualidade é um dos aspectos mais importantes da sociedade moderna, se contrapõe à lógica de tratar a todos como iguais e se apresenta com a tendência de tratar cada um de maneira singular. O prazer proporcionado pelo consumo aparenta ser livre de aborrecimentos e por isso tão sedutor entre os jovens.

“Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos” (BAUMAN, 2008, p 37).

Neste sentido, para uma parte considerável dos jovens do Ensino Médio (G2) adquirir um novo produto torna-se indispensável para se reafirmar enquanto ser único, autônomo, incluso na sociedade.

No processo de consumo, a última fase é o descarte e destino desses produtos. Neste estudo, boa parte dos jovens do Ensino Médio (49%) declarou descartar os celulares com defeito, sendo seus destinos o lixo (26%) e o abandono (23%). Porém, 41% desses jovens ainda consertam seus aparelhos celulares (Figura 16).

Figura 16: Destino dado pelos jovens do Ensino Médio (G2) aos aparelhos eletrônicos com defeito N=78.



Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

Sobre o celular, Ribeiro, Leite e Souza (2009, p. 191) declaram que

A aquisição frequente de novos aparelhos parece indicar menos uma necessidade de autoafirmação ou uma utilidade real para as atividades cotidianas e mais uma necessidade em participar do universo social vinculado às novas funções que são agregadas pelos novos modelos(...). O fato é que se alguma prática torna-se predominante em um grupo de adolescentes, ela acaba se tornando, por conseguinte, um critério significativo de inclusão no mesmo.

Quanto às TVs, a maioria deles as conserta (64%) e somente poucos as abandonam (6%) ou as jogam no lixo (19%). Uma explicação plausível para o alto nível de conserto destes aparelhos pode estar ligada a uma menor rotatividade mercadológica, além do fato que esses aparelhos são destinados ao uso doméstico e muitas vezes coletivo (ligado ao lar), não representando status individual como no caso dos aparelhos celulares (ligados ao indivíduo e sua vida pública).

Os níveis de doação, uma tendência geral da ideia de reuso e reaproveitamento, são muito baixos entre esses jovens do Ensino Médio, somente 10% deles optam por doar os aparelhos eletrônicos que não lhes servem.

Não se notou, todavia, no discurso dos jovens durante o grupo focal, a preocupação com a sustentabilidade na justificativa apresentada para o reparo dos aparelhos eletrônicos. A opção pelo conserto de seus celulares estava mais ligada à questão financeira e a preocupação com a sustentabilidade não foi externada.

Embora a reutilização seja uma atividade mais sustentável, o apelo ambiental encontra resistência no discurso da modernização e exclusividade dos bens. Além disso, a obsolescência programada dos produtos empurra uma modernização constante e uma troca intensa de bens materiais por outros, mais “modernos”. Ou seja, como os celulares e videogames têm alta rotatividade e imprimem status como ícones sociais, são trocados com mais frequência que a TV.

Para Baudrillard (1995) “Assim como a concentração industrial origina o aumento constante de bens, também a concentração urbana suscita a eclosão ilimitada das necessidades”. Ou seja, o modo de vida desses jovens leva a uma cadeia contínua de criação de necessidades, o que justifica, por sua vez, o uso dos bens, o que diferencia a sociedade da abundância.

Consumo entre jovens universitários: formação, autonomia e preferências

O estudo da relação entre consumo e sustentabilidade entre jovens universitários em formação em cursos de licenciaturas de diversas áreas do conhecimento (G3) ocorreu devido às dificuldades descritas no item 1.2 da Metodologia. Essa segunda fase da pesquisa com os jovens do Ensino Médio consistia na abordagem do consumo a partir do uso de um processo lúdico: Jogo Vitrine Virtual, como forma de contextualização da sustentabilidade no consumo e de complementação de informações respeitando limitações e lacunas que poderiam ocorrer na aplicação dos questionários e nas reuniões do grupo focal.

Essa dificuldade acabou se caracterizando como oportunidade de identificar formas de consumo de jovens universitários de cursos de licenciatura e sua relação com a sustentabilidade, pois muito em breve, esses estarão atuando como professores na formação de crianças e jovens da educação básica. Assim, ocorreu o levantamento dos dados com esses jovens utilizando o jogo Vitrine Virtual, explicado anteriormente. A metodologia de aplicação se deu a partir da apresentação de “ambientes simulados de compra”, mostrados um após o outro (ver item 2, neste estudo).

É esperado que esses jovens tenham tido contato com a educação ambiental na sua formação na educação básica e na formação universitária considerando o que preconiza a Política Nacional de Educação Ambiental – PNEA (Lei nº 9.795 de 27/04/1999, regulamentada pelo Decreto nº 4.281 de 25/06/2002 – BRASIL, 1999) e as Diretrizes Curriculares Gerais da Educação Básica (BRASIL, 2013) que dispõem sobre a obrigatoriedade da educação ambiental em todos os níveis e modalidades de ensino. Na formação universitária é obrigatória a inserção da educação ambiental nos currículos para que, futuramente na sua atuação profissional, esses indivíduos possam atuar conforme estabelece a PNEA e as Diretrizes Curriculares para Educação Básica.

Os jovens universitários envolvidos na pesquisa (n=12) estudavam em Instituições de Ensino Superior (IES) públicas e apenas dois deles em IES privadas (Tabela 11). Todos realizam o estágio curricular na Escola Privada “B” localizada nas proximidades da Escola “A”. As principais atividades desenvolvidas por eles consistem na correção de atividades de alunos da educação básica, no auxílio aos professores

nas atividades docentes, apoio aos alunos com dificuldades de aprendizagem e no desenvolvimento de ações da disciplina nas atividades coletivas.

Tabela 11. Distribuição dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura, estagiários da Escola “B” (Grupo 3), distribuídos pelo curso de formação inicial, natureza jurídica da Instituição de Ensino Superior (IES) onde estudam e turnos de estudo e estágio. (N=12).

REGISTRO DO ENTREVISTADO	CURSO DE FORMAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA DA IES	TURNO DE ESTUDO	TURNO DE ESTÁGIO
1	Língua Portuguesa	Pública	Noturno	Matutino
2	Língua Inglesa	Pública	Noturno	Vespertino
3	Geografia	Pública	Noturno	Matutino
4	Pedagogia	Privada	Noturno	Matutino
5	Língua Portuguesa	Pública	Noturno	Matutino
6	Língua Portuguesa	Pública	Noturno	Matutino
7	Biologia	Pública	Noturno	Matutino
8	Matemática	Pública	Noturno	Matutino
9	Língua Portuguesa	Privada	Noturno	Matutino
10	Matemática	Pública	Noturno	Matutino
11	Matemática	Pública	Noturno	Matutino
12	Língua Portuguesa	Privada	Noturno	Matutino

(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Assim como os estudantes do Ensino Médio, a maioria dos universitários é do gênero feminino (Tabela 12). Quanto à faixa etária, apesar de estar na mesma faixa etária do grupo 2 (17 a 20 anos) e os jovens universitários são mais velhos (entre 19 e 22 anos) (Tabela 13).

Tabela 12. Gênero dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura, estagiários da Escola Privada “B” (Grupo 3). N=12.

GÊNERO	NÚMERO DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS (FREQUÊNCIA - %)
Feminino	9 (75)
Masculino	3 (25)
TOTAL	12

(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Tabela 13. Faixa etária dos jovens estudantes universitários de cursos de licenciatura, estagiários na Escola Privada “B” (Grupo 3). N=12.

FAIXA ETÁRIA	NÚMERO DE ESTUDANTES (FREQUÊNCIA - %)
19 anos	4 (33%)
20 anos	4 (33%)
21 anos	3 (25%)
22 anos	1 8%
TOTAL	12

(Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo)

Tabela 14: Renda familiar em salários mínimos de estudantes universitários estagiários da Escola Privada “B” (G3). N 12.

Salário Mínimo	NÚMERO DE ESTUDANTES/ FREQUÊNCIA (%)
Até 1	-
De 1 a 2	5/ 42
De 2 a 3	-
De 3 a 5	-
Acima de 5	5/ 42
Não respondeu	2/ 17
TOTAL	12/100

* Salário mínimo com base no ano de 2015 no valor de R\$788,00 (setecentos e oitenta e oito reais). Fonte: http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/salario_minimo.htm.
Fonte: Costa, 2017 - Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo).

Quanto à renda, somente 50% deles declararam possuir renda familiar de 1 a 2 salários mínimos, a outra parte tem renda de 3 ou mais salários mínimos (Tabela 14). O estágio desses universitários é remunerado e o valor recebido pelos estagiários é de R\$ 600,00 (seiscentos reais) acrescido do custo do vale-transporte, o que soma R\$ 740,00 (setecentos e quarenta reais) mensais. Dos doze jovens, somente quatro

(33%) são independentes financeiramente, se sustentam e moram sozinhos ou com companheiros. A maioria (67%) mora com os pais.

Outra forma de levantamento dos dados se deu a partir da apresentação de “ambientes simulados de compra”³⁰ que buscavam preencher lacunas encontradas nas demais técnicas de pesquisa.

Figura 17: Ambiente simulado “local preferido para compras” do Jogo Vitrine Virtual.

Onde você prefere fazer compras de roupas ou calçados



X



Comércio
perto de casa

Y



Shopping

Z



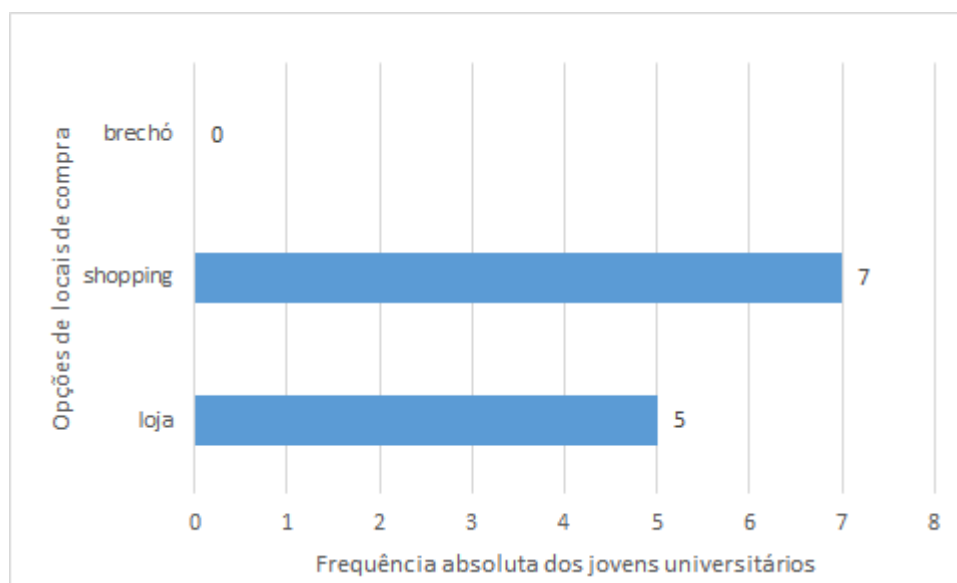
Brechó

A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras- Luciene Costa

Fonte: Costa, 2017- Jogo Vitrine Virtual – elaborado neste estudo.

³⁰ Apresentados um após outro pela pesquisadora (Item 1.2 da metodologia).

Figura 18: Locais preferidos para fazer compras por jovens universitários estagiários da Escola “B”.

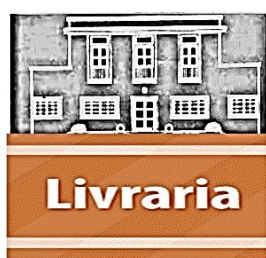


Fonte: Costa, 2017- Jogo Vitrine Virtual – elaborado neste estudo.

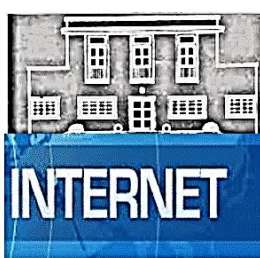
Na compra de livros (Figura 19) a maioria dos jovens “comprou” livros pela internet (50%) referindo-se às livrarias *online* seguidas das livrarias presenciais (42%).

Figura 19: Locais preferidos para compra de livros no Jogo Vitrine Virtual.

Para comprar livros, você vai primeiro no (a)



a



b



c



A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras- Luciene Costa

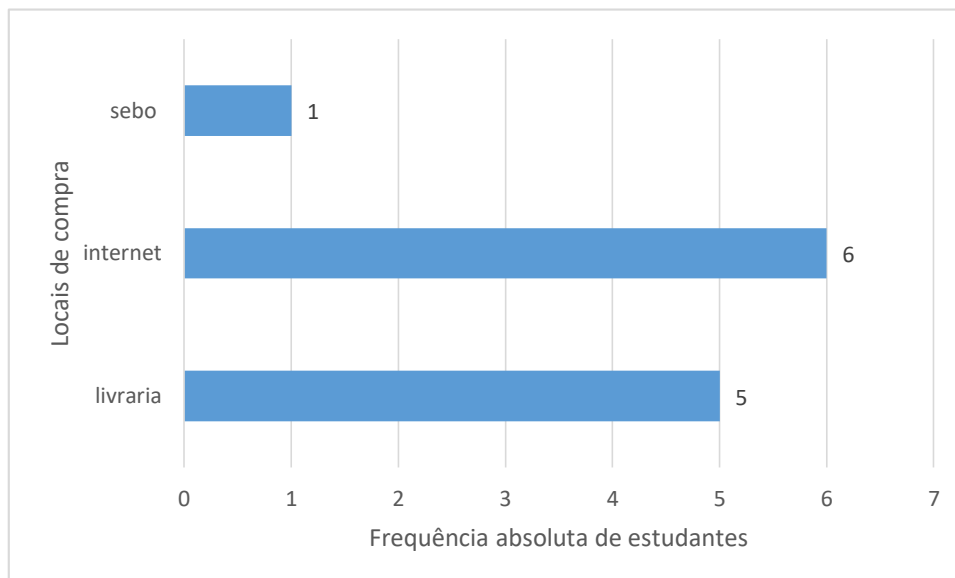
Fonte: Costa, 2017 –Jogo Vitrine Virtual- elaborado neste estudo.

Apenas um jovem universitário optou pela compra no sebo e ele deixou claro que seria compra no *sebo online*. Nota-se que os jovens não costumam comprar livros usados, a maioria opta pela compra de livros novos na internet. Quando foi questionado no grupo focal o porquê dessa preferência, eles disseram que desconheciam os sebos, quase não compravam livros, preferiam os periódicos *online* e quando compravam livros, no caso de um clássico ou algo assim, preferiam comprar nas livrarias *online* ou tradicionais.

As respostas dos jovens demonstram algumas tendências interessantes. Ao invés de comprarem livros, eles preferem os textos digitais. Foi perguntado aos jovens se eles costumam trocar livros com os colegas, eles responderam que não, pois os colegas também preferem os artigos e estes sim, são amplamente compartilhados. Quando indagados sobre o porquê desta preferência, os jovens afirmaram que é uma questão de economia de dinheiro e de espaço para guardar os volumes. “No computador é mais fácil e prático” acessar os escritos pois podem “ler no celular, tablet ou notebook”, em “qualquer lugar”. Um jovem declarou que usa um leitor de e-books pois o acha “mais confortável para a visão”, além da compra de textos deste gênero ser mais “barata e prática”.

Prensky (2001) afirma que esses jovens, que cresceram no mundo digital têm uma linguagem própria, às vezes incompreendida por outras gerações, o que denota uma visão de mundo diferenciada, que deve ser entendida pelos mais velhos.

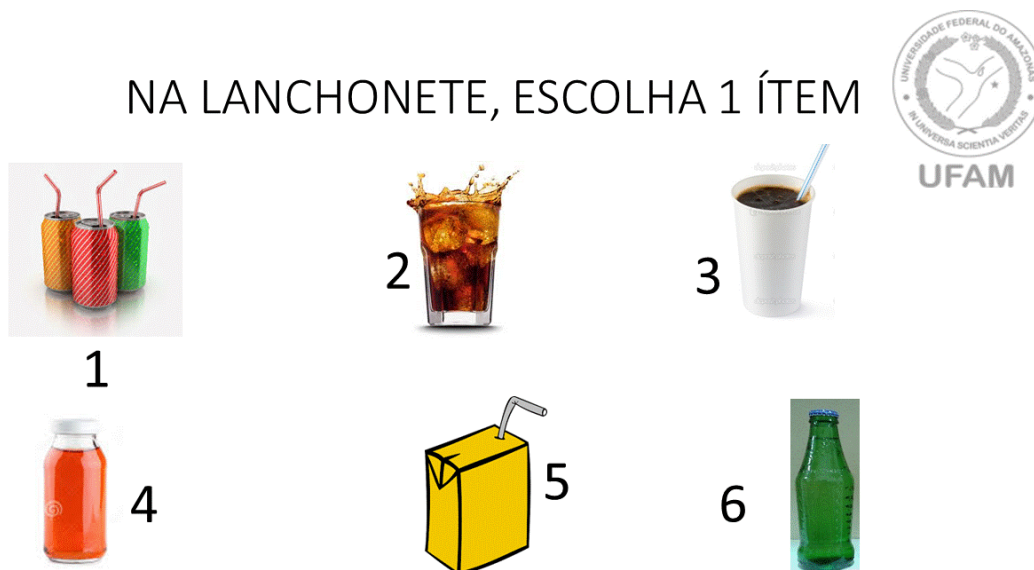
Figura 20: Locais preferidos para compra de livros no Jogo Vitrine Virtual. N=12.



Fonte: Costa, 2017 –Jogo Vitrine Virtual- elaborado neste estudo

No ambiente da lanchonete (Figura 21) buscou-se analisar a preocupação dos jovens em relação às embalagens dos produtos, cogitando a possibilidade de reuso ou reciclagem.

Figura 21: Ambiente simulado “lanchonete” do Jogo Vitrine Virtual.



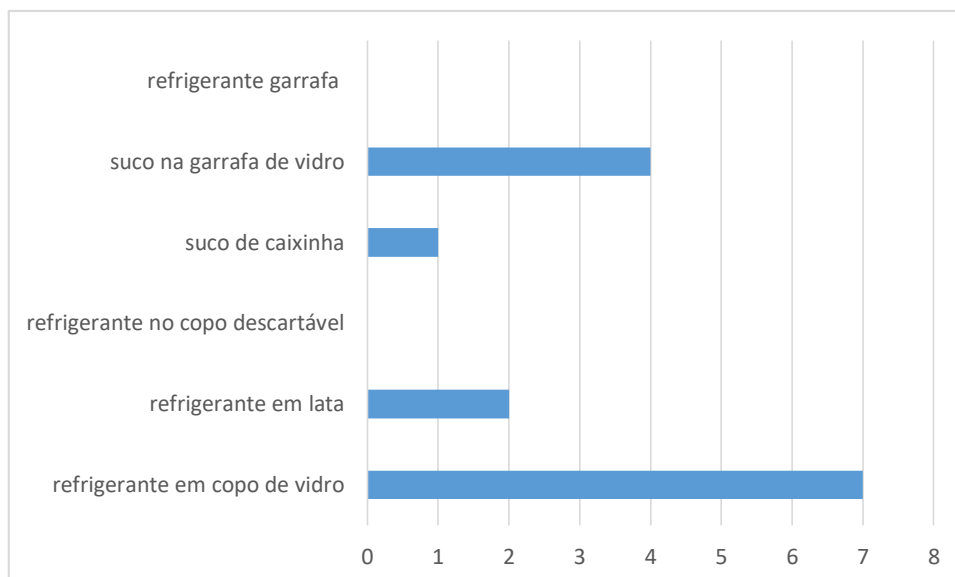
A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras- Luciene Costa

Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual, elaborado neste estudo

A maioria dos alunos optou por produtos (refrigerantes e sucos) em embalagens de vidro (copo e garrafa retornável), seguida da lata (Figura 21). Durante as discussões, o questionamento principal dos jovens foi a diferença em relação à opção de suco e refrigerante como produtos industrializados e à inexistência de suco natural como opção mais saudável. O critério da embalagem não foi debatido entre eles.

Para Layrargues (2007) apenas a coleta seletiva e uma mudança comportamental que não considere as bases da produção e os valores culturais que sustentam a sociedade moderna é insuficiente para a construção crítica da educação ambiental. Todavia, acreditamos que não considerar a embalagem na hora da compra também é um problema, pois a preocupação com os resíduos deveria, a princípio, fazer parte das decisões de compra dos jovens.

Figura 22: Produtos “comprados” por universitários (G3) no ambiente virtual de compra “lanchonete” do Jogo Vitrine Virtual. N=12.



Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual elaborado neste estudo.

No ambiente virtual de compras Loja de Roupas (Figura 23) foram analisadas as decisões de compras dos jovens considerando os tecidos com que as roupas eram confeccionadas.

Figura 23: Ambiente simulado de compras “loja de roupas” do Jogo Vitrine Virtual.

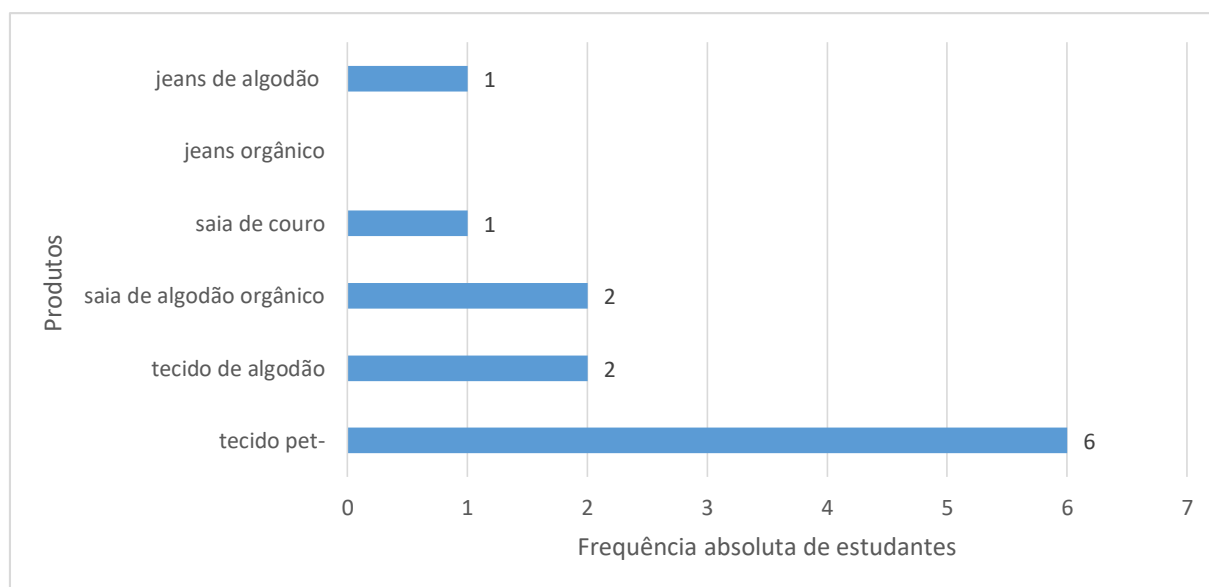
Na loja de roupas você pode escolher 1 peça



Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual elaborado neste estudo.

Nesse ambiente o objetivo foi fazer uma clara distinção entre os produtos do vestuário confeccionados com material sustentável, sabendo-se que os produtos sustentáveis têm uma especificidade para que sejam produzidos causando menor impacto ao ambiente.

Figura 24: Produtos “comprados” no ambiente simulado de compras loja de roupas do Jogo Vitrine Virtual. N=12.



Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual elaborado neste estudo

Durante a aplicação da atividade alguns jovens perguntavam como eram as camisetas confeccionadas a partir do reaproveitamento de garrafa pet e ao receber a informação de que são camisetas similares as confeccionadas com tecido sintético, a metade deles optou por esse produto.

Ferraz et al (2016) afirmam que existe uma relação, a princípio, positiva, entre a atitude e a intenção de compra de “produtos verdes”, assim como há uma relação positiva entre intenção e comportamento dos jovens. Dessa forma, aparentemente quando um produto sustentável resguarda propriedades similares aos produtos aos quais os jovens estão acostumados, existe um maior interesse em adquiri-lo. Todavia, quando para consumir um produto mais sustentável o jovem tem que fazer alguma concessão (seja de preço, tempo de fabricação ou estar “fora da moda”) o interesse diminui. Durante a pesquisa, nenhum dos jovens se interessou em adquirir o jeans orgânico que, na simulação necessitava em média 40 dias para ser entregue ao consumidor após a compra.

A explicação para o imediatismo dos jovens pode ser explicado pela caracterização da Geração Z (nascidos entre 1990 e 2010). Toledo et al (2012) afirmam que essa geração é conectada ao mundo digital e preocupada com o ambiente, mas como “nativos digitais” querem tudo muito rápido, inclusive os produtos adquiridos, optando, portanto, pelo jeans a pronta entrega.

No ambiente virtual de compras SAPATARIA (Figura 25) foi analisado se os jovens têm em conta a origem do material empregado na confecção do produto na hora da compra. Além da questão da mão de obra, o tênis de origem chinesa, segundo a simulação, é fabricado a partir do uso de mão de obra escrava.

Figura 25: Ambiente simulado de compras “sapataria” do Jogo Vitrine Virtual.



Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual elaborado neste estudo.

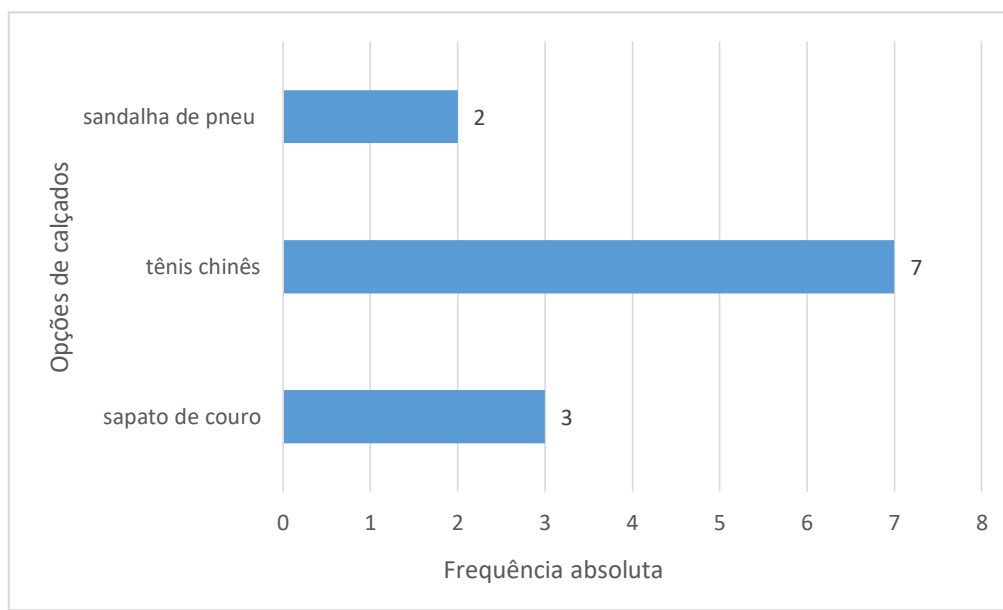
A maioria dos jovens universitários optou pela compra do “tênis chinês”, mesmo considerando a informação relacionada à mão de obra chinesa, conhecida por ser barata e explorada³¹. Quando indagados sobre suas escolhas disseram que elas estavam ligadas prioritariamente ao design (“se parece com um calçado mundialmente conhecido”). E ao serem perguntados se eles conheciam os problemas relacionados às péssimas condições de trabalho e baixa remuneração de mão de obra em países como a China, a Indonésia e o Brasil, disseram que sabiam, mas que suas escolhas individuais não tinham força de mudar aquilo que acontece no mundo corporativo.

Esse argumento se parece muito com aquele apresentado pelos estudantes do ensino médio sobre a confecção de produtos produzidos a partir de mão de obra escrava. Embora os jovens universitários sejam todos professores em formação, aparentemente não concebem o processo produtivo (nesse caso, a mão de obra), como item decisório no consumo. Para Lara (2009) o acesso aos bens é um pressuposto fundamental para uma boa qualidade de vida e a satisfação pessoal, todavia questiona-se essa aquisição acima das preocupações com os processos de produção dos bens. O aspecto simbólico representado pelo consumo é o pressuposto da organização da sociedade moderna, preterindo conceitos mais amplos, como a

³¹ <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/0,,EDR84198-8374,00.html>

cidadania. Além disso, o consumo representa no ideário juvenil, o exercício da liberdade.

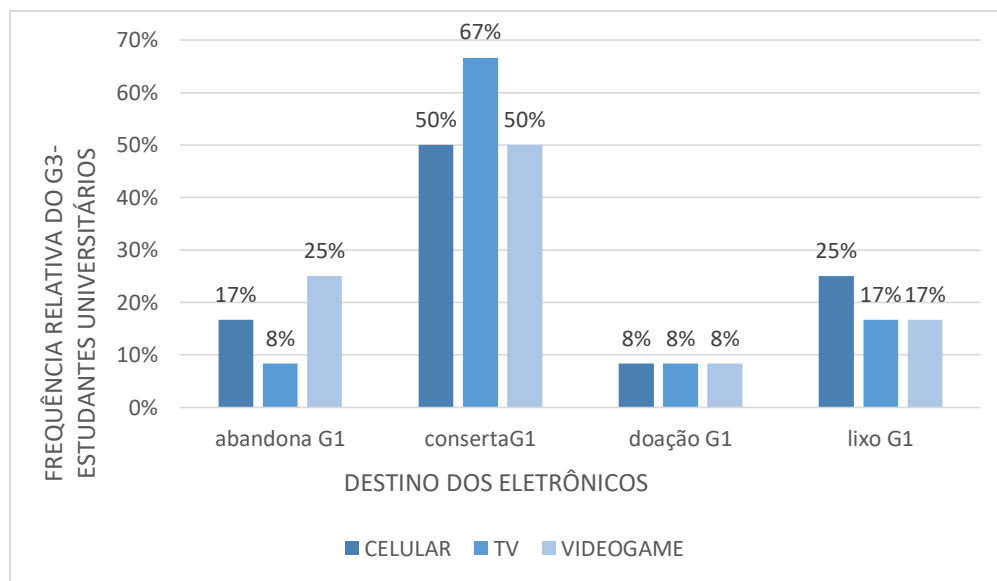
Figura 26: Produtos “comprados” no ambiente simulado de compras “sapataria” do Jogo Vitrine Virtual. N=12.



Fonte: Costa, 2017 – Jogo Vitrine Virtual elaborado neste estudo

O destino de resíduos é a última fase do processo de consumo em uma visão sistêmica, de processo, como aqui proposto. Desta forma, foi analisado o destino dado pelos jovens universitários aos seus eletrônicos (celular, videogame e TV) e aos outros produtos: copos plásticos, garrafas pets, baterias, pilhas e latinhas de alumínio. A maioria dos jovens universitários conserta as TVs, videogames e celulares quando esses apresentam defeitos. Uma parte dos jovens descarta esses produtos no lixo comum e somente um deles declarou fazer doação (Figura 27). Copos descartáveis, latinhas de alumínio e garrafas pets são descartados no lixo comum pela maioria dos jovens universitários (Figura 27).

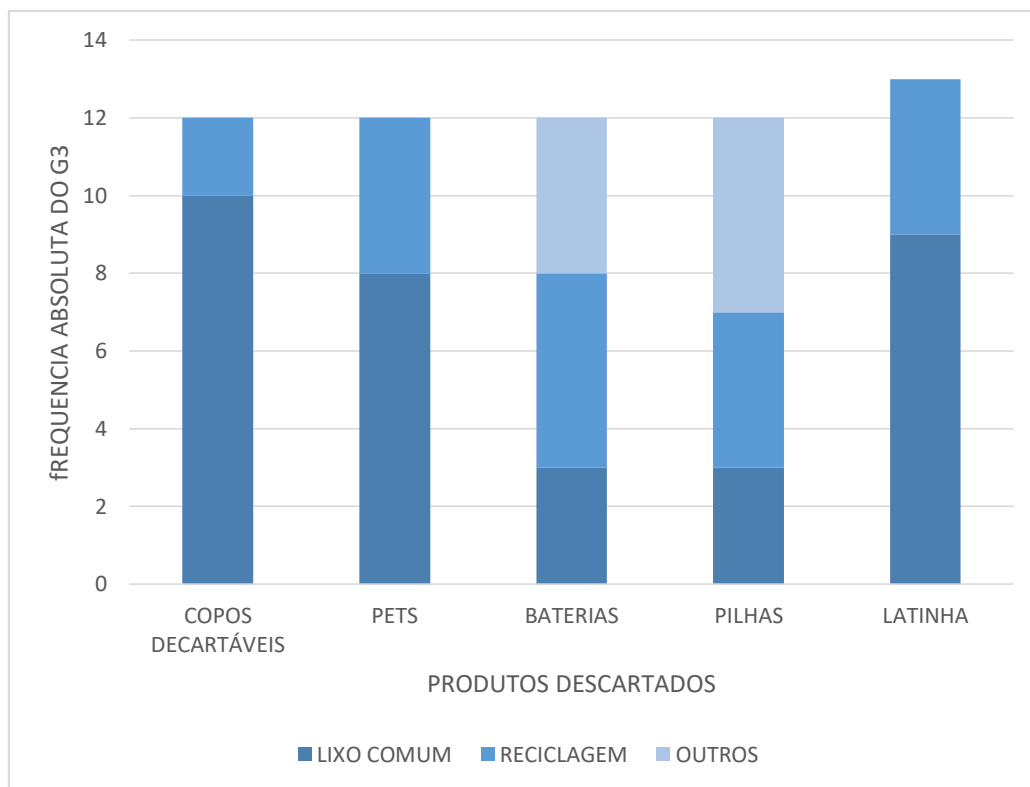
**Figura 27: Destino dado pelos jovens universitários (G3) aos aparelhos eletrônicos com defeito
N=12.**



Fonte: Costa, 2017, Jogo Vitrine Virtual. Elaborado neste estudo.

Similar à explicação dada à opção de conserto externada pelos jovens do ensino médio, acredita-se que o conserto das TVs pode estar ligado a uma menor rotatividade desse produto no mercado e seu destino doméstico.

Figura 28: Forma de descarte de copos plásticos, garrafas pets, baterias, pilhas e latas de refrigerantes entre universitários. N= 12.



Fonte: Costa, 2017, Jogo Vitrine Virtual. Elaborado neste estudo.

A maioria reclamou da inexistência de locais adequados para o descarte, principalmente no item “pilhas”. Os jovens declararam ser conscientes dos impactos ambientais causados por esses produtos e que têm vontade de descartar de maneira correta (mais sustentável) e, por isso, até separam o material, porém, não conseguem realizar esse desejo porque são poucos os postos próprios para tal, e acabam deixando-os abandonados em algum lugar até que alguém da casa acaba descartando-os no lixo comum.

Tal resultado reflete a realidade manauara, uma cidade que registrou, em 2015, um total de 2.057.711 habitantes, conforme estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística mas dispõe apenas de quatro postos de coleta de resíduos em toda a cidade . Os PEV’s (Postos de Entrega Voluntária), além de terem poucas unidades, contam com uma estrutura insuficiente para atender a metrópole, o que por

sua vez dificulta o descarte correto dos resíduos, mesmo aqueles que são perigosos como as pilhas e baterias de celular.

A justificativa dada pelos jovens universitários corrobora com a defesa do papel do Estado frente aos desafios do consumo responsável defendidos por Portilho (2010). Para a autora, embora as atitudes individuais sejam louváveis e importantes, diante da vastidão dos problemas ambientais os governos são fundamentais. O Brasil ainda sofre com a fragilidade da gestão ambiental, é o que Carlo (2006) destaca, existem pelo menos dois problemas cruciais na gestão brasileira, um refere-se a falta de clareza nas definições dos papéis de cada instituição e das esferas federadas, além de uma sobreposição de poderes em alguns casos, o que gera a falta de cooperação e coordenação entre as entidades públicas.

Descartar os resíduos de maneira sustentável é um desafio para aqueles que o queiram. Em toda a cidade, por exemplo, existe apenas um ponto de coleta do óleo de cozinha, o que leva a crer que, diariamente centenas de litros desse produto são jogados pelos ralos da pia e em áreas inapropriadas. Embora a lei n.º 1.404, de 18 de janeiro de 2010 disponha sobre a implantação de coleta seletiva de lixo em shopping centers e centros comerciais no município de Manaus, isso ainda não acontece. Dessa forma o papel do Estado é fundamental para mitigar os efeitos do descarte, que são efeitos diretos do consumo. Apenas uma gestão responsável e compartilhada pelo Estado, instituições privadas e com o apoio da sociedade civil é possível criar alternativas mais abrangentes e eficientes embora a adesão de reciclagem também apresente suas limitações.

“...a questão do lixo, nas suas variadas facetas, ainda não se tornou objeto de demanda social específica pela criação de políticas públicas, a exemplo das lutas socioambientais já consolidadas em alguns movimentos sociais. As dispersas e isoladas iniciativas de criação de cooperativas de catadores de lixo, por exemplo, ainda não alcançaram uma articulação ampla e coesa o suficiente para transformar essa atividade em política pública.”(LAYARGUES, 2002).

Em uma análise crítica do processo de reciclagem, Layrargues (2002) aponta que a composição média do lixo domiciliar no Brasil é distribuída em 65% de matéria

orgânica, 25% de papel, 4% de metal, 3% de vidro, 3% de plástico 1% de alumínio. Este último tem o volume de reciclagem de 73%, alavancado por um retorno financeiro expressivo. Dessa forma existe uma certa subserviência do processo de reciclagem ao capital pois como o alumínio tem um maior valor de venda, alcança maior volume de reaproveitamento e os produtos com menor valor e conseqüente menor incentivo à comercialização não recebe atenção por parte dos agentes de reciclagem. Ou seja, o processo de reciclagem não parece ser parte de uma premissa sustentável mas está ligada à geração de lucro.

A questão a ser pensada seriamente é a sustentabilidade do consumo, a diminuição do mesmo e a responsabilidade de todos diante do problema do lixo. Apenas reciclar não parece ser o suficiente para despertar uma consciência sustentável, é necessário evitar o acúmulo de resíduos.

CAPÍTULO 2: CONSUMO ENTRE OS JOVENS E A SUSTENTABILIDADE

“A discussão sobre o consumo e meio ambiente, portanto, obriga a pensar os conflitos e opções políticas da humanidade no contexto do mundo material” (PORTILHO, 2010, p. 55).

Para Heller e Fehér (apud PORTILHO, 2010), os estilos de vida burgueses e proletários da sociedade industrial se diferenciavam pelo trabalho, enquanto na condição pós-industrial a diferença entre ricos e pobres se configurou no acesso ao lazer e ao consumo. Esse reordenamento da sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores (BAUMAN, 2008) modificou a estrutura social moderna, antes pautada pela tradição e pela relação com a terra. As novas matrizes de diferenciação social passaram a ser ligadas ao consumo e não considerar os cuidados com o ambiente. A crise ambiental, porém, fez transparecer os erros da modernidade, tornando urgente a ampliação do debate ambiental.

Os jovens participantes desta pesquisa estão na faixa etária de 17 a 22 anos, portanto, nascidos entre os anos 2000 e 1995, após a década de 1980 considerada por Loureiro (2004) momento em que, no Brasil, a Educação Ambiental começou a ganhar dimensões públicas de alguma relevância, institucionalizada em âmbito nacional a partir da criação da Política Nacional do Meio Ambiente (1981). E após a realização da Rio-92 na qual a educação básica vive o auge do debate ambiental.

Com base neste contexto, seria de se esperar uma maior preocupação desses jovens com as questões ambientais, a sustentabilidade e a compreensão, enquanto agentes sociais ativos, da força de suas decisões de consumo nestes processos. Porém, o que se verificou foi que, em sua grande maioria, os jovens do Ensino Médio e universitário que participaram da pesquisa, não expressaram preocupação com as questões ambientais, com a coletividade e a sustentabilidade em suas decisões de consumo.

A partir da Rio-92 o fenômeno no consumo foi tratado como uma ameaça a sustentabilidade, ocorreu uma reformulação das bases do debate ambiental mundial a partir da percepção do alto impacto gerado pelos elevados padrões de consumo,

concentrados, principalmente, nos países do Norte. Um novo tipo de sociedade havia se formado e com esta surgiram também novos parâmetros de diferenciação social.

No Brasil, a população jovem brasileira responde por uma parte considerável do consumo. Mesmo aqueles que não trabalham e dependem de terceiros para se manter consomem e buscam consumir pois como já foi dito, o consumo oferece distinção e status. Porém, não se identifica entre os jovens uma preocupação com a adoção de estratégias de consumo sustentável.

Durante a pesquisa notou-se que a ideia da sustentabilidade parece não ter ainda alcançado o jovem. Enquanto nos debates sobre o tema se prioriza a comunidade, o capitalismo fala da individualidade. Enquanto nos debates ambientais se fala dos impactos globais das decisões de consumo, o capitalismo trata da liberdade. Enquanto a Sustentabilidade aponta o desapego aos bens e o pesar dos processos, o liberalismo prega o hedonismo. Campbell (2001) já apontava essa busca pelas coisas materiais como forma de reafirmar a ideia de modernidade.

A educação ambiental realizada na escola tem se mostrado insuficiente para gerar nos jovens uma efetiva preocupação com a Sustentabilidade. As observações realizadas nos espaços escolares e a conversa com a equipe pedagógica e com a gestora da escola mostraram que algumas ações pontuais³² são realizadas e apesar dessas ações suscitarem o debate sobre a temática ambiental, não são capazes de gerar um efetivo comprometimento por parte da juventude escolar. Para Paz (2017) o interesse pelas questões ambientais tem duas premissas fundamentais: o exemplo e a afetividade. O exemplo das pessoas que os incentivem no interesse pelas questões ambientais, seja a família, principal agregadora na formação do cidadão, seja os atores da escola, lugar de muitas de suas experiências. Para a afetividade, considere-se a empatia pelo tema a partir do conhecimento do mesmo, a construção de relações interpessoais, a convivência com o outro capazes de gerar no jovem vivências que lhes inspirem, os incentivem a comprometer-se com as questões ambientais.

Ao invés de simplificar, a Sustentabilidade pretende complexificar; ao invés de reduzir, pretende ampliar porque este conceito está ligado a própria concepção da

³² Um exemplo foi a atividade citada no cap 1 do trabalho, que teve como um de seus objetivos gerar o debate sobre a preservação dos povos da floresta e sua cultura, temas estes relacionados aos cuidados ambientais.

vida no planeta e a interdependência de todos os seres da biosfera, relações estas amplas e complexas.

Outra evidência quanto a despreocupação em relação a sustentabilidade ocorreu durante a realização da atividade de cálculo do Índice da Pegada Ecológica com os jovens do Ensino Médio, onde verificou-se que 96% deles estão na margem de *Alerta*. Esse resultado demonstra que se todos no planeta consumissem como os jovens pesquisados, seriam necessárias 3 (três) Terras para atender a demanda por recursos naturais que suportariam esse padrão de consumo.

O respeito aos princípios do crescimento sustentado; a minimização dos processos irreversíveis ao planeta e a proteção ao meio ambiente (NASCIMENTO, 2014) privilegia o empoderamento³³ dos produtores e dos consumidores (MONTIBELLER FILHO, 1993). Para este autor, a ideia de empoderamento traz a responsabilidade pelas decisões de consumo e descarte para o consumidor através do reconhecimento de seu papel enquanto agente social da mudança. Enquanto que para Portilho (2010) a responsabilidade tem que ser compartilhada com o Estado, sendo este o gestor do processo.

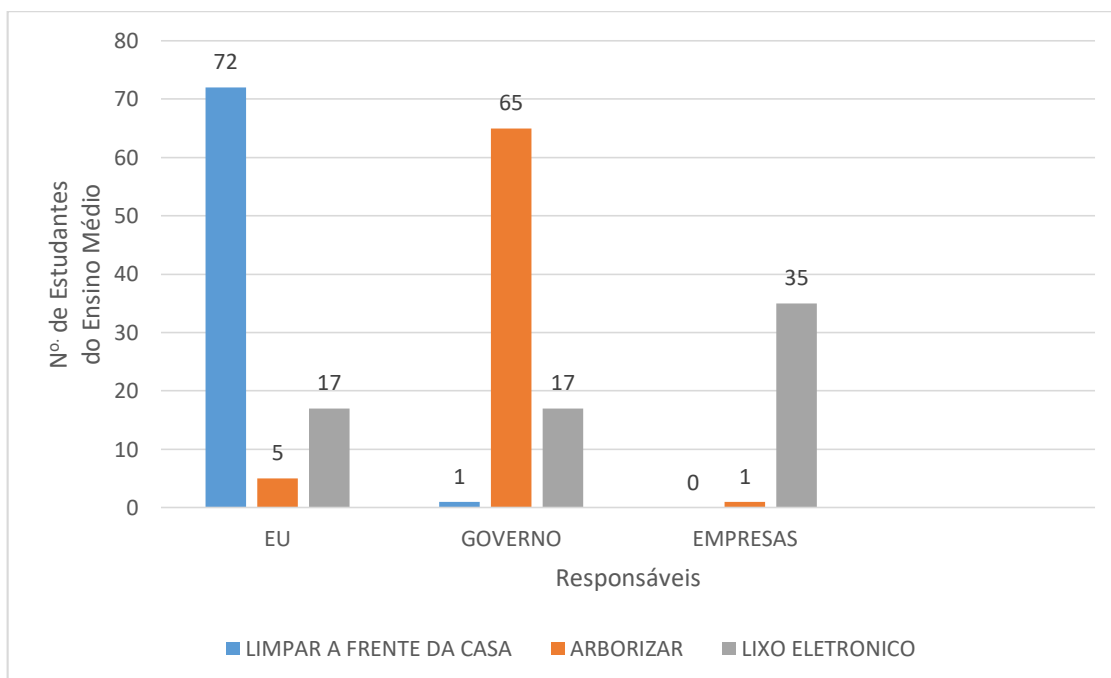
Todavia, entre os jovens do Ensino Médio estudados, a responsabilidade abarcada por eles não vai além daquela que envolve os cuidados pelo espaço individual ou familiar. O espaço coletivo ou que envolve o descarte de bens de consumo, como eletrônicos, eles atribuem ao governo e empresas, respectivamente (Figura 29). Ou seja, somente aquilo, que ele, de alguma forma, enxerga estar ligado à sua esfera pessoal, é considerado como sua responsabilidade. Eles não se veem como atores envolvidos em processos coletivos, cujo benefício seja destinado a ele de forma indireta, como no caso da arborização da cidade que é vista como responsabilidade de outrem.

Esses jovens se restringem a apontar o que o outro deve fazer ou que sua ação é insuficiente para fazer frente a problemática: “*Professora, a gente não pode fazer nada porque se você faz e o outro ao seu lado não faz, de nada adianta*”. Ou ainda

³³ O conceito de empoderamento, utilizado inicialmente em *Empowerment: uma política de desenvolvimento alternativo*, de John Friedmann (1996), segundo Horochovski (2006) pressupõe ultrapassar os instrumentos clássicos da democracia representativa, tendo por base um aumento da cultura política e do capital social. Ou seja, os atores que se empoderam são atores sociais ativos nos processos propostos.

“Eu tento fazer a minha parte, não jogar lixo na rua, na escola e tal, mas o pessoal é mal-educado”. Nota-se que a educação ambiental ainda está muito ligada à preservação patrimonial e a uma questão do agir dentro da escola.

Figura 29: Responsabilidade atribuída pelos jovens do Ensino Médio da Escola “A” às ações de: limpeza das áreas públicas que se localizam em frente aos seus domicílios, arborização e descarte de lixo eletrônico. N=81.



Fonte: Costa, 2016 – Questionário da Pesquisa de Campo, elaborado neste estudo

Os jovens do Ensino Médio se sentem mais responsáveis pelo que está ligado à sua propriedade privada como limpar a frente de sua casa (89%) do que pelas ações que envolvem benefícios coletivos como arborizar a cidade (6,2%) e o destino do lixo eletrônico. As responsabilidades relacionadas à coletividade como arborizar a cidade são delegadas ao Estado por 80% desses jovens. Já as decisões que lhes afetam de maneira mais direta enquanto indivíduo, como o descarte do lixo eletrônico são atribuídas de forma compartilhada entre eles (21%), o governo (21%) e as empresas que vendem estes produtos (43%). Nas respostas dadas pelos jovens nota-se que há uma divisão clara entre o privado e o público, o que afeta, por sua vez, a sua ideia de Sustentabilidade que pode ser compartilhada por eles.

Portilho (2010) discorre sobre a questão do público e do privado, e aponta que uma das dificuldades das ações ambientais é que pressupõem, de alguma forma, abrir mão de benefícios individuais em prol de um coletivo.

Quando perguntado aos universitários o que eles faziam com as pilhas usadas, estes afirmaram que tinham a intenção de entregar a um posto de coleta apropriado, mas geralmente não o fazem, daí as abandonam até que “alguém” as descartem. Quando indagados sobre esse “alguém” relatam que pode ser a responsável pela limpeza da casa, a mãe. Eles acreditam que fizeram sua parte, “não descartei em local inapropriado”, mas não refletem sobre isso.

Quanto ao descarte de eletrônicos, os dois grupos consertam aparelhos de TV (67% Ensino Médio; e 64% universitários) e videogames (50% Ensino Médio e 47% universitários). Nos grupos focais não se notou a preocupação com a sustentabilidade nas justificativas apresentadas para o reparo nos aparelhos. A opção pelo conserto estava mais ligada a questão financeira e a uma menor rotatividade mercadológica desse tipo de produto frente aos aparelhos celulares, além do fato que esses aparelhos são destinados ao uso doméstico e muitas vezes coletivo, não representando *status* individual como os celulares o fazem.

Todavia, quando a análise é estendida aos itens conserto e abandono ocorrem as maiores disparidades entre os dois grupos, os jovens do ensino médio reaproveitam o celular com maior frequência (50% de conserto) que os universitários (41% de conserto). A maioria dos Universitários possui smartphones modernos e caros, o que se apresenta, segundo eles, como item de primeira necessidade, para se comunicar, acessar a internet (principalmente as redes sociais) e tirar fotos.

As prováveis explicações podem residir na renda familiar menor dos estudantes do ensino médio, que na maioria não trabalham e ainda dependem dos pais frente aos universitários que recebem salários e podem usufruir das facilidades de acesso a créditos bancários universitários. A maior autonomia financeira dos universitários, o lhes dá maior poder de compra e a possibilidade de renovar seus bens. Talvez motivados pelas operadoras e lojas que oferecem facilidades para aquisição de novos

aparelhos³⁴. Por outro lado, os jovens do ensino médio que em sua maioria não trabalha e tem renda familiar menor, opta com mais frequência pelo conserto de seus aparelhos celulares.

Embora a reutilização seja uma atividade mais sustentável, o apelo ambiental encontra resistência no discurso liberal e capitalista da modernização e exclusividade dos bens. Além disso, a obsolescência programada dos produtos empurra uma modernização constante e uma troca intensa de bens materiais por outros, mais “modernos”.

O reaproveitamento de roupas usadas também não faz parte do comportamento de compras dos jovens do Ensino Médio, mesmo frente aos apelos de estabelecimentos que têm sido instalados, principalmente, nos bairros da periferia de Manaus, com o nome de “Bazar”, *sites* de compra (*e-comercio*) que oferecem produtos e se autodenominam de brechós virtuais³⁵ e canais de TV como o GNT³⁶ que apresentam programas que incentivam a reutilização desses produtos.

Outro exemplo, consiste na desconsideração do trabalho escravo no processo produtivo dos bens que os jovens do Ensino Médio abordados nesta pesquisa consomem, que fere, de maneira direta, a sustentabilidade social. Grohmann, Flores-Battistella e Lutz (2012), a partir de estudos com as classes A e B, destacam que as questões relacionadas à ética não são fatores preponderantes nas decisões de consumo dos jovens. Além disso, apesar de considerarem a ética empresarial importante, não estão dispostos a grandes sacrifícios para recompensar as empresas mais sustentáveis. Ou seja, mais uma vez a individualidade parece estar acima dos ganhos coletivos.

Segundo Perondi (2013), os jovens têm sido expostos à discussão dos temas ambientais, seja através de atividades como assistir à TV, acessar a internet ou ainda,

³⁴ Parcelamento, devolução do aparelho antigo para abater o valor do novo aparelho, parcelas mensais pagas antecipadamente junto a conta telefônica para aquisição de novo aparelho.

³⁵ Exemplos: <https://repassa.com.br>; <http://www.brechoboutique.com.br>; <http://br.alhea.com/ego.br7>; <http://asa-santoagostinho.org.br/brecho.php>;

³⁶ O Canal GNT (Globosat News Television) pertencente às Organizações Globo, tem conteúdos que oferecem entretenimento e informação. Fonte <http://www.netcombo.com.br/tv-por-assinatura/programacao/canal/gnt-433>

por meio da participação em grupos que abordem essa temática. Todavia, Barbosa³⁷ et al (2014) afirmam que os jovens brasileiros demonstram aparente apatia no engajamento ambiental. Esse desinteresse por parte dos jovens pode estar ligado à falta de convivência do jovem com os temas ambientais. Paz (2017) aponta que os jovens que participam dos Coletivos têm maior consciência ambiental e os ensinamentos das pessoas que conviveram nesses espaços aprendem, são levados para outras áreas de sua vida. A família, segundo a autora é fundamental para a promoção da educação para a sustentabilidade na fase da infância, que mais tarde escola também tem é já na juventude os espaços para a promoção dessas discussões se ampliam, como exemplo, para a faculdade e os grupos de amigos.

A formação superior em licenciatura tem como componente obrigatório a educação ambiental, por isso esperava-se, entre os jovens universitários, uma maior sensibilidade relacionada as questões ambientais e sua relação com o consumo, uma vez que a educação ambiental deveria ter feito parte do seu processo de formação básica e universitária, conforme princípios apresentados na Política Nacional de Educação Ambiental (Lei N. 9.795 de 27/04/1999). Segundo o Art 4º. inciso II desta Lei, a concepção de meio ambiente deve ser apresentada em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o socioeconômico e o cultural, sob o enfoque da sustentabilidade; e no seu Art. 11 preconiza que “a *dimensão ambiental deve constar dos currículos de formação de professores, em todos os níveis e em todas as disciplinas*” (BRASIL, 1999).

Todavia, verificou-se que os entre os 12 jovens universitários apenas dois, uma estudante de Licenciatura em Biologia e um estudante de Licenciatura em Língua Portuguesa, receberam formação em educação ambiental. A estudante de biologia cursou educação ambiental como disciplina oferecida pela IES, e o estudante de língua portuguesa trabalhou educação ambiental no âmbito dos temas transversais

³⁷ Pesquisa realizada nos estados de Rio de Janeiro e São Paulo, no ano de 2010 com 457 jovens entre 16 a 29 anos de idade.

quando estudou os PCN's³⁸. Esta formação faz toda a diferença quando esses jovens são questionados sobre a sustentabilidade ambiental.

Um exemplo da consideração maior a outras questões está na aplicação do Vitrine Virtual entre eles, no ambiente “lanchonete” não se notou a preocupação com o destino da embalagem e sim um ponto de grande questionamento foi a não disponibilidade (intencional) de suco natural. Embora seja louvável a preocupação com a saúde não há reflexão sobre o destino dos resíduos após o uso.

As Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental (BRASIL, 2012) asseguram que está contemple:

I. Abordagem curricular que enfatize a natureza como fonte de vida e relacione a dimensão ambiental à justiça social, aos direitos humanos, à saúde, ao trabalho, ao consumo, à pluralidade étnica, racial, de gênero, e ao enfrentamento do racismo e de todas as formas de discriminação e injustiça social;

II. Abordagem curricular integrada e transversal, inter, multi e transdisciplinar, contínua e permanente em todas as áreas de conhecimento, componentes curriculares e atividades escolares e acadêmicas

Dessa forma pressupõe-se que as escolas da educação básica e as IES não têm alcançado os objetivos propostos na PNEA. Na verdade, o que se notou na conversa mantida com esses jovens universitários e os jovens do Ensino Médio, durante os grupos focais, foi que eles receberam formação disciplinar sem tratar da temática ambiental em sua totalidade, como assegura a legislação. Existe uma visão fragmentada sobre ambiente, uma dissociação entre homem/natureza, relacionada na maioria dos casos com uma visão, no máximo, conservacionista.

³⁸ Parâmetros Curriculares Nacionais da Educação Básica, disponíveis em <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro01.pdf>

O problema ambiental está pautado, principalmente, em uma crise da racionalidade: a forma como se concebe os processos produtivos e as relações entre homem e natureza, foram erguidas sob uma racionalidade econômica, que, sozinha, não consegue responder à complexidade dos processos, pois a economia é apenas uma face da sociedade e não sua totalidade (LEFF, 2009).

Assim sendo, a racionalidade pervertida de seu propósito, fechada e dogmática, configura-se em racionalização, ou seja, um sistema que se supõe logicamente perfeito, baseado em saberes mutilados, impermeáveis à dúvida e à verificação demandada à sua validação científica. O saber que se institui num posicionamento antidialógico, mecanicista e determinista é uma forma de racionalização, jamais racional. A racionalidade, para não se tornar irracional, convoca à vigilância permanente e à admissão da possibilidade de vir a ser racionalização (LOUSADA, 2012, p. 213).

Os meios de sobrevivência do homem são apenas uma parte de sua complexidade. Portanto, bases que considerem apenas a economia e negligenciem as esferas social, ecológica, espacial e cultural são frágeis; todavia parecem fortes, pois se engendram na vida de todos e a racionalidade econômica aparenta ser única esfera da sociedade. A ideia de sustentabilidade ligada apenas ao ambiente enquanto fornecedor de matéria prima para os processos produtivos levam todo o sistema a crises cíclicas e solapam as diversas capacidades criativas do homem, reduzindo-os a consumidores.

O processo capitalista e a racionalidade pautada na economia exageraram e se tornaram predadores da cultura e do ambiente, destruindo a capacidade de resiliência dos grupos sociais e de regeneração do planeta.

[...] A destruição ecológica e a degradação ambiental – o aquecimento global do planeta, o desmatamento e a perda de fertilidade dos solos; a poluição do ar, das águas e dos ecossistemas terrestres; a marginalização social, a desnutrição e a pobreza – foram resultado das práticas inadequadas de uso do solo e dos recursos naturais, que dependem de paradigmas teóricos, de padrões tecnológicos e de um modelo depredador de crescimento, que maximizam os lucros econômicos no curto prazo, revertendo seus custos ecológicos sobre os sistemas naturais e sociais [...] (LEFF, 2011, p. 167).

Para Lousada (2012) a problemática ambiental tem um caráter, sobretudo, sociológico, já que a crise é gerada pela racionalidade de ordem economicista, apoiada em seu aparato jurídico e ideológico, instaurada com a modernidade. Pensar

a crise ambiental desconexa de um contexto mais amplo é uma atitude irresponsável. A crise que se trata, é resultado das ações antropocêntricas, pautadas por uma racionalidade embasada na exploração dos recursos naturais para a satisfação das necessidades humanas. Remediar os efeitos sem modificar os processos e repensar as relações, não leva a uma solução eficiente para resolvê-la.

Como resposta à crise ambiental os economistas apontaram que a saída seria o desenvolvimento de inovação, no qual o ambiente seria parte constituinte do processo de produção e consumo. (NASCIMENTO, 2014).

Para Lima (2003, p. 103) o discurso da sustentabilidade após o Relatório Brundtland revela uma manobra político-normativa e diplomática empenhada em eliminar as contradições existentes na relação economia-ambiente-sociedade.

O discurso da sustentabilidade também buscava responder às demandas e críticas do movimento ambientalista internacional, em suas diversas expressões, que reivindicavam a inclusão da questão ambiental na agenda de prioridades político-econômicas contemporâneas. Se olharmos do ponto de vista das virtudes do discurso, pode-se dizer que ele inova: ao propor uma estratégia multidimensional de desenvolvimento, que tenta superar os reducionismos dos modelos anteriores; ao incorporar uma visão de longo prazo sintonizada com os ciclos biofísicos e com o futuro; ao considerar a dimensão política dos problemas ambientais, comumente abordados de uma perspectiva meramente técnica; ao discutir as relações norte-sul e ao recomendar o uso de teorias e métodos multidisciplinares de análise, aproximando as ciências naturais e sociais na abordagem da relação sociedade-ambiente (LIMA, 2003 p 104).

O conceito de desenvolvimento sustentável presente no Relatório Brundtland (1987) trouxe a noção de Desenvolvimento Sustentável apoiada no tripé crescimento econômico, preservação ambiental e equidade social. Lima (2003) assinala que esta mudança proposta pela comissão significou um esvaziamento político do conceito inicial de Sachs e no caso aqui exposto, permeia as visões dos jovens sobre o ambiente. Este conceito, aceito pelo próprio Sachs, sofre hoje duras críticas por priorizar o crescimento da economia sem valorizar o ambiente na mesma medida.

A priorização da economia fortalece a propriedade privada, gerando uma ideia clara do que é responsabilidade do indivíduo e o papel do Estado. Para Leff (2001), a gradual substituição do conceito de Ecodesenvolvimento para o Desenvolvimento

Sustentável foi uma tentativa de eliminar a contradição entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental. Com um tom mais conciliatório e uma estratégia de agradar a diversos setores, o discurso da sustentabilidade substituiu o aspecto revolucionário do Ecodesenvolvimento de Sachs (1979). No entanto, esse novo discurso da sustentabilidade alcançou sucesso por conseguir dar a causa ambiental uma notoriedade e aceitação até então inexistente, o que tem o bônus de ter notado a questão da Sustentabilidade mais aceitável dentro de uma lógica capitalista utilitarista.

Todavia, a noção de Desenvolvimento Sustentável se mostrou limitada para ou resolver a crise ambiental pois esta é uma crise da civilização, arraigada na delimitação do crescimento contabilizado através da economia e dissociado da qualidade de vida da população (LEFF, 2008). O paradigma da sustentabilidade tem sofrido com a tentativa de esvaziamento da proposta de Sachs (1979), pois o mercado tem conseguido submeter os conceitos da racionalidade ambiental ao crescimento econômico.

O fracionamento do conhecimento e a submissão deste aos desmandos mercadológicos intensificam a crise e dificultam seu entendimento. As pessoas passam a enxergá-la como algo isolado da sociedade e por isso mesmo o engajamento em se resolver os problemas estruturais da sociedade não são vistos como prioridade.

Por fim, a crise do Estado, que desde o século XV está a serviço dos grandes capitais e em vários momentos existe apenas para legitimar sua voracidade pelo lucro, não cumpre seu papel fundamental: A garantia de vida saudável e segura para os cidadãos. Com isso aumenta a desigualdade, a exploração do homem pelo homem e os perigos para a continuidade da vida humana no planeta.

Nota-se dessa forma que a crise ambiental tem raízes bem mais profundas do que se imaginava. Leff (2009) já apontava os efeitos nefastos do capitalismo e do neoliberalismo sobre a Sustentabilidade. Morin (1998) os perigos da separação e redução da lógica moderna; Latour (1999) a urgência do entendimento do todo e não das partes e Sachs (2010) a necessidade da superação do conceito de sustentabilidade.

A ideia de partilhar, reduzir e classificar levou a uma restrição do entendimento da realidade e uma negação da integração dos constituintes do planeta e a continuidade desta negação pode simplesmente levar à extinção várias formas de vida e limitar ainda mais qualidade de vida dos homens e atingirá primeiro aqueles mais vulneráveis, entre eles, os jovens UNICEF (2011).

Como uma maneira de diminuir os efeitos da crise, a proposta do *consumo verde* se apresentou como a “redentora” da humanidade, mas se revelou como uma apropriação ideológica do discurso ambiental pelo capital (LAYRARGUES, 1998). O mesmo esvaziamento político e o reducionismo proposto pelo conceito de desenvolvimento sustentável em relação ao Ecodesenvolvimento levou mais uma vez, o capital a provar que consegue se adaptar a qualquer realidade.

O advento dos chamados “produtos verdes” está ligado diretamente ao surgimento do “ambientalismo público”, deste mesmo movimento nas empresas e do surgimento dos estudos do consumo entre as décadas de 1970 a 1990. O “consumidor verde é aquela pessoa que além da qualidade e do preço, considera os possíveis impactos ambientais de suas escolhas (PORTILHO, 2010).

O nascimento do *consumidor verde* veio acompanhado de um fortalecimento das ONG'S ambientais e dos boicotes públicos às empresas poluidoras. Todavia, a troca de produtos comuns por outros com “selo verde” não garante uma verdadeira reflexão do ato de consumir. Esta sim, pode representar uma ferramenta fundamental para a construção da sustentabilidade. Outro problema enfrentado pelo *consumo verde* foi a recusa das pessoas, principalmente na América Central, a pagar preços mais altos pelos novos produtos.

O problema da proposta do *consumo verde* se assemelha muito à ideia do Desenvolvimento Sustentável, que se trata de uma adequação leve à economia de mercado, como se a ideia fosse não deixar de consumir e sim consumir produtos menos poluentes. Essa prerrogativa desfoca a análise de exploração de uma matéria prima e a transfere para outra, mitigando os reais efeitos da sociedade consumista. Uma segunda fragilidade da proposta é ancorá-la em decisões individuais, o que é, segundo Portilho (2010), ineficaz. Para a autora, o Estado tem um papel fundamental na solução da crise ambiental e deve ser o gestor dos processos para este fim.

Um exemplo do reducionismo da ideia de Sustentabilidade foi ancorar o consumo verde como a solução para o problema do consumismo. Outro reducionismo foi subjuga-la ao capital, que se impões de maneira nefasta às relações culturais, sociais e de bem comum.

Cabe aqui deixar a reflexão sobre uma forma de consumir que perpasse pelo empoderamento real do cidadão que se contraponha à ilusão trazida pelo capital, da decisão individual do consumo. A aquisição de produtos deve ser vista como uma ação que tem rebatimentos importantes na sociedade, na sustentabilidade, na economia e na cultura e não apenas como uma decisão individual e privada.

A ideia proposta do consumo responsável pressupõe que todos os componentes da cadeia (sociedade, governo e empresas) são responsáveis pela matéria prima extraída e pelos impactos gerados na produção e no descarte dos bens. Outro pressuposto a ser considerado é o combate ao desperdício, grande responsável pelos impactos ambientais. O desperdício não se refere apenas ao que é descartado, mas ao acúmulo de bens, ter mais que o necessário e as demandas que se cria com o este acúmulo. A valorização do local e a criticidade quanto aos padrões culturais impostos pela cultura consumista hegemônica também devem ser consideradas no consumo responsável.

Por fim, o consumo responsável pressupõe a auto responsabilização do consumidor. Ou seja, ao adquirir um produto, seja considerado que se consomem processos. Neste processo considera-se que desde sua concepção, aquisição de matéria-prima, até o descarte o bem tem que apresentar padrões de respeito à sustentabilidade de maneira mais ampla. Dessa forma, tira-se o foco das discussões pontuais sobre os bens e amplia-se o debate a respeito dos processos adquiridos a partir da valorização da cultura local, do combate ao desperdício, do papel dos atores sociais envolvidos e do consumidor enquanto sujeito atuante e responsável pelas decisões de compra.

4. CONCLUSÃO

Ao final da jornada algumas afirmações e novos questionamentos se impõe à pesquisadora.

Em primeiro lugar fortaleceu-se a necessidade de considerar os jovens como sujeitos nos estudos do consumo. Além de sua representatividade demográfica e o fato de suas decisões de compra afetarem de maneira direta o ambiente, ouvir o jovem e compreender sua forma de consumir se apresenta como uma maneira eficiente para elaborações de planos de educação ambiental já que, de acordo com os resultados da pesquisa, faltam a essas pessoas informações básicas sobre a relação homem e ambiente.

Os jovens se enxergam como seres separados da natureza, como se não fossem parte integrante de um todo. O ambiente, no ideário dos jovens, está ligado à ideia de florestas e zonas rurais. Falta ao jovem o olhar ambiental holístico, enxergar-se como um ser responsável também pelo planeta e parte constituinte deste.

Por outro lado, se os jovens se enxergam distantes da natureza, desejam cada vez mais estar perto do consumo moderno. Embora os estudantes ensino médio, em sua maioria, não trabalhem, e tenham renda limitada, não estão alheios às aquisições de produtos. Para eles, os fatores determinantes da compra são o preço, a durabilidade e a qualidade dos produtos. Questões de cunho socioambiental não são determinantes em suas decisões.

Apesar de frequentarem o shopping para o lazer, os jovens do ensino médio preferem fazer compras no comércio próximo de casa onde os produtos são mais baratos e a comodidade é maior. Os universitários preferem comprar no shopping, já que têm renda própria e conseqüentemente, um poder aquisitivo maior. Dessa forma enxerga-se estratégias de consumo criadas pelos jovens para o consumo.

A preferência dos jovens por produtos novos foi percebida em ambos grupos estudados. Eles não costumam frequentar brechós ou reaproveitar roupas e eletrônicos. O produto novo está ligado diretamente à noção de modernidade, status e exclusividade.

Apesar de os universitários declararem que usam refis e preferem as camisas de reaproveitamento de pet, notamos um certo grau de antipatia em relação aos produtos reciclados, a não ser quando a aparência dos produtos é similar aos tradicionais. Outras condições para o uso dos produtos reciclados é que os jovens não tenham que pagar mais caro por eles, que não sejam diferentes dos produtos tradicionais e que não seja necessário fazer concessões. O imediatismo nas decisões de compra dos jovens faz com que eles queiram os produtos à pronta entrega, o que dificulta a adesão aos produtos sob medida, artesanais ou orgânicos.

Os jovens não costumam separar resíduos para a reciclagem, o que é explicado por eles como a indisponibilidade de locais adequados para o descarte correto. Aqui nota-se a necessidade da parceria entre população e poder público para sanar essa dificuldade e mitigar os resultados dos resíduos sólidos, flagrantemente em Igarapés e rios da cidade.

Ambos os grupos costumam consertar os eletrônicos com ciclo de vida útil mais longo, como as TV's e descartam com mais facilidade os produtos que tem um ciclo de lançamento mais curto, como os celulares. Os apelos de consumo aliados à ideia de modernidade têm encontrado campo fértil junto aos jovens, a partir da ideia de sustentabilidade podemos apontar que os ciclos de vida útil dos produtos precisam ser avaliados a partir de outros requisitos, que não seja apenas a "moda". Ou seja, é necessário ampliar os requisitos para aquisição de produtos.

Entre os universitários a compra de livros são menores que o esperado, eles preferem artigos digitais devido ao preço mais acessível e a praticidade, resultado esse que reflete a forma como as novas gerações se relacionam com os estudos, mediados por tecnologias.

Os jovens universitários se preocupam mais com o saudável que com o reciclado, esse pode apontar para uma abordagem possível do consumo já que os estudos sobre sustentabilidade na alimentação têm crescido bastante e uma abordagem que una saúde à sustentabilidade talvez encontre campo fértil junto a essas pessoas.

Os principais fatores que influenciam os jovens nas compras são a TV e a internet, o que comunga com outras literaturas que apontam a TV como motivador de

consumo entre essas pessoas. Outro fator relevante que os jovens se recusam a aceitar que suas compras são influenciadas por outrem e declararam que são escolhas próprias e individuais. A individualidade está muito presente nos discursos e respostas dos jovens do ensino médio, que estão em busca de uma vaga nos sistemas de seleção das universidades. A maioria pareceu estar muito focada em conseguir a vaga curso superior e talvez, influenciado por esta competição individual, eles pensem tanto em si próprios e menos na coletividade. O jovem toma o consumo como uma decisão individual e particular sem enxergar os impactos dessas decisões na vida dos demais seres do planeta. Neste sentido, o grande desafio da sustentabilidade parece ser apresentar uma metodologia significativa que conquiste o jovem.

A escolha de uma carreira na juventude refere-se ao quanto se pode ganhar para consumir. A aquisição se apresenta como um relevante ponto da atividade juvenil. Os resultados da pesquisa refletem que a formação intelectual está mais ligada a uma competição pelos melhores empregos e conseqüentemente aos salários que ao acesso à cultura da humanidade. O mundo do trabalho parece ser o objetivo da vida desses cidadãos que tentam a todo o custo, garantir a sobrevivência e o acesso a bens e serviços.

A forma como os jovens consomem reflete a maneira como eles enxergam a crise ambiental, ou seja, como algo dissociado da sociedade, sobre a qual não têm poder ou responsabilidade. Dessa forma notou-se que os jovens são dotados de uma certa impotência frente aos problemas ambientais. Durante as conversas nos grupos focais notou-se que os jovens enxergam a crise ambiental como algo dissociado da sua realidade, à parte do seu modo de vida, como se houvesse uma clara independência entre o que fazem e como vivem dos problemas ambientais que enfrentamos. Os jovens se sentem responsáveis por aquilo que está mais próximo de sua esfera privada, como sua casa. Os locais coletivos como as ruas são geralmente tratados como responsabilidade de outrem. Repensar a relação entre consumo e Sustentabilidade se torna urgente para garantir o bem-estar de todos e o conceito de desenvolvimento sustentável parece ser limitado, neste sentido.

A educação ambiental ainda está muito ligada à preservação patrimonial e a uma questão do agir dentro da escola e embora disposta como obrigatória em Lei Federal desde 1999, parece não ter alcançado, entre os jovens estudados, a premissa da

interdependência no ambiente e da responsabilidade do ser humano frente aos problemas ambientais. Os jovens do ensino médio se restringem a apontar o que o outro deve fazer ou que sua é ação insuficiente para fazer frente a problemática: *“Professora, a gente não pode fazer nada porque se você faz e o outro ao seu lado não faz, de nada adianta”*. Desta forma, muitos jovens se consideram impotentes diante da crise ambiental. Foi comum, durante as discussões eles atribuírem a outrem o papel dos cuidados com o ambiente e a revelarem de forma clara a individualidade ligada à sobrevivência

O caminho mais viável para alcançar a juventude é a educação. Um caminho importante para modificar a realidade é o empoderamento desse jovem através de uma educação libertadora e crítica. Educar os jovens para olhar de maneira crítica para o consumo, entendendo-o como processo que inicia na concepção dos produtos, aquisição da matéria, modos de produção e termina no descarte e reaproveitamento, pesando necessidades, prazeres e consequências. Notar que o ato da compra não se reduz a aquisição de bens, mas a aquisição de processos e se enxergar como um ser não apenas dotado de liberdade, mas de responsabilidades perante o consumo. Essa reflexão, que pretendemos aprofundar em trabalhos futuros, parece estar em consonância com os caminhos do desenvolvimento de um consumo mais responsável, ligado à aquisição como um processo longo interligado a outras esferas sociais. Ou seja, as consequências do consumo afetam a todos, e portanto é responsabilidade de cada um, construindo uma coletividade, pressuposto da ideia de sustentabilidade.

A qualidade de vida da população não pode estar ligada apenas ao usufruto de bens de consumo desconsiderando as demais interfaces da vida em sociedade. Ampliar a ideia de Sustentabilidade é ampliar a ideia de felicidade e de sociedade, contrapondo-se a uma visão antropocêntrica e construindo um conceito mais holístico assegurando a todos uma qualidade de vida melhor.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Rodrigo Martins. Consumo socialmente responsável no varejo da moda: analisando a intenção dos consumidores de deixar de comprar de empresas denunciadas por escravidão contemporânea. **Revista de Gestão Social e Ambiental** - RGSA, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 63-75, maio/ago, 2014.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; WILKINSON, John; DUBEUX, Veranise. Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. **Journal of Cleaner Production**, vol 63 (2014) pp.93 -101.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. 4ª ed, Lisboa: 70 Ltda, 1995

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
_____. **Vida para o Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BEZERRA. ERONILDO BRAGA. A busca de alternativas sustentáveis: a experiência da fábrica de “bacalhau” da Amazônia. Manaus: UFAM (Tese), 2014. Disponível em <http://www.ppgcasa.ufam.edu.br/pdf/teses/2014/Eronildo%20Bezerra.pdf> acesso em maio de 2015.

BOURDIEU, Pierre. **Sur l'État. Cours au Collège de France**, 1989-1992. Paris, Seuil, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **O desencantamento do mundo**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

BRASIL. **Agenda Juventude Brasil: Pesquisa Nacional sobre perfil e opinião dos jovens brasileiros**, 2013. Disponível em <http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/estatisticas/agenda_juventude_brasil_vs_jan2014.pdf> Acesso em Jan. 2016.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira: 2010**, p. 149. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000144.pdf>> Acesso em Jan. 2016.

BRASIL. **Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos do Ministério da Saúde e Conselho Nacional de Saúde (CNS) 466/2012**. Disponível <em http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2013/res0466_12_12_2012.html>. Acesso em Fev. 2016.

BRASIL. **Estatuto da criança e do adolescente**: Lei federal nº 8069, de 13 de julho de 1990. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 2002. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm. Acesso em Fev. 2016.

BRASIL. **Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais da Educação Básica**. Ministério da Educação. Secretária de Educação Básica. Diretoria de Currículos e Educação Integral. – Brasília: MEC, SEB, DICEI, 2013. 542p. Disponível em: < <http://portal.mec.gov.br/docman/julho-2013-pdf/13677-diretrizes-educacao-basica-2013-pdf/file>>. Acesso Abr. 2017.

BRASIL. **Política Nacional de Educação Ambiental, Lei 9795**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 abr. 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9795.htm. Acesso em: 15 jan. 2017.

CAMARGO, Tobias Oliveira. O consumo - revisão teórica sobre as possíveis razões do “ir às compras” por meio de infográfico. **Signos do Consumo, São Paulo** – V.7, N.2, 2015. P. 176-190, Dez. 2015.

CAMPBELL, Colin. **Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno**. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CARLO, Sandra. Gestão ambiental nos municípios brasileiros: impasses e heterogeneidade. Brasília: UNB, 2006

CASTILHOS, Rodrigo Bisognim. **Subindo o morro: consumo, distinção social e distinção entre famílias de classes populares**. 204 f. Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Rio grande do Sul, 2007. Dissertação. Disponível em < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/8933/000591160.pdf?sequence=1> > Acesso: Dez 2016.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.

CONTE, Marta; OLIVEIRA, Carmen Silveira de; HENN, Ronaldo César; WOLFF, Maria Palma. Consumismo, uso de drogas e criminalidade: riscos e responsabilidades. **Revista Psicologia: Ciência e Profissão**, 01 March 2007, Vol.27(1),pp.94-105. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v27n1/v27n1a08.pdf>>. Acesso em Dez. 2016.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto;– 3 ed. – porto alegre: Artmed, 2010.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. **Revista Brasileira de Educação**. Set /Out /Nov /Dez 2003, nº 24. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a04.pdf>>. Acesso Nov. 2016.

DEMO, Pedro. **Elementos metodológicos da pesquisa participante**. In: BRANDÃO. C. R. (Org.). Repesando a pesquisa participante. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. **Ciência rebelde**: Para continuar aprendendo cumpre desestruturar-se. São Paulo: Atlas, 2012.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 2ª Ed. Rio de Janeiro: editora da UFRJ, 2013.

FEUERSTEIN, R. (1980). Instrumental enrichment: An intervention program for cognitive modifiability. Glenview: Scott, Foresman and Company.

FISCHER, Gustave Nicolas. **Psicologia Social do Ambiente**. Instituto Piaget, 1994.

FERRAZ, Sofia Batista; ROMERO, Cláudia Buhamra Abreu; DIAS, Sílvia Maria; COSTA, Josimar Souza. Produtos verdes: um estudo sobre atitude, intenção e comportamento de compra de universitários brasileiros. **Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 9**, número 4, p. 605-623, set. - dez. 2016.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GEORGESCU-ROEGEN, Nicholas (1971). **The Entropy Law and the Economic Process**. Cambridge, MA: Harvard University Press.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo. Atlas, 2002.

GOVERNO DO AMAZONAS. Avenidas das Torres. 2010. Disponível em <<http://seinfam.blogspot.com.br/2010/03/avenidas-das-torres-governo-do-estado.html>>

GÜNTHER, H., Elali, G. & Pinheiro, J. Q.. **A abordagem multimétodos em Estudos Pessoa-Ambiente**: Características, definições e implicações. In: Série Textos de Psicologia Ambiental. Universidade de Brasília 2004, nº 23 Instituto de Psicologia.

HIGUCHI, Maria Inês et all. Jogos Interativos e Dinâmicas de grupo em educação Ambiental: Temas Amazônicos. Manaus: s.e, 2010.

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi. Empoderamento: definições e aplicações. **Anais 30º Encontro anual da ANPOCS**, São Paulo, SP 24 a 28 DE OUTUBRO DE 2006. Disponível em <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=3405&Itemid=232> Acesso em Jan. de 2016.

IBGE. Censo de 2010. Disponível em: www.censo2010.ibge.gov.br

INSTITUTO AKATU. **Os jovens e o consumo sustentável: Construindo o próprio futuro?**. 2001. Disponível em <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/26-PesquisaJovemConsumoSustentavel.pdf>>. Acesso em Dez. 2016.

JAPPUR, R. F.; FORCELLINI, F. A.; SPANHOL, F. J. Modelo conceitual para jogos educativos digitais. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 116-127, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/41344/25351>>. Acesso em: Abr. 2016.

KORGAONKA, Pradeep r, WOLIN, Lori D., "**Web usage, advertising, and shopping: relationship patterns**", Internet Research, Vol. 12 Issue: 2, (2002) pp.191-204,

KRUEGER, R. A. **Focus groups: a practical guide for applied research**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 1994.

KUDO, Stephany Anry **Avaliação dos processos de gestão ambiental em fragmentos florestais urbanos públicos na cidade de Manaus**. Dissertação. Manaus: UFAM, 2015

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental**. In: LOUREIRO, C.F.B., LAYRARGUES, P.P. & CASTRO, R. de S. (Orgs.) Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania. p. 179-219. São Paulo: Cortez. 2002.

LARA. Marcos Rodrigues de. **O que sobrou do paraíso? O consumo e o reencantamento do mundo juvenil**. 2009. 138 f. Tese Doutorado Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais São Paulo, Pontifícia Universidade de São Paulo, 2009 (tese) Disponível em <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp100919.pdf>> Acesso em Jan. 2017.

LARSON; L.R.; STEDMAN, R.C.; COOPER, C.B.; DECKER, D.J. Understanding the multi-dimensional structure of pro-environmental behavior. **Journal of Environmental Psychology**, N. 43, p. 112-124, 2015.

LOUSADA, Vinícius Lima. Modernidade, racionalidade e crise ambiental. **Rev. Eletrônica Mestrado em. Educação Ambiental**. E-ISSN 1517-1256, v. 31, n.1, p. 209-230, jan./jun. 201. Disponível em: <<https://www.seer.furg.br/remea/article/view/4379/2875>>. Acesso em Fev. 2017.

LATOUR, Bruno. **Referência circulante**: amostragem do solo da Floresta Amazônica. In: A Esperança de Pandora, Florianópolis: EDUSC, 2001.

LATOUR, Bruno. When things strike back. A possible contribution of science studies. In: **British Journal of Sociology**, vol 5 n1 pp105-123,1999. Tradução livre.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental, In:

LOUREIRO, C.F.B., LAYRARGUES, P.P. & CASTRO, R. de S. (Orgs.) *Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania*. p. 179-219. São Paulo: Cortez. 2002.

LEFF, Enrique. **Ecologia, Capital e Cultura. A Territorialização da Racionalidade Ambiental**. Petrópolis: Brasil: Vozes, 2009.

_____. **Epistemologia Ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Saber ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. **Aventuras da epistemologia ambiental**: da articulação das ciências ao diálogo dos saberes. São Paulo: Cortez, 2001.

LIMA, Gustavo da Costa. O discurso da Sustentabilidade e suas implicações para a educação. **Ambiente & sociedade** – vol. VI nº. 2 jul./dez. 2003. Disponível em <http://www.mma.gov.br/port/sdi/ea/deds/arqs/gustlima_ambsoc.pdf>. Acesso em Jan. de 2016.

MARCONI, Marina de A. e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MONTIBELLER FILHO, Gilberto. Ecodesenvolvimento e desenvolvimento sustentável: Conceitos e princípios. **Textos de Economia**. Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 131-142, 1993. Disponível em <<https://periodicons.ufsc.br/index.php/economia/article/view/6645/6263>> Acesso em 26 de Jan. de 2016.

MORIN, Edgar. **O conhecimento do Conhecimento Científico**. In: Morin, Edgar. *Ciência com Consciência*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p 37-94.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. **Desenvolvimento como prática**: Breves notas a respeito da trajetória e da obra de Ignacy Sachs. In: LOPES et ali. *Desenvolvimento, Inovação e Sustentabilidade*. Contribuições de Ignacy Sachs. Rio de Janeiro, Garamond, 2014.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. **Sustentabilidade**: O campo de disputa de nosso futuro civilizacional. In: LÈNA, Philippe e NASCIMENTO, Elimar Pinheiro (Org.). *Enfrentando os limites do crescimento*. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

NUNES, Brasilmar Ferreira. Consumo e identidade no meio juvenil: considerações a partir de uma área popular do Distrito Federal. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, n. 3, p. 647-678, set/dez. 2007.

OLIVEIRA, Tânia Veludo de; MASCARENHAS, André Ofenhejm; TRONCHIN, Giulia Rizzato; BAPTISTA, Rodrigo Martins. Consumo socialmente responsável no varejo da moda: analisando a intenção dos consumidores de deixar de comprar de empresas denunciadas por escravidão contemporânea. **RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental**. São Paulo, v. 8, n. 2, p. 63-75, maio/ago., 2014. Disponível em <http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/tania_veludo_-

_consumo_socialmente_responsavel_-
_oliveira_mascarenhas_tronchin_baptista_2014_consumo-socialmente-responsave_33645.pdf > Acesso: Jan. 2017.

OLIVEIRA, Nielmar de. **Renda média domiciliar per capita do brasileiro é R\$ 1.052,00, diz IBGE.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2015-02/rendimento-domiciliar-capita-do-brasileiro-e-de-r-1052-mil-diz-ibge>> Acesso em Mar. 2016.

OLIVEIRA, Jose Aldemir. COSTA, Daniele P. A análise da moradia em Manaus (Am) como estratégia de compreender a cidade. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales.** Universidad de Barcelona. Vol. XI, núm. 245 (30), 1 de agosto de 2007.

PAZ, Damaris Teixeira. **Aspectos constitutivos do engajamento e participação de jovens em coletivos socioambientais na região metropolitana de Manaus/Am,** 2017. 160 f. Dissertação Mestrado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia – Universidade Federal do Amazonas. Manaus, Amazonas, 2017.

PERONDI, Maurício. **Narrativas de jovens:** experiências de participação social e sentidos atribuídos às suas vidas. Tese doutorado Programa de Pós-graduação em educação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, PPG- Educação. Porto Alegre, 2013.

POL, Enric.; CASTRECHINI, Angela. Disrupción en la educación para la sostenibilidad. **Revista latinoamericana de psicología.** Bogotá, v. 45, n. 3, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342013000300001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: Jan. 2017.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.** 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2010.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. In: On the Horizon. **MCB University Press, Vol. 9 No. 5,** October 2001.

RAYMUNDO, Luana dos Santos. **Valores morais ambientais: a construção do sujeito ecológico.** Tese (doutorado). 294 f. Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina Florianópolis, SC: UFSC, 2015. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/133001/333389.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso Fev. 2017.

RAMALHO-PINTO, Júlia Andrade. A reinvenção dos espaços urbanos: cultura, civilidade e lugares de consumo. **Estação do saber – Projetos Culturais,** 2 de abril de 2012. Disponível em: <http://www.estacaodosaber.art.br/artigos/a-reinvencao-dos-espacos-urbanos-cultura-civilidade-e-lugares-de-consumo/>. Acesso em Mar. 2017.

RIBEIRO, José Carlos; LEITE, Luciana; SOUSA, Samille. **Notas sobre aspectos sociais presentes no uso das tecnologias comunicacionais móveis contemporâneas**. EDUFBA, 2009, 400 p. ISBN 978-85-232-0565-2. Disponível em: < <http://books.scielo.org/id/jc8w4/pdf/nascimento-9788523208721-09.pdf>> Acesso em Ago. 2016.

RUMMEL, Francis J. **Introdução aos procedimentos de Pesquisa em educação**. Editora: Globo, Rio de Janeiro, 1972.

SACHS, Ignacy. **Barricadas de ontem, campos de futuro**. Estudos avançados 24 (68), 2010.

SACHS, Ignacy. **Rumo à Ecosocioeconomia: Teoria e Prática do Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Cortez, 2007.

SANTOS, C. C.; ORTEGA, A. C. **O jogo de regras como recurso para avaliação e intervenção: um estudo piagetiano com adolescentes**. Ciências & Cognição, v. 14, n.1, p. 26- 49, 2009

SANTOS, Evertón da paz; SANTOS, Lenalda Dias dos; AZEVEDO, Rose Mary de; CRUZ, Maria Clara Pinto. Concepções de alunos do Ensino Médio sobre efeito estufa e aquecimento global numa perspectiva de ensino CTS. Reveq: Revista Vivências em Educação Química. Volume 1, Número 2, 2015, Jul/Dez 2015. Disponível em < <http://periodicos.piodecimo.edu.br/online/index.php/reveq/article/view/215/250>>. Acesso em Jan. 2017

SILVA, Edilson Moraes; BARBOSA, Irecê dos Santos. **O Jogo como estratégia interdisciplinar no projeto do observatório da educação/ CAPES/UEA**. Manaus: Moderna, 2015.

TOLEDO, Priscilla Bassitt Ferreira; ALBUQUERQUE, Rosa Almeida Freitas; MAGALHÃES, Àvilo Roberto de. O Comportamento da Geração Z e a Influência nas Atitudes dos Professores. **Anais IX SEGeT: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em < <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/38516548.pdf>> Acesso: Mar, 2017.

TRAD, Leny A. Bomfim. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, 19 [3]: 777-796, 2009.

TUAN, Yu Fu. **Topofilia: Um estudo da percepção, atitudes e valores do Meio Ambiente**. SP: UNESP, 1980.

UNICEF. **Relatório Situação Mundial da Infância 2011 – Adolescência uma fase de oportunidades**. Disponível em <http://www.unicef.org/brazil/pt/br_sowcr11web.pdf>. Acesso em: Dez. 2016.

VICENTINI, Yara. Teorias da cidade e as reformas urbanas contemporâneas. In: **Desenvolvimento e Meio Ambiente: Cidade e ambiente urbano**. Curitiba: UFPR, 2001,n3.pp 9-32. Disponível em: < <http://revistas.ufpr.br/made/article/view/3026>> . Acesso em Fev. 2017.

WACKERNAGEL, M.; REES, W. **Our ecological footprint. The new catalyst bioregional series.** Gabriola Island, B.C.: New Society Publishers, 1996.

WHYTE, William Foote. **Sociedade de esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada.** Tradução de Maria Lucia de Oliveira. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005. 390 páginas.

XIMENES, Regis Thomaz; STREHLAU, Suzane. Os jovens e o consumo socialmente responsável. **Revista de Gestão Social e Ambiental** - RGSA, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 180-189, maio/ago. 2012.

ZAMPIERI-GROHMANN, Márcia; FLORES-BATTISTELLA, Luciana; Carolina LÜTZ, (2012). A ética no consumo: qual a percepção da juventude? **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales**, Niñez y Juventud, 10 (2), pp. 913-925.

APÊNDICES

APÊNDICE 1



Poder Executivo
 Ministério de Educação
 Universidade Federal do Amazonas - UFAM
 Centro de Ciências do Ambiente – CCA
 Programa de Pós-Graduação em
 Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia - PPGCASA



QUESTIONÁRIO

Nº

OBS: NÃO PRECISA SE IDENTIFICAR - NÃO VALE NOTA

Este instrumento é muito importante e faz parte de um estudo científico sobre o hábito de consumo dos jovens. **Não há resposta certa ou errada**, o que importa é o que você pensa. Sua colaboração é valiosa.

IDADE:	SÉRIE:
SEXO: feminino () masculino ()	
TURNO DE ESTUDO: () manhã () tarde () noite	

I. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

- Quem trabalha na sua casa? (marcar X, pode ser mais e uma alternativa)
 - Meu pai
 - minha mãe
 - Eu trabalho
 - Outros _____ (ex: avô, avó, irmão, padrasto, madrastra).
- Qual a renda da sua **família** (a soma da renda de todos que moram com você)?
 - Abaixo de 1 salário mínimo (menos de R\$ 788 reais)
 - 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 788 a R\$ 1.576 reais)
 - 3 a 5 salários mínimos (de R\$ 1.576 a R\$ 3.940 reais)
 - Acima de 5 salários mínimos (R\$ 3.940 reais)

II. ORIGEM DOS PRODUTOS

Quais dos símbolos abaixo você conhece? Marque um X nas **alternativas** apresentadas:

Alternativas						
Nunca vi						
Já vi, mas não sei o que significa.						
Já vi e sei o que significa						
O que ele significa?						

II. QUESTIONÁRIO

1. REFLETIR:

ORIGEM		VERDADEIRO	FALSO
		Eu compro refis de produtos	
C O M	Eu só compro refrigerante retornável		
	O produto novo ou de marca famosa é sempre melhor		

	Se eu souber que o produto que eu quero tem origem de trabalho escravo, eu deixo de comprar			
	Na hora da compra eu me preocupo em saber se o produto é fruto de trabalho escravo			
DESCARTE	Onde eu descarto	Posto de entrega voluntária	Lixo comum	Caminhão que coleta recicláveis
	Latinha			
	Garrafa pet			
	Garrafa de vidro			
	Pilhas e Baterias de celular			

2. REDUZIR

		SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
ORIGEM	Eu dou preferência a produtos de origem natural			
COMPRA	Eu uso frente e verso do caderno			
DESCARTE	Eu procuro aproveitar ao máximo os produtos que tenho (exemplo: aperto o tubo de pasta até o final)			

3. REUTILIZAR

		SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
ORIGEM	Uso roupas e calçados de irmãos e parentes			
	Uso eletrônicos herdados de parentes			
	Aproveito livros de amigos e vizinhos			
COMPRA	Compro roupas e calçados em brechó			
	Compro livros usados em sebos e feiras			
	Compro jogos eletrônicos (CDs, contas) usados			
DESCARTE	Aproveito embalagens			

4. RECICLAR

		SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
ORIGEM	Eu separo material para reciclagem			
COMPRA	Eu dou preferência a produtos feitos de materiais recicláveis			
	Eu uso papel reciclado			
	Eu compro cartucho reciclado de impressora			
DESCARTE	Eu entrego resíduos para a reciclagem			
	Vendo latinhas para reciclagem			

5. RESPEITAR

		SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
ORIGEM	Para eu usar, o produto tem que ter origem certificada			
	Eu maltrato animais			
COMPRA	Eu compro artesanato regional			
	Eu compro objetos de couro			
DESCARTE	Eu descarto o lixo nos locais certos			

6. REPARAR

		SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
ORIGEM	Eu planto árvores e em casa, temos plantio (horta, frutas ou canteiro)			
COMPRA	Faço consertos em roupas e calçados danificados (p.ex. troca de zíper, ajuste, colagem e troca de sola de sapato)			
DESCARTE	Faço consertos de eletrônicos quebrados em oficinas (p. ex. troca de HD e memória de computadores, troca de baterias de relógios, conserto de ventilador)			

7. RESPONSABILIZAR-SE

		GOVERNO	EU-	EMPRESAS
ORIGEM	Quem deve limpar a frente da minha casa			

	Quem é responsável por arborizar a cidade			
DESCARTE	De quem é a responsabilidade pelo lixo eletrônico?			

8. RECUSAR

ORIGEM	Eu compro o que posso e não me preocupo com o processo de produção no qual ele foi feito.	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
	Eu recuso panfleto			
COMPRA	Eu consigo me controlar e não comprar			
DESCARTE	Eu não me preocupo com a embalagem dos produtos			

III. HÁBITOS DE CONSUMO

a) Quando você compra um produto, que aspectos você avalia:

	Sempre	Raramente	Nunca
Se o preço está bom			
Se a marca é famosa			
Se realmente é útil			
Se é durável			
Como irei descartá-lo			
Se a embalagem é reciclável			
Se é matéria prima é de origem certificada (exemplo: madeira de reflorestamento, não é resultado de trabalho escravo, etc.)			

b) Onde você costuma fazer compras:

No shopping	
No comércio próximo de casa	
No centro da cidade	
Pela Internet	
Outros	

c) Fatores determinantes da compra:

Enumere os fatores a seguir de 1 a 4, sendo 1- o mais importante e 4 - o menos importante:

Quando você compra algo, o mais importante é:

- () se você pode pagar pelo produto
 () se o produto não vai acabar logo
 () se o produto está na moda
 () se você realmente precisa desse produto

d) O que influencia o seu ato de comprar:

	SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA
a) A propaganda na TV			
b) A propaganda na Internet			
c) Os meus amigos			
d) Outras influências (especifique _____)			

e) o que é sustentabilidade ambiental para você?

Muito obrigada por sua colaboração
 Sucesso na sua jornada

Gratidão! ♥

APÊNDICE 2



TERMO DE ASSENTIMENTO

(Jovens maiores de 16 e menores de 18 anos)

Você está sendo convidado para participar da pesquisa A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras sob a responsabilidade da pesquisadora **Luciene Souza da Costa**, aluna de mestrado e da sua orientadora, **profa. Dra Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão**. Seus pais permitiram que você participe.

Queremos analisar a sustentabilidade presente na aquisição de bens de consumo por jovens em uma escola pública da capital do Amazonas. Ou seja, queremos compreender como os jovens consomem e se eles pensam no meio ambiente na hora de consumir. Os jovens que irão participar desta pesquisa têm entre 16 a 19 anos de idade.

Você não precisa participar da pesquisa se não quiser, é um direito seu e não terá nenhum problema se recusar ou sair no meio da pesquisa.

A pesquisa será feita na Escola em que você estuda, nos intervalos das aulas, de acordo com o conhecimento e liberação da gestora escolar. Para isso, você responderá um questionário, participará de grupos de conversa e de um jogo educativo. A realização destas atividades é considerada segura, mas é possível que você se canse ou se aborreça durante as atividades, podem ainda ocorrer constrangimentos ou alterações de comportamento. Caso aconteça algo errado, você pode nos dizer na hora que iremos suspender a atividade com você. Além disso, seus pais e/ou responsáveis podem nos procurar pelos telefones e endereços que estão no documento que eles assinaram (eles têm uma cópia) e que estão repetidos ao final desse documento.

Mas há coisas boas que podem acontecer, como incentivar o conhecimento a respeito dos cuidados com o ambiente e além disso, com sua contribuição, poderemos ouvir o que o jovem pensa e gerar mais conhecimento sobre a juventude. Você será beneficiado com o acesso a jogos educativos e aprenderá mais sobre educação ambiental.

Nós garantimos total sigilo sobre sua participação do projeto e temos o dever de lhe resguardar de qualquer constrangimento quanto à exposição da imagem ou informação pessoal. Os resultados da pesquisa serão publicados, mas sem identificar as pessoas que participaram.

Se você tiver alguma dúvida, você pode me perguntar durante as atividades na escola. Além disso, meus contatos são: *Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, no Centro de Ciências do Ambiente – CCA/UFAM, Av. Gen. Rodrigo Octávio Jordão Ramos, 6200 - Campus Universitário Bloco T Setor Sul – Coroado. CEP 69077-000 - Manaus/AM - Telefone - (92) 3305-1181 Ramal 4068 ou 4069, email secpgcasa@gmail.com* ou você pode me encontrar através do *Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92) 3305-1181 ramal 2004, email cep.ufam@gmail.com.*

CONSENTIMENTO PÓS INFORMADO

Eu _____ aceito participar da pesquisa **A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras**

Entendi os riscos e benefícios do estudo.

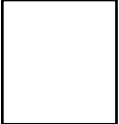
Entendi que posso aceitar participar, mas que, a qualquer momento, posso sair do estudo sem prejuízos para mim ou para meu responsável.

A pesquisadora deixou claro o projeto e meus pais autorizaram minha participação através do TCI E, o qual eles têm uma cópia.

Recebi uma cópia deste termo de assentimento e li e concordo em participar da pesquisa.

Assinatura do participante _____

Data: ___/___/___

Impressão dactiloscópica 

Assinatura do Pesquisador Responsável _____

Professor orientador da pesquisa _____

APÊNDICE 3 –



UFAM

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e
Sustentabilidade na Amazônia – PPG/CASA
Mestrado Acadêmico

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (Jovens menores de idade- participantes da pesquisa)

Convidamos você para participar da Pesquisa **A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras**, sob a responsabilidade da pesquisadora **Luciene Souza da Costa**, aluna de mestrado e da sua orientadora, profa. Dra **Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão**, ambas vinculadas ao Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, no Centro de Ciências do Ambiente – CCA/UFAM, Av. Gen. Rodrigo Octávio Jordão Ramos, 6200 - Campus Universitário Bloco T Setor Sul – Coroado. CEP 69077-000 - Manaus/AM - Telefone - (92) 3305-1181 Ramal 4068 ou 4069, email secpgcasa@gmail.com

A pesquisa tem por objetivo analisar a sustentabilidade presente na aquisição de bens de consumo por jovens em uma escola pública da capital do Amazonas. Ou seja, queremos compreender como os jovens consomem e se eles pensam no meio ambiente na hora de consumir.

A sua participação é voluntária e se dará por meio de questionário, grupos focais (grupos de conversa) e na realização de um jogo educativo. Nesta pesquisa, você vai responder as perguntas que lhe serão feitas, em data, horário e local a serem anteriormente combinados. Pode-se ainda fazer registros fotográficos (apenas do grupo e resguardando os rostos das pessoas) e gravações das atividades. Os resultados da pesquisa serão armazenados em arquivos digitais codificados, não identificados e ao qual somente a pesquisadora terá acesso.

Considera-se que toda pesquisa envolvendo seres humanos envolve risco e os riscos decorrentes da participação dos sujeitos nesta pesquisa são os de causar cansaço ou aborrecimento ao responder o questionário, constrangimento ou alterações de comportamento durante as conversas ou aplicação do jogo. Para evitar tais riscos, ao início das atividades será esclarecido o seu conteúdo e se houver qualquer manifestação de incômodo, a atividade será interrompida. Caso os aborrecimentos persistam, a pesquisadora acompanhará você e/ou seu acompanhante à clínica-escola do Departamento de Psicologia da UFAM em busca de atendimento especializado. Você tem liberdade de se recusar a participar e ainda de se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para você. O trabalho é regido pela norma RE 466/2012 que lhe garante total sigilo e lhe resguarda de qualquer constrangimento quanto à exposição da imagem ou informação pessoal. Se você resolver participar, estará contribuindo na compreensão do consumo entre os jovens. O estudo incentiva o conhecimento a respeito dos cuidados com o ambiente entre os jovens e beneficia a todos, já que todos têm direito a um ambiente saudável. Além disso, com sua contribuição, poderemos ouvir o que o jovem pensa e gerar mais conhecimento. Você será beneficiado com o acesso a jogos educativos e aprenderá mais sobre educação ambiental.

Damos a você a garantia de esclarecimentos, antes e durante o curso da pesquisa, sobre os métodos de trabalho. Caso você tenha algum gasto por causa da pesquisa, você será ressarcido em forma de dinheiro, advindo de recursos próprios da pesquisadora responsável, que pode ser localizada nos através dos telefones e endereços que estão no documento. Caso você tenha algum prejuízo material ou imaterial em decorrência da pesquisa poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação do Conselho Nacional de Saúde nº 466 de 2012. Estão ainda assegurados o direito a indenizações e cobertura material para reparação a quaisquer dano causado pela pesquisa ao participante.

Você não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo.

Para qualquer outra informação, você poderá entrar em contato com a pesquisadora no endereço institucional do 1º parágrafo ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92) 3305-1181 ramal 2004, email cep.ufam@gmail.com.

Consentimento Pós-Informação

Eu, _____, fui informado (a) sobre o que a pesquisadora quer fazer e porque precisa da minha colaboração no projeto **A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras**, e entendi a explicação. Por isso, eu aceito colaborar com o projeto **A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras**, sabendo que não vou ganhar nada por isso e que posso sair quando quiser. Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas por mim, pela pesquisadora e por sua orientadora, ficando uma via comigo e outra com a pesquisadora.

Assinatura do participante _____

Data: ___/___/___



Impressão dactiloscópica

Assinatura do Pesquisador Responsável _____

Professor orientador da pesquisa _____

APÊNDICE 4 –



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e
Sustentabilidade na Amazônia – PPG/CASA
Mestrado Acadêmico

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(Responsáveis pelos jovens participantes da pesquisa)

O seu filho (ou menor sob sua guarda) _____ está sendo convidado a participar da Pesquisa **Relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras** sob a responsabilidade da professora pesquisadora **Luciene Souza da Costa**, aluna de mestrado e da sua orientadora, profa. Dra **Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão**, ambas vinculadas ao Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, no Centro de Ciências do Ambiente – CCA/UFAM, Av. Gen. Rodrigo Octávio Jordão Ramos, 6200 - Campus Universitário Bloco T Setor Sul – Coroado. CEP 69077-000 Manaus/AM - Telefone - (92) 3305-1181 Ramal 4068 ou 4069, email secpgcasa@gmail.com

A pesquisa tem por objetivo analisar a sustentabilidade presente na aquisição de bens de consumo por jovens em uma escola pública da capital do Amazonas. Ou seja, queremos compreender como os jovens consomem e se eles pensam no meio ambiente na hora de consumir.

A participação dele (a) é voluntária e se dará por meio de questionário, grupos focais (grupos de conversa) e na realização de um jogo educativo. Nesta pesquisa, o estudante vai responder as perguntas que lhe serão feitas, em data, horário e local a serem previamente combinados com ele e com sua autorização. Pode-se ainda fazer registros fotográficos (apenas do grupo e resguardando os rostos das pessoas) e gravações (não identificadas) das atividades. Os resultados da pesquisa serão armazenados em arquivos digitais codificados, não identificados e ao qual somente a pesquisadora terá acesso.

Considera-se que toda pesquisa envolvendo seres humanos envolve risco e os riscos decorrentes da participação dos sujeitos nesta pesquisa são os de causar cansaço ou aborrecimento ao responder o questionário, constrangimento e alterações de comportamento durante as conversas ou aplicação do jogo. Para evitar tais riscos, ao início das atividades será esclarecido o seu conteúdo e se houver qualquer manifestação de incômodo, a atividade será interrompida. Caso os aborrecimentos persistam, a pesquisadora acompanhará você e ou seu acompanhante à clínica-escola do Departamento de Psicologia da UFAM em busca de atendimento especializado. O senhor (a) e o (a) menor sob sua responsabilidade, têm liberdade de se recusar a participar e ainda de se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para vocês. O trabalho é regido pela norma RE 466/2012 que lhe garante total sigilo e resguarda vocês de qualquer constrangimento quanto à exposição da imagem ou informação pessoal.

Se o senhor (a) autorizar a participação do estudante, estará contribuindo na compreensão do consumo entre os jovens. O estudo incentiva o conhecimento a respeito dos cuidados com o ambiente entre os jovens e beneficia a todos, já que todos têm direito a um ambiente saudável. Além disso, com sua contribuição, poderemos ouvir o que o jovem pensa e gerar conhecimento a respeito destes indivíduos e gerar maior representatividade sobre os mesmos nos debates nas universidades. Os estudante serão beneficiados pois terão acesso a ferramentas educativas e aprenderão mais sobre educação ambiental, conhecimento indispensável nos dias de hoje.

Damos ao (a) Sr (a) a garantia de esclarecimentos, antes e durante o curso da pesquisa, sobre os métodos de trabalho. Caso alguma despesa extraordinária associada à pesquisa venha a ocorrer, o senhor (a) será ressarcido em forma de dinheiro, advindo de recursos próprios da pesquisadora responsável. Caso o senhor (a) tenha algum prejuízo material ou imaterial em decorrência da pesquisa poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação do Conselho Nacional de Saúde no 466 de 2012. Estão ainda assegurados o direito a indenizações e cobertura material para reparação a quaisquer dano causado pela pesquisa ao participante.

O (a) Sr.(a) ou o estudante sob sua responsabilidade, não terão nenhuma despesa e também não receberão nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade e nem a do estudante serão divulgadas, sendo guardadas em sigilo.

Para qualquer outra informação, o (a) Sr (a) poderá entrar em contato com a pesquisadora no endereço acima mencionado ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92) 3305-1181 ramal 2004, email cep.ufam@gmail.com.

Consentimento Pós-Informação

Eu, _____, fui informado sobre o que a pesquisadora quer fazer e porque precisa da minha colaboração no projeto **A relação entre consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens manauaras**, e entendi a explicação. Por isso, eu autorizo a participação do estudante menor de idade _____ pelo (a) qual sou responsável, sabendo que não vou ganhar nada por isso e que ele (a) pode sair quando quiser. Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas por mim, pela pesquisadora e por sua orientadora, ficando uma via comigo e outra com a pesquisadora.

Assinatura do responsável pelo menor de idade _____

Assinatura do participante da pesquisa _____

Data: ___/___/___

Impressão dactiloscópica

Assinatura do Pesquisador Responsável _____



Professor orientador da pesquisa _____

APÊNDICE 5 –







FORMULÁRIO CRIADO PARA O CÁLCULO DA PEGADA ECOLÓGICA

<i>NO</i>		
<i>QUESTÃO</i>	<i>RESPOSTA</i>	<i>PONTUAÇÃO</i>
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
<i>TOTAL</i>		

APÊNDICE 6 –

Seus eletrônicos estão com defeito. O que você faz?	 JAMONA	 UFAM O-CONVITE	 JOGA NO LIXO	 UFAM
CELULAR				
VIDEO GAME				
TV				

A respeito consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens maranhenses. Lucilene Costa

ONDE EU DESCARTO	RECICLAGEM	LIXO COMUM	OUTROS (QUAIS)	 UFAM
				
				
				
				
				

A respeito consumo e sustentabilidade no comportamento de jovens maranhenses. Lucilene Costa

ANEXOS

ANEXO 1

– TERMO DE ANUÊNCIA DA SECRETARIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO



GOVERNO DO AMAZONAS

TERMO DE ANUÊNCIA

(Secretaria Estadual de Educação do estado do Amazonas- SEDUC-AM)

Cientes da importância da pesquisa científica para o desenvolvimento de uma sociedade mais igualitária, declaramos para os devidos fins que a Secretaria de Estado de Educação e Qualidade do Ensino do Amazonas – SEDUC está de concerto com a execução do Projeto intitulado **A RELAÇÃO ENTRE CONSUMO E SUSTENTABILIDADE NO COMPORTAMENTO DE JOVENS MANAUARAS**, sob orientação da Profa Dra. Maria Olivia de Albuquerque Ribeiro Simão; na responsabilidade da Profa. Luciene Souza da Costa, aluna do mestrado acadêmico do Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia- PPGCASA, do Centro de Ciências do Ambiente- CCA, da Universidade Federal do Amazonas- UFAM, o qual terá o apoio desta instituição.

Manaus, 25 de 08 2016

.....
Naimunda Cláudio Pereira Picanço Filho
Secretário Executivo
Secretaria de Estado de Educação e
Qualidade do Ensino - SEDUC
R.O. nº 100/2016

Assinatura e carimbo do responsável
SEDUC-AM

ANEXO 2 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA



UNIVERSIDADE FEDERAL DO
AMAZONAS - UFAM



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: RELAÇÃO ENTRE CONSUMO E SUSTENTABILIDADE NO COMPORTAMENTO DE JOVENS MANAUARAS

Pesquisador: LUCIENE SOUZA DA COSTA

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 62076016.5.0000.5020

Instituição Proponente: Centro de Ciências do Ambiente

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 1.922.757

Apresentação do Projeto:

Resumo: O estudo do consumo é ma necessidade urgente da sociedade atual. Para entender este fenômeno optou-se em trabalhar com jovens estudantes do Ensino Médio de uma escola da capital do Amazonas, Manaus. O objetivo da pesquisa está em compreender se os jovens consideram a Sustentabilidade em suas escolhas de consumo através da aplicação de uma metodologia apotada em uso de questionário presencial, grupos focais e da realização de um jogo pedagógico através dos quais se pretende discutir e compreender os hábitos de consumo dos jovens e suas implicações.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário: Analisar a noção de sustentabilidade e sua relação com a aquisição de bens de consumo entre jovens de uma escola pública estadual em Manaus, Amazonas.

Objetivo Secundário: - Identificar a noção de sustentabilidade entre jovens de uma escola pública estadual de Manaus;- Avallar o padrão de aquisição de bens de consumo destes jovens;- Analisar a influência de critérios de sustentabilidade na tomada de decisão na aquisição desses bens.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: Toda pesquisa com seres humanos envolve risco em tipos e gradações variados. Quanto

Endereço: Rua Teresina, 4950

Bairro: Adrianópolis

CEP: 69.057-070

UF: AM

Município: MANAUS

Telefone: (02)3305-5130

Fax: (02)3305-5130

E-mail: cep@ufam.edu.br

ANEXO 3 – FORMULÁRIO PEGADA ECOLÓGICA

Questionário Calcule sua Pegada Ecológica (para cada tipo de atividade)

1) Ao fazer compras no supermercado:

- A) Compro tudo que tenho vontade, sem prestar atenção no preço, na marca ou na embalagem;
- B) Uso apenas o preço como critério de escolha;
- C) Presto atenção se os produtos de uma determinada marca são ligados a alguma empresa que não respeita o meio ambiente ou questões sociais;
- D) Procuro considerar preço e qualidade, além de escolher produtos que venham em embalagens recicláveis e que respeitem critérios ambientais e sociais.

2) Entre os alimentos que normalmente você consome, que quantidade é pré-preparada, embalada ou importada?

- A) Quase todos;
- B) Metade;
- C) Um quarto;
- D) Muito poucos. A maior parte dos alimentos que consumo não é pré-preparada nem embalada, tem origem orgânica e é produzida na região onde vivo.

3) O que acontece com o lixo produzido na sua casa?

- A) Não me preocupo muito com o lixo;
- B) Tudo é colocado em sacos recolhidos pelo lixeiro, mas não faço a menor idéia para onde vai;
- C) O que é reciclável é separado;
- D) O lixo seco é direcionado à reciclagem e o lixo orgânico, encaminhado para a compostagem (transformação em adubo).

4) Que eletrodomésticos você utiliza (escolha a opção que mais se pareça com a situação de sua casa)?

- A) Geladeira, freezer, máquina de lavar roupa/tanquinho e forno de microondas;
- B) Geladeira e máquina de lavar roupa/tanquinho;
- C) Geladeira e forno microondas;
- D) Geladeira.

5) Você considera, na sua escolha de compras de eletrodomésticos e lâmpadas, informações referentes à eficiência energética do produto (se o produto consome menos energia).

- A) Não. Compro sempre as lâmpadas e os eletrodomésticos que estiverem mais baratos;
- B) Utilizo lâmpadas frias, mas não levo em consideração a eficiência energética de eletrodomésticos;
- C) Compro eletrodomésticos que consomem menos energia e utilizo lâmpadas incandescentes (amarelas);
- D) Sim. Só utilizo lâmpadas frias e compro os eletrodomésticos que consomem menos energia.

6) Você deixa luz, aparelhos de som, computadores ou televisão ligados quando não estão sendo utilizados?

- A) Sim. Deixo luzes acesas, computador e tv ligados, mesmo quando não estou no ambiente ou utilizando-os;
- B) Deixo a luz dos cômodos ligada quando sei que em alguns minutos vou voltar ao local;
- C) Deixo o computador ligado, mas desligo o monitor quando não estou utilizando;
- D) Não. Sempre desligo os aparelhos e lâmpadas quando não estou utilizando, ou deixo o computador em estado de hibernação (stand by).

7) Quantas vezes por semana, em média, você liga o ar condicionado em casa ou no trabalho?

- A) Praticamente todos os dias;
- B) Entre três e quatro vezes;
- C) Entre uma e duas vezes por semana;
- D) Não tenho ar condicionado.

8) Quanto tempo você leva, em média, tomando banho diariamente?

- A) Mais de 20 minutos;
- B) Entre 10 e 20 minutos;
- C) Entre 10 e 5 minutos;
- D) Menos de 5 minutos.

9) Quando você escova os dentes:

- A) A torneira permanece aberta o tempo todo;
- D) A torneira é aberta apenas para molhar a escova e na hora de enxaguar a boca.

10) Quantos habitantes moram em sua cidade?

- A) Acima de 500 mil pessoas;
- B) De 100 mil a 500 mil pessoas;
- C) De 20 mil a 100 mil pessoas;
- D) Menos de 20 mil pessoas.

11) Quantas pessoas vivem na sua casa ou apartamento?

- A) 1 pessoa;
- B) 2 pessoas;
- C) 3 pessoas;
- D) 4 pessoas ou mais.

12) Qual é a área da sua casa/apartamento?

- A) 170 metros quadrados ou mais;
- B) De 100 a 170 metros quadrados (3 quartos);
- C) De 50 a 100 metros quadrados (2 quartos);
- D) 50 metros quadrados ou menos (1 quarto).

13) Com que frequência você consome produtos de origem animal

(carne, peixe, ovos, laticínios)?

- A) Como carne todos os dias;
- B) Como carne uma ou duas vezes por semana;
- C) Como carne raramente, mas ovos/laticínios quase todos os dias;
- D) Nunca (vegetariano).

14) Qual o tipo de transporte que você mais utiliza?

- A) Carro é meu único meio de transporte e, na maioria das vezes, ando sozinho;
- B) Tenho carro, mas procuro fazer a pé os percursos mais curtos e privilegio o uso de transporte coletivo sempre que possível;
- C) Não tenho carro e uso transporte coletivo;

- D) Não tenho carro, uso transporte coletivo quando necessário, mas ando muito a pé ou de bicicleta.

15) Por ano, quantas horas você gasta andando de avião?

- A) Acima de 50 horas;
- B) 25 horas;
- C) 10 horas;
- D) Nunca ando de avião.

Calcule sua Pegada

Chegou o momento de conhecer o impacto dos nossos hábitos diários na Natureza. Revisite o questionário e transfira suas respostas para a tabela abaixo. Por fim, some os valores de cada opção marcada e conheça o tamanho estimado de sua Pegada Ecológica.

Sua pegada: se sua pontuação foi...

▪ **até 23 Parabéns!** *seu estilo vida leva em conta a saúde do planeta! Você sabe equilibrar o uso dos recursos com sabedoria: se todos no planeta tivessem um estilo de vida como o seu, conseguiríamos manter a vida na Terra sem esgotamento de recursos. Que tal mobilizar mais pessoas e partilhar sua experiência? Você pode ajudar outras pessoas a encontrar um padrão mais justo e sustentável também!*

▪ **de 24 a 44** *Sua pegada está um pouco acima da capacidade do planeta. Vale a pena reavaliar algumas opções do seu cotidiano: se todos no planeta tivessem um estilo de vida como o seu, precisaríamos de 2 (duas) Terras. Algumas mudanças e ajustes podem levá-lo a um estilo de vida mais sustentável, que traga menos impactos à Natureza. Se você se juntar a outras pessoas pode ser mais fácil!*

▪ **de 45 à 66** *Se todos no planeta tivessem um estilo de vida como o seu, seriam necessárias 3 (três) Terras. Neste ritmo o planeta não vai agüentar! Que tal fazer uma reavaliação dos seus hábitos cotidianos hoje mesmo? Dê uma olhada nas sugestões de como diminuir sua pegada e mobilizar mais pessoas!*

▪ **de 67 à 88 Alerta total!** *Se todos no planeta tivessem um estilo de vida como o seu, seriam necessárias 4 (quatro) Terras. Sua pegada está entre os padrões mais insustentáveis do mundo! É urgente reavaliar seu jeito de viver. Seu padrão de consumo e hábitos de vida estão causando danos à vida na Terra e ameaçando o futuro. Mas não desanime, nunca é tarde para começar a mudar.*

