



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

CAMPUS SÃO GABRIEL

CURSO DE GESTÃO AMBIENTAL

CONSUMO CONSCIENTE NA TERCEIRA IDADE

Trabalho de Conclusão de Curso

Alan Righi de Camargo

São Gabriel – RS

Dezembro, 2017

Alan Righi de Camargo

CONSUMO CONSCIENTE NA TERCEIRA IDADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Gestão Ambiental, da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Gestão Ambiental.

Orientadora: Prof. Dra. Ana Julia T. Senna Sarmiento Barata

São Gabriel – RS

Dezembro, 2017

Universidade Federal do Pampa

Campus São Gabriel

Curso de Bacharelado em Gestão Ambiental

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
Aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

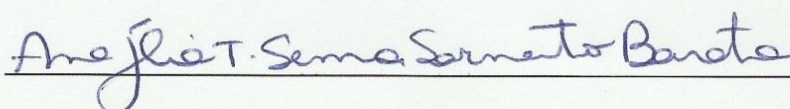
CONSUMO CONSCIENTE NA TERCEIRA IDADE

Elaborado por:

Alan Righi de Camargo

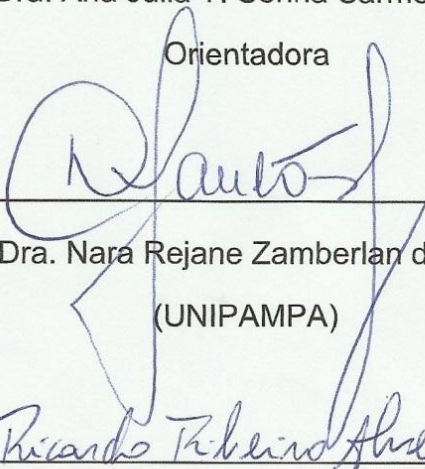
Trabalho de conclusão de curso defendido e aprovado em: 07 de dezembro de 2017

Banca Examinadora:

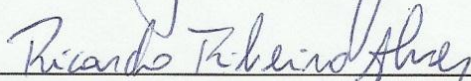


Prof. Dra. Ana Julia T. Senna Sarmento Barata

Orientadora



Prof. Dra. Nara Rejane Zamberlan dos Santos
(UNIPAMPA)



Prof. Dr. Ricardo Ribeiro Alves
(UNIPAMPA)

À minha mãe Sonia Maria Posser Righi, a pessoa mais importante da minha vida, que desde meu nascimento até minha formação, nunca mediu esforços para me ajudar, sempre me incentivou e apoiou em todas minhas decisões e sonhos.

Dedico

AGRADECIMENTOS

Agradeço a toda a minha família pelo apoio, carinho e confiança que sempre me depositaram. Um agradecimento, em especial para minha mãe Sonia Righi, que nunca mediu esforços para me ajudar e apoiar durante toda a minha graduação.

Agradeço a minha irmã Vitória Righi, qual me ensina, diariamente, a acreditar nos meus sonhos e sempre seguir em frente.

A minha professora e orientadora, Ana Julia T. Senna Sarmiento Barata pela dedicação e confiança no meu trabalho.

Aos meus amigos e colegas Julio César, Luan Luongo e Luan Rangel por toda amizade, ajuda e apoio durante os anos da nossa graduação.

Aos meus amigos Fernanda Isa e Nathan Sobreira, pela amizade, apoio e ajuda para a realização deste trabalho.

A todos que fizeram parte desta jornada, meu muito obrigado.

RESUMO

No Brasil, os indivíduos idosos representam 13% da população do país. Considerando esta população um nicho de mercado e com um alto grau de consumo, torna-se indispensável entender o que pensam os idosos sobre a questão ambiental e como a sua percepção afeta o consumo. Este trabalho buscou analisar o comportamento de consumo da terceira idade, com ênfase no consumo consciente em itens como, água, energia elétrica, reciclagem e logística reversa na busca pelo desenvolvimento sustentável. Para isso, primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre consumo consciente, consumo na terceira idade e educação ambiental na terceira idade. A fim de alcançar o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa em um estabelecimento da cidade de São Gabriel – RS, onde se entrevistou trinta consumidores enquadrados no grupo da terceira idade. Concluiu-se que a maioria dos entrevistados não tem clareza dos conceitos de sustentabilidade, consumo consciente e desenvolvimento sustentável, pois demonstraram estar confusos em seus relatos. Isso pode ser atrelado ao fato que tais temas, passaram a ser abordados com maior frequência recentemente e, na maioria das vezes, apenas nas comunidades escolares e acadêmicas, com pouca divulgação na mídia.

Palavras-chave: consumo sustentável, educação ambiental, terceira idade.

ABSTRACT

In Brazil, the elderly represent 13% of the country's population. Considering this population a niche market and with a high degree of consumption, it becomes indispensable to understand what the elderly think about the environmental issue and how their perception affects consumption. This work sought to analyze the behavior of the elderly, with emphasis on the consumption of water, electricity, recycling and reverse logistics in the search for sustainable development. For this, a bibliographic research was first carried out on conscious consumption, consumption in the third age and environmental education in the third age. In order to reach the proposed goal, a study was carried out in an establishment in the city of São Gabriel - RS, where thirty consumers were interviewed in the elderly group. It was concluded that the majority of respondents are not clear about the concepts of sustainability, conscious consumption and sustainable development, as they have shown to be confused in their reports. This may be linked to the fact that such topics have come to be addressed more frequently recently and, most of the time, only in school and academic communities, with little publicity in the media.

Keywords: sustainable consumption, environmental education, elderly.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Relação entre os conceitos e o objetivo da pesquisa	17
Figura 2 - Relação do objetivo com a metodologia	19
Figura 3 - Gênero	20
Figura 4 - Faixa etária de idade.....	20
Figura 5 - Grau de escolaridade.....	21
Figura 6 - Renda mensal.....	21
Figura 7 - Conhecimento de Sustentabilidade e Consumo Consciente	22
Figura 8 - Preocupação com o desenvolvimento sustentável	23
Figura 9 - Realiza práticas de economia de energia elétrica.....	24
Figura 10 - Desliga aparelhos eletrônicos	24
Figura 11 - Desliga as luzes dos ambientes.....	25
Figura 12 - Realiza práticas de economia de água	26
Figura 13 - Desliga chuveiro e torneira	27
Figura 14 - Realiza reciclagem de algum material	29
Figura 15 - Executa a separação do lixo orgânico e reciclável.....	30
Figura 16 - Preocupa-se em adquirir produtos sustentáveis	31
Figura 17 - Deixa de adquirir produtos sustentáveis pelo preço.....	31
Figura 18 - Conhece a prática de logística reversa	32
Figura 19 - Realiza a destinação correta de pilhas, lâmpadas e outros materias	33
Figura 20 - Teve acesso a informação sobre Educação Ambiental	34
Figura 21 - Mudança no dia a dia e no processo de compra	35

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Consumo consciente.....	12
2.2 Consumo na terceira idade	13
2.3 Educação ambiental na terceira idade	15
3. METODOLOGIA	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
5. CONCLUSÃO	36
6. REFERÊNCIAS	38
7. APÊNDICE	42

1. INTRODUÇÃO

Com o advento da Revolução Industrial e o progresso no desenvolvimento econômico dos países, os recursos naturais foram utilizados de maneira desenfreada e como se fossem infinitos. Com o passar do tempo, percebeu-se que estes recursos eram finitos e que deveria haver uma mudança na sua utilização e uma busca pelo desenvolvimento sustentável e o consumo consciente.

Ao final do século XX, a definição de desenvolvimento sustentável passou a ser mais difundida, quando na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD (1988), ONU (Organização das Nações Unidas) apresentou o relatório Nosso Futuro Comum, conhecido também como Relatório Brundtland.

No Relatório Brundtland foi formalizado o conceito de desenvolvimento sustentável, sendo o mais aceito até os dias atuais como: “Desenvolvimento sustentável é aquele que é capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das futuras gerações” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988).

De acordo com Brasil (2014), o consumo sustentável é aquele que envolve a compra de produtos que, durante o seu processo de fabricação, envolveu a utilização de menos recursos naturais, que garantiu o emprego digno daqueles que fizeram parte de todo o processo de produção e, além disso, que no fim de sua vida útil seja de fácil reaproveitamento ou reciclagem.

Para que seja alcançado o consumo consciente e, em consequência disso, o desenvolvimento sustentável é necessário uma mudança no comportamento de consumo, algo que precisa de tempo e amadurecimento, mas quando toda a sociedade adota novos valores, essa mudança é acelerada (BRASIL, 2014).

Em vista que o desenvolvimento sustentável é desejável, o seu alcance depende, em grande proporção, de medidas introduzidas na atual forma de produção e consumo de bens e serviços, tornando essa busca tanto de responsabilidade dos produtores quanto dos consumidores (MANZINI e VEZZOLI, 2002).

No Brasil, os indivíduos idosos representam 13% da população do país, chegando a 26,1 milhões de indivíduos (IBGE, 2012). Considerando esta população um novo nicho de mercado e com um alto grau de consumo, torna-se indispensável à abordagem da questão ambiental e a sua percepção frente a esta temática.

Sendo assim, o objetivo desse trabalho é analisar o consumo consciente na terceira idade.

Visando atender o objetivo proposto, o trabalho foi estruturado da seguinte forma: no item 2 é apresentado o referencial teórico sobre consumo consciente, consumo na terceira idade e educação ambiental na terceira idade. A seguir, no item 3, é descrita a metodologia de pesquisa adotada para a coleta de dados. Na sequência, apresentam-se os resultados e a discussão, por fim, têm-se as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Consumo consciente

A atual forma de consumismo desenfreado, enraizado na sociedade que se está inserido acabou se tornando uma barreira na busca pela sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável do planeta (ASSADOURIAN, 2010).

Para que haja um melhor entendimento no conceito de consumo consciente, é necessário entender também os conceitos de consumo verde e consumo sustentável, pois se percebe que existe um conflito entre esses três conceitos. Para Silva (2012), os três conceitos possuem características complementares, partindo de uma ideia hierárquica, na qual um complementa o outro em sequência linear, dado o grau de amplitude dos conceitos, os mesmos seguem a seguinte sequência: consumo verde, consumo consciente e consumo sustentável.

De acordo com Portilho (2005), o consumo verde traz uma preocupação no processo de decisão de compra que vai além da variável preço e qualidade. O consumo consciente passa a englobar variáveis mais coletivas e responsáveis no consumo, sugerindo assim, uma mudança no comportamento do consumidor.

Sabendo-se que o ato de consumir não pode deixar de ser praticado pelos indivíduos, o Instituto Akatu define como consumo consciente, a prática de se consumir levando em consideração os impactos provocados pelo consumo, buscando-se assim, a minimização dos impactos negativos e maximização dos impactos positivos, com ênfase nos princípios da sustentabilidade (INSTITUTO AKATU, 2010).

O conceito de consumo consciente é representado pela decisão de compra ou uso de serviços, bens industriais ou naturais, levando-se em conta o equilíbrio entre a satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão. Com isso, constata-se que o consumo consciente não é o “ato de não consumir”, mas sim de enfatizar a preservação ambiental através de uma mudança nos padrões de produção e consumo de bens e serviços (FABI, LOURENÇO E SILVA, 2010).

Para Silva (2012), o consumo sustentável representa o padrão de consumo resultante da inter-relação de atores sociais, direcionado para o alcance do desenvolvimento sustentável, pressupondo a existência de uma consciência individual (ao considerar o indivíduo como cidadão), direcionado aos aspectos socioambientais, por atuação governamental e de outros atores envolvidos existentes na dinâmica do consumo sustentável.

Sendo a prática de consumo existente de forma direta ou indireta em todos os momentos da existência do ser humano, ratifica-se a ideia de que é indissociável o viver sem consumir (SILVA e GOMES 2010). Surge então um novo modo de envolvimento do consumidor como ator cidadão na sociedade, percebendo sua responsabilidade por meio de um consumo consciente (VIEIRA, 2010).

Para Santos et al. (2008), o consumo consciente é um ato de cidadania, com a busca pelo equilíbrio entre a satisfação pessoal, o impacto do seu consumo no meio ambiente e o bem-estar da sociedade.

Conforme Furriela (2001), o consumo consciente depende da conscientização dos indivíduos sobre a importância de tornarem-se consumidores responsáveis. Levando-se em consideração que cada indivíduo é único e que a maneira de se exercer um consumo consciente é ampla, deve ser levado em consideração questões como, o estilo de vida, o poder aquisitivo, as questões culturais e sociais no meio em que se está inserido.

Com isso salienta-se que existe uma necessidade de mudança de padrões de produção e consumo na direção de produtos que sejam capazes de satisfazer as necessidades dos consumidores, com respeito à preservação ambiental e o interesse social.

2.2 Consumo na terceira idade

Segundo o Estatuto do Idoso - Lei 10.741, de 1º de outubro (Brasil, 2003), considera-se idoso todo indivíduo que possui acima de 60 anos, goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana e, é assegurado, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde

física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2012), o número de idosos já superou o número de crianças no Brasil.

Além de entender a dimensão deste grupo de indivíduos pertencentes à terceira idade, também se faz necessário compreender seu comportamento de consumo, suas necessidades e desejos, anseios e expectativas. Para Wieselberg (1995), o comportamento do consumidor da terceira idade é constituído por indivíduos que preferem aproveitar seus anos de vida, primando pela qualidade, onde estes detêm o poder de consumo, sendo experientes e mais exigentes.

Assim, os hábitos de consumo de produtos em geral, acabam sendo influenciados pelo envelhecimento da população brasileira, acarretando até mesmo no surgimento de um mercado específico para este grupo (DERBERT, 1999).

Atualmente, percebe-se o desenvolvimento e divulgação de novos produtos e serviços, voltados para essa população, como por exemplo, produtos de beleza, moda, turismo e educação (CAMARANO, 2002).

O envelhecimento influencia as relações sociais, profissionais e familiares, assim como, na maneira que a população da terceira idade consome produtos e serviços (PAK e KAMBIL, 2006).

Segundo Giovinazzo (2008), a terceira idade já representa um grande mercado, tendendo a representar um mercado ainda maior nos próximos anos, com disposição para consumir produtos que atendem suas necessidades e desejos.

De acordo com Solomon (2002), o ato do consumo significa o efeito de extrair ou gostar de uma mercadoria, sendo este ato um importante item na compreensão e informação sobre os consumidores. Kotler (2002) acrescenta que variáveis demográficas como sexo, escolaridade, idade, religião e família, na maior parte dos casos, exercem forte influência no consumo.

O grupo de indivíduos da terceira idade tendem a ter uma análise mais crítica que os jovens e são menos influenciados pelas influências externas, que atingem a faixa etária dos jovens (SOUZA, 2006).

2.3 Educação ambiental na terceira idade

A Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, artigo 2º, afirma que: “A educação ambiental é um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal” (BRASIL, 1999).

A Política Nacional de Educação Ambiental traz como um de seus objetivos fundamentais “o fortalecimento da cidadania, o incentivo à participação individual e coletiva, permanente e responsável, na preservação do equilíbrio do meio ambiente, entendendo-se a defesa da qualidade ambiental como um valor inseparável do exercício da cidadania” (BRASIL, 1999).

Para Sauv  (2016), a educa o ambiental objetiva edificar uma “identidade” ambiental para trazer significado a nossa existência no mundo, para desenvolver um sentimento de pertencer ao meio ambiente e a promover uma cultura do engajamento.

No Brasil, a cada ano que passa, mais de 650 mil idosos são incorporados   popula o (LIMA-COSTA e VERAS, 2003). Esse crescimento   explicado por dois processos: a queda da fecundidade, modificando a distribui o etária da popula o brasileira, e a redu o da mortalidade da popula o idosa, em consequência trazendo o aumento no tempo vivido, revelando assim uma melhora na qualidade de vida (CAMARANO, 2002).

Para Barletta (2010), o envelhecimento não significa apenas a redu o da capacidade produtiva e a desqualifica o para o trabalho, mas sim o enriquecimento pessoal para a obten o de uma vida ativa e saudável, podendo a terceira idade ser um novo momento para a busca de novas oportunidades e em consequência a realiza o de novas atividades.

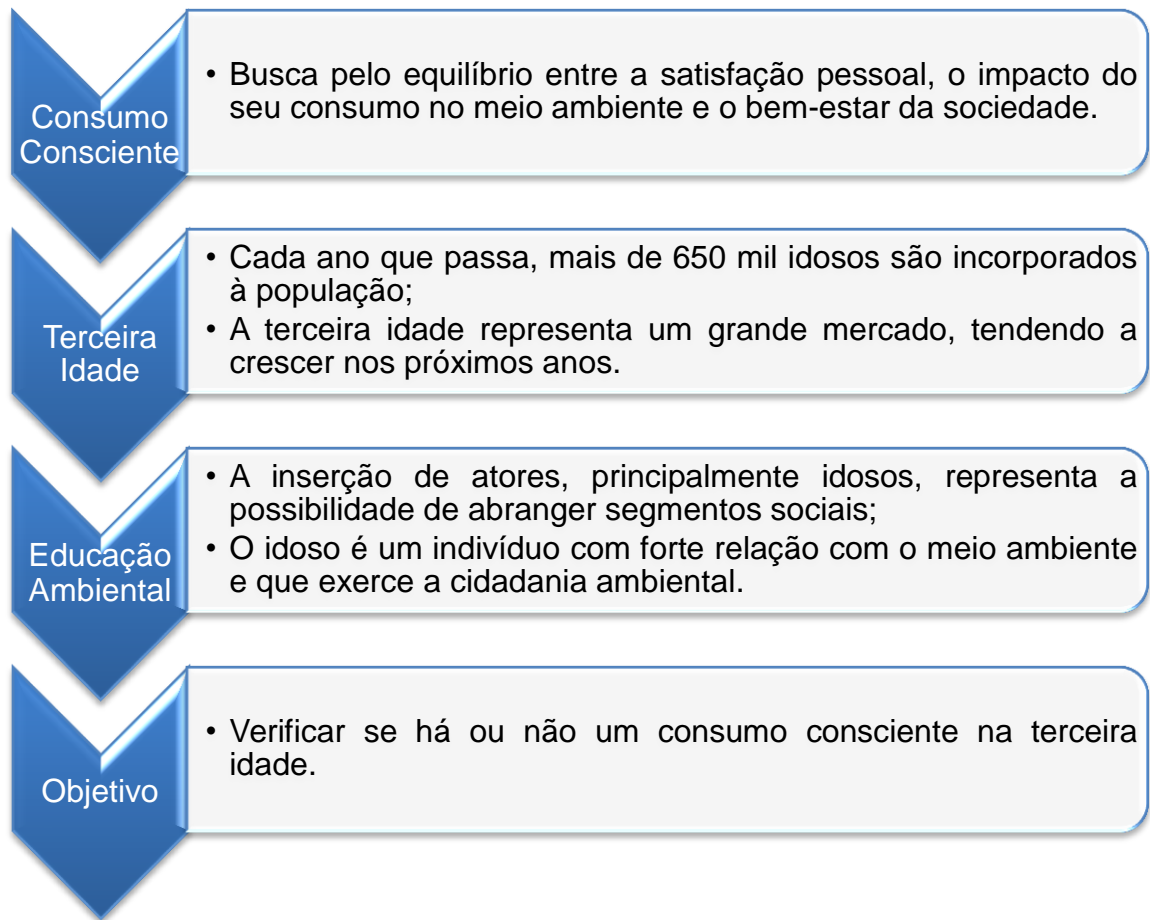
A educa o ambiental   um processo educativo, contínuo e participativo, que articula teoria e prática nas dimensões socioecon micas, políticas, culturais, ecológicas e históricas, objetivando a forma o de cidadãos participativos (RANCHE e TALAMONI, 2005). A inser o de atores, principalmente idosos, representa a possibilidade de abranger segmentos sociais, tornando esses indivíduos parte essenciais para o alcance de um desenvolvimento sustentável (TAMAIIO, 2000). Para Miranda et al. (2005), os idosos podem se tornar interlocutores de práticas e ideias, influenciando seu contexto familiar.

Palma e Cachioni (2002), explicam que existe uma significativa procura, por parte dos idosos, por atividades educacionais em programas oferecidos, como por exemplo, em universidades, associações e sindicatos, em cursos de formação profissional e de reciclagem. Com isso percebe-se que a disseminação da educação ambiental, tanto para criança, como para idosos, é de fundamental importância para o desenvolvimento sustentável do planeta.

O idoso é um indivíduo com forte relação com o meio ambiente e que exerce a cidadania ambiental, podendo este ser inserido na participação da educação ambiental, por meio de práticas não formais de ensino, fora das unidades escolares e acadêmicas (NERI, 2002). O idoso tem conhecimentos acumulados em relação às demais pessoas, devido ao acúmulo de experiências e que podem ser repassadas para as novas gerações (SCHIRRMACHER, 2005).

Ao falar de cidadania ambiental, deve-se lembrar de que esta vem atrelada ao Estado, na formação de sujeitos ativos e com conseqüente participação na elaboração de políticas ambientais (CABRAL NETO e MACEDO FILHO, 2010).

A seguir, na Figura 1, mostra-se a relação dos conceitos apresentados, anteriormente, com o objetivo da pesquisa.

Figura 1 - Relação entre os conceitos e o objetivo da pesquisa

Fonte: Autor, 2017.

3. METODOLOGIA

De acordo com Mattar (2005), o método de pesquisa é o conjunto de atividades de conhecimento sobre o tema ou problema, que permite atingir os objetivos propostos anteriormente, indicando o caminho a ser seguido. Essa investigação estuda as pessoas da terceira idade, determinando o caráter e os quesitos em referidos questionários.

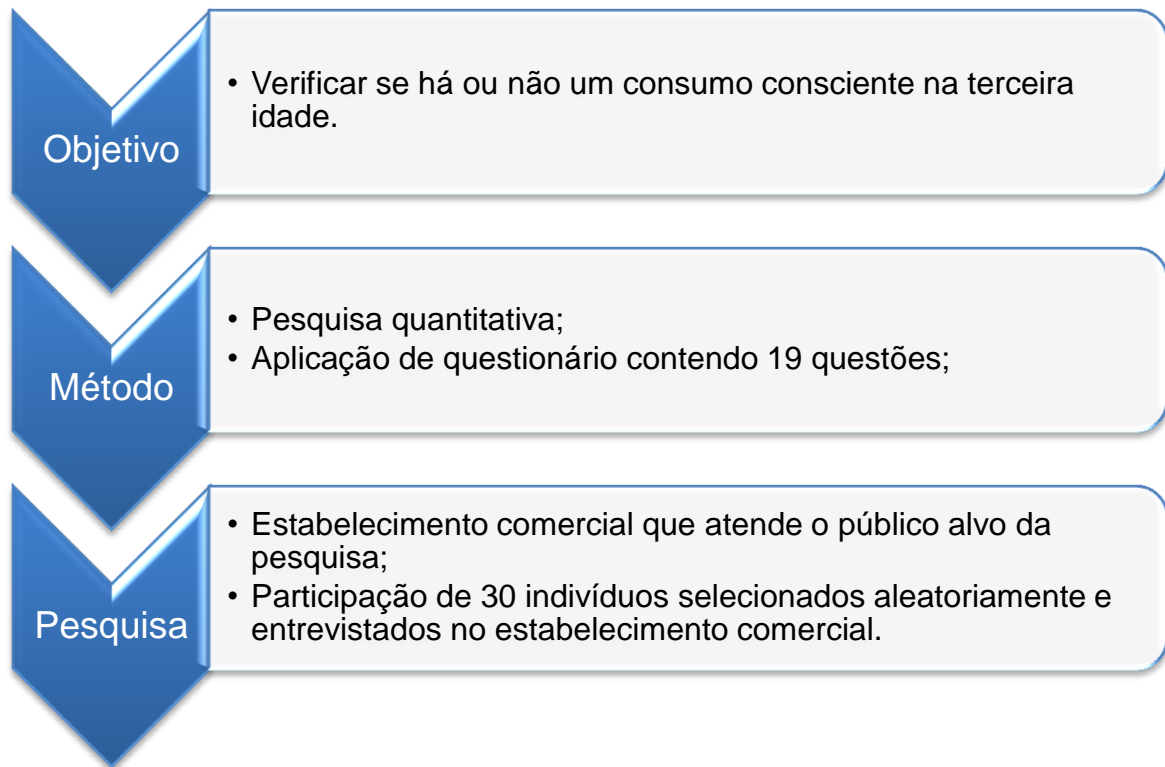
A pesquisa realizada foi quantitativa que segundo Lakatos e Marconi (2011), é a mais apropriada para apurar atitudes e responsabilidades dos entrevistados.

Por meio da aplicação de questionários, buscou-se conhecer a importância dos indivíduos da terceira idade como consumidores conscientes. A coleta de dados foi realizada através da aplicação de um questionário contendo 19 questões referentes à idade, escolaridade, renda, sustentabilidade, consumo consciente, descarte de resíduos e educação ambiental. A pesquisa foi realizada no período de 03 a 13 de outubro de 2017, contando com uma participação de 30 indivíduos.

A população amostrada foi a partir do grupo de indivíduos da terceira idade, escolhidos, aleatoriamente, em um estabelecimento do ramo de financiamentos na cidade de São Gabriel - RS, que tem como foco principal o atendimento do público alvo desta pesquisa.

Após a coleta, os dados foram tabulados e sumarizados em gráficos, utilizando a ferramenta Microsoft Excel 2010. A seguir, serão apresentados os resultados e discussão.

Logo abaixo, na Figura 2, mostra-se a relação do objetivo da pesquisa com os métodos aplicados para a sua realização.

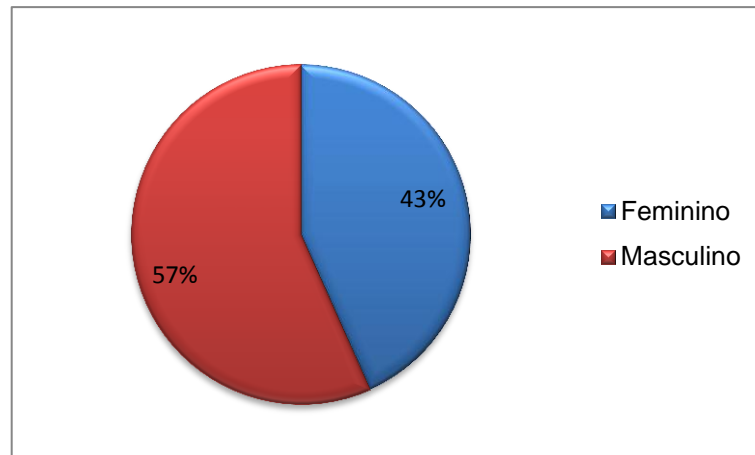
Figura 2 - Relação do objetivo com a metodologia

Fonte: Autor, 2017.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação ao gênero dos entrevistados na pesquisa, 57% dos idosos questionados são do sexo masculino e 43% é do sexo feminino, como mostra a Figura 3.

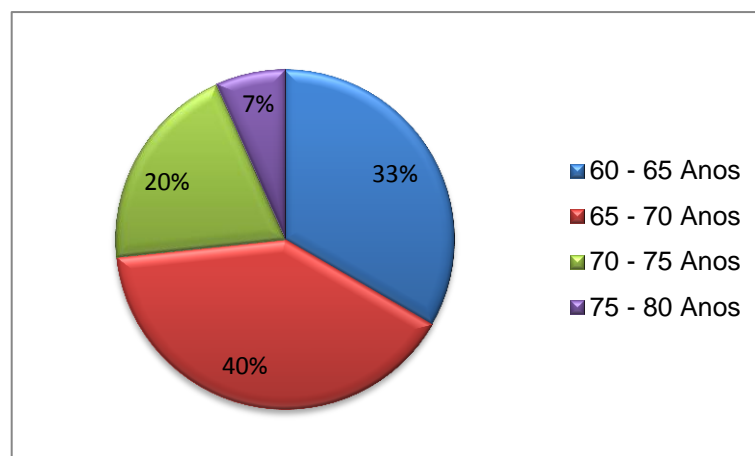
Figura 3 - Gênero



Fonte: Autor, 2017.

Buscou-se fazer um levantamento da faixa etária dos idosos entrevistados (Figura 4), chegando ao número de 40% com idades entre 65 a 70 anos; 33% com idades entre 60 a 65 anos; 20% de 70 a 75 anos e 7% com idades entre 75 a 80 anos.

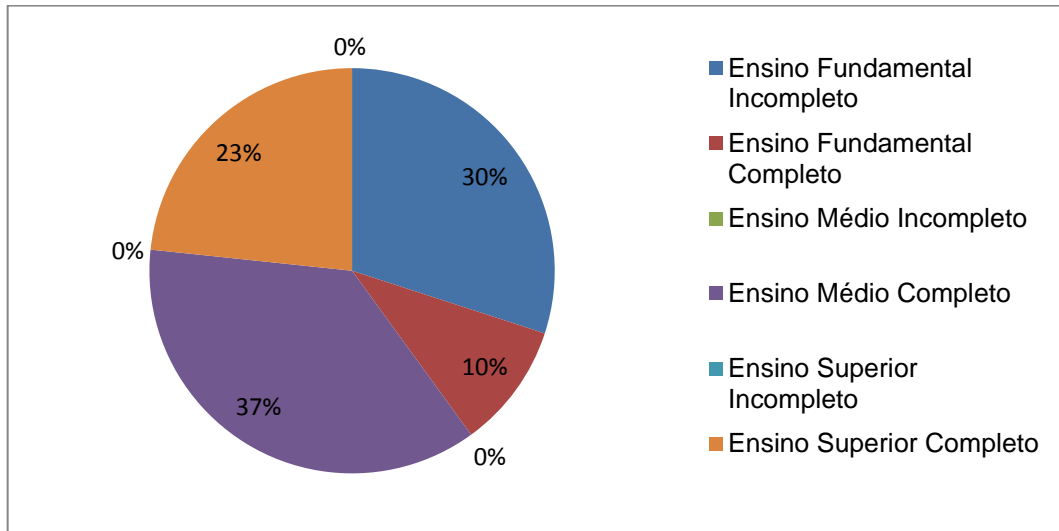
Figura 4 - Faixa etária de idade



Fonte: Autor, 2017.

Quanto à escolaridade, 37% dos idosos concluíram o ensino médio, 30% têm o ensino fundamental incompleto, 23% ensino superior completo e 10% com ensino fundamental completo (Figura 5).

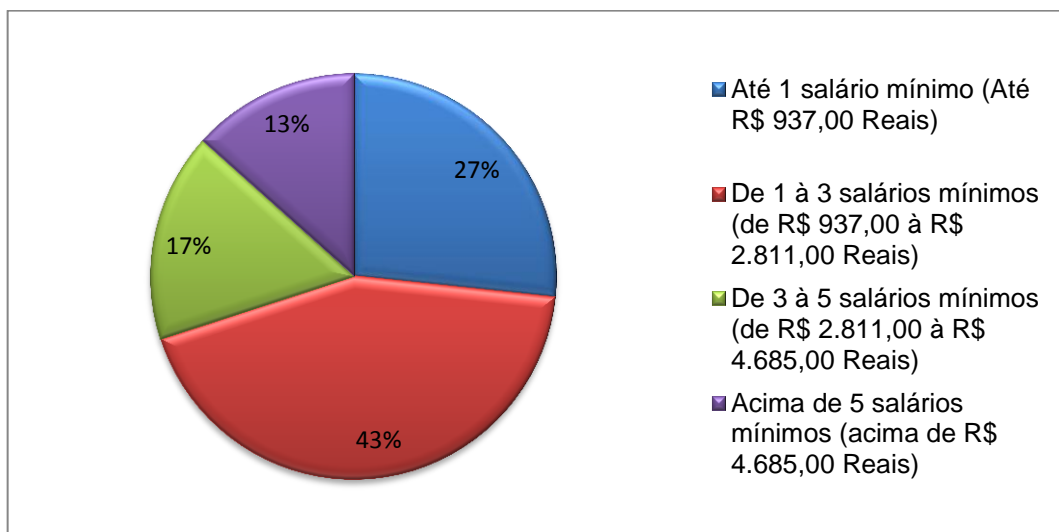
Figura 5 - Grau de escolaridade



Fonte: Autor, 2017.

Em relação à renda mensal, 43% dos entrevistados recebem de 1 a 3 salários mínimos; 27% até um salário mínimo; 17% de 3 a 5 salários mínimos e 13% acima de 5 salários mínimos (Figura 6).

Figura 6 - Renda mensal

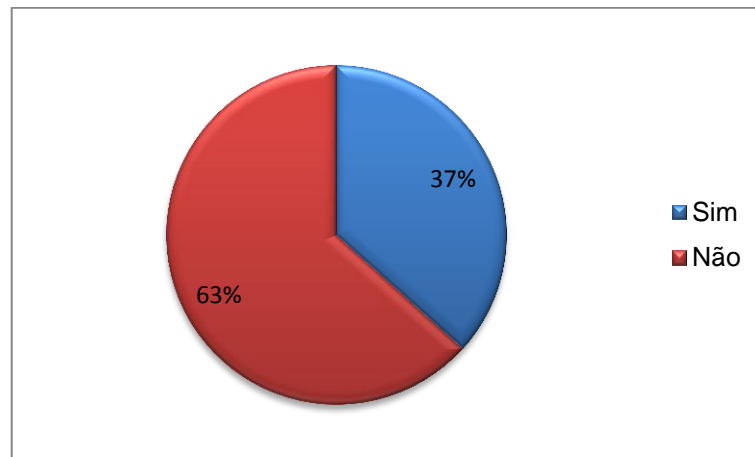


Fonte: Autor, 2017.

Sustentabilidade significa conservar o meio ambiente. Para se alcançar o desenvolvimento sustentável tem-se que suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das futuras gerações (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988).

A pesquisa buscou avaliar se os idosos têm conhecimento sobre os conceitos de sustentabilidade e consumo consciente. Constatou-se que 63% não sabem o que significa sustentabilidade e consumo consciente, e ao tentarem discorrer sobre o tema mostraram uma visão equivocada sobre o assunto. Já 37% demonstraram entender sobre o assunto, mas de forma bastante genérica (Figura 7).

Figura 7 - Conhecimento de Sustentabilidade e Consumo Consciente

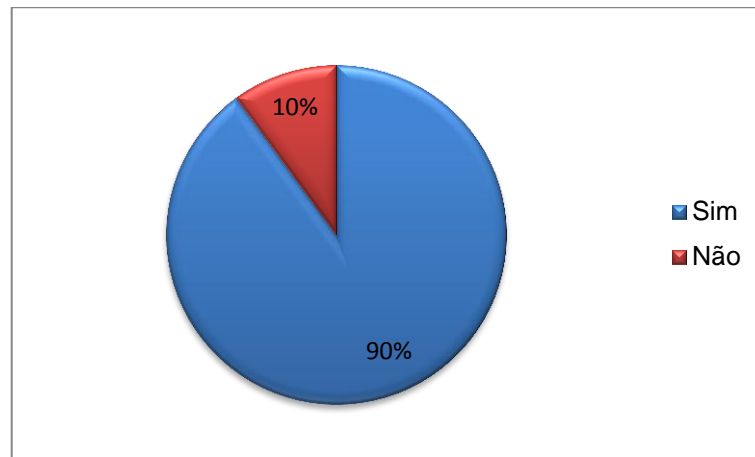


Fonte: Autor, 2017.

Uma questão é conhecer o significado de sustentabilidade, outra é se importar com o desenvolvimento sustentável do planeta. Com base nisso, foi perguntado aos entrevistados se os mesmos se preocupavam com o tema desenvolvimento sustentável do planeta (Figura 8).

Mediante isso, foi obtido que 90% desses idosos têm uma preocupação com o desenvolvimento do planeta e na maior parte das respostas a justificativa dessa preocupação se deve ao fato de pensar como o planeta estará para seus netos e bisnetos, os outros 10% dos idosos relataram não se preocupar com a questão sem dar justificativas relevantes.

Figura 8 - Preocupação com o desenvolvimento sustentável



Fonte: Autor, 2017.

Nascimento et. al (2015), em uma pesquisa realizada com 149 consumidores universitários, na cidade de Fortaleza/CE, verificou a percepção de universitários sobre questões como, sustentabilidade, consumo consciente e o desenvolvimento sustentável do planeta.

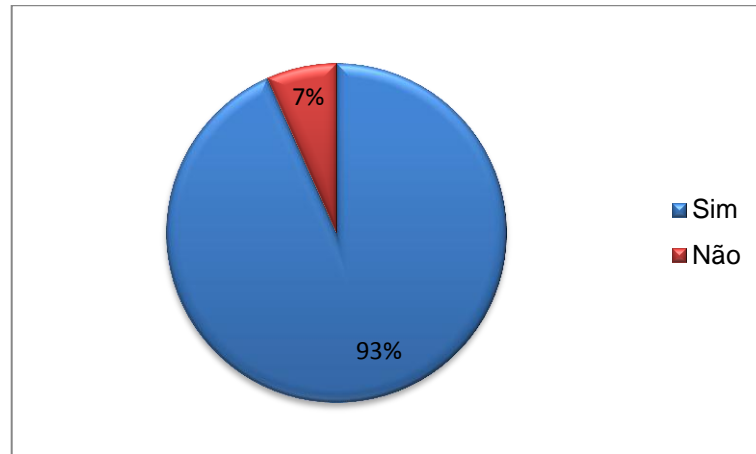
Os dados da pesquisa de Nascimento et al. (2015) mostraram que 99% dos universitários têm conhecimento sobre os conceitos de sustentabilidade, consumo consciente e mostraram uma preocupação com o desenvolvimento sustentável do planeta, justificando essa preocupação com o fato de que se deve preservar os recursos naturais para que as futuras gerações possam usufruir os mesmos.

Ao comparar os dados das duas pesquisas, existe uma diferença significativa em relação aos dados apresentados sobre sustentabilidade e consumo consciente. Essa diferença pode estar ligada ao fato de que os universitários, público alvo de Nascimento et al. (2015), apresentam um maior engajamento sobre os temas, por esses serem bastante discutidos nas universidades. Já sobre desenvolvimento sustentável os dados das duas pesquisas apresentam similaridade, cujos respondentes apresentaram as mesmas justificativas.

Com o intuito de saber quais são as práticas realizadas pelos idosos no seu dia a dia, foi perguntado se os mesmos realizavam alguma prática de economia de energia elétrica (Figura 9). Constatou-se que 93% dos respondentes realizam práticas de economia, e em sua maioria as justificativas foram para a economia

monetária, os outros 7% relataram não fazer nenhuma prática e como justificativa foi de que passavam pouco tempo em casa.

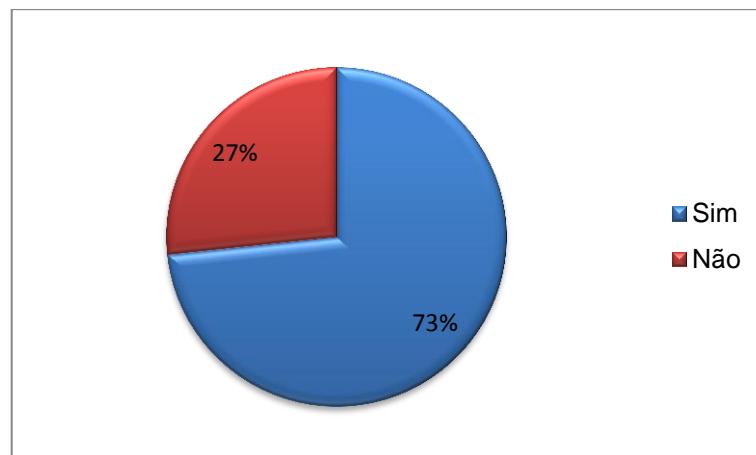
Figura 9 - Realiza práticas de economia de energia elétrica



Fonte: Autor, 2017.

A fim de entender como se estabelece o comportamento dos idosos frente a essas práticas de economia, foi questionado se os entrevistados procuravam desligar aparelhos eletrônicos quando não estavam utilizando (Figura 10).

Figura 10 - Desliga aparelhos eletrônicos

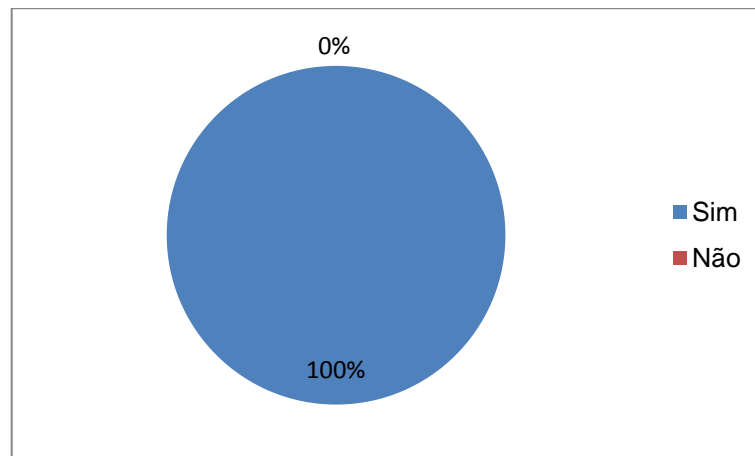


Fonte: Autor, 2017.

Para complementar a pesquisa em relação às práticas de economia de energia elétrica perguntou-se se desligavam as luzes dos ambientes ao sair (Figura 11).

Verificou-se que quanto aos aparelhos eletrônicos 73% dos entrevistados confirmaram que desligam os mesmos, contra 27% que diz não se importar por achar que não vai haver grande impacto financeiro. Em relação a desligar as luzes dos ambientes, 100% dos idosos confirmam desligar e como justificativa para o ato esta a importância financeira.

Figura 11 - Desliga as luzes dos ambientes



Fonte: Autor, 2017.

Embora a energia elétrica não seja diretamente um recurso natural, sua produção requer recursos naturais, como a água, o sol, o gás natural, o vento, o petróleo, dentre outras formas. Por isso torna-se necessário a adoção de medidas relativamente simples, para tornar o uso mais racional e eficiente, gerando assim ganhos econômicos e ambientais.

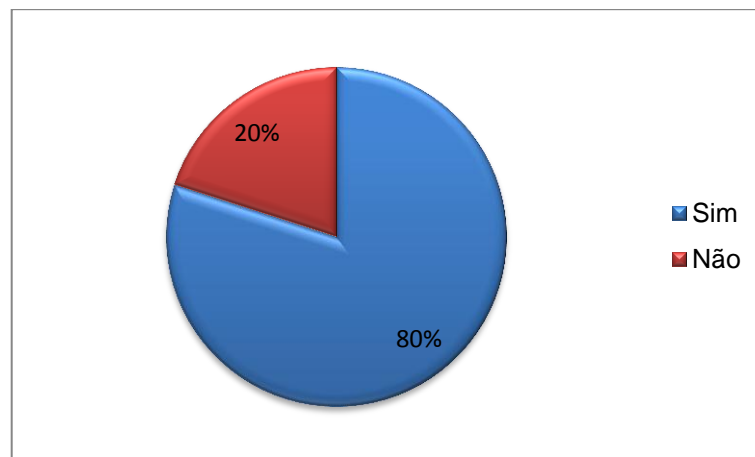
A energia elétrica desperdiçada no Brasil representa o consumo dos Estados do Rio de Janeiro e de Pernambuco, sendo o residencial o setor com maior índice de desperdício, principalmente com eletrodomésticos, como por exemplo, ar-condicionado e chuveiro elétrico (ABESCO, 2014).

Ao analisar os três gráficos (Figuras 9,10 e 11), percebe-se que a grande maioria dos entrevistados tem uma percepção de uso consciente de energia elétrica, embora os idosos em suas justificativas tenham abordado que realizam algumas práticas com frequência e outras não. Pode-se considerar que isso já é um primeiro passo na busca de um consumo consciente, mesmo este ainda estar ligado ao fator financeiro.

Segundo a ANEEL (2012), algumas práticas simples, como usar a luz natural, tomar banhos rápidos, não manter equipamentos eletrônicos ligados sem necessidade, não colocar alimentos quentes no interior da geladeira, são medidas que toda a população pode adotar contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável.

A pesquisa também procurou saber como os entrevistados se comportam em relação ao consumo de água. Para isso, perguntou-se aos idosos se eles realizam práticas para economia de consumo de água em suas residências (Figura 12).

Figura 12 - Realiza práticas de economia de água



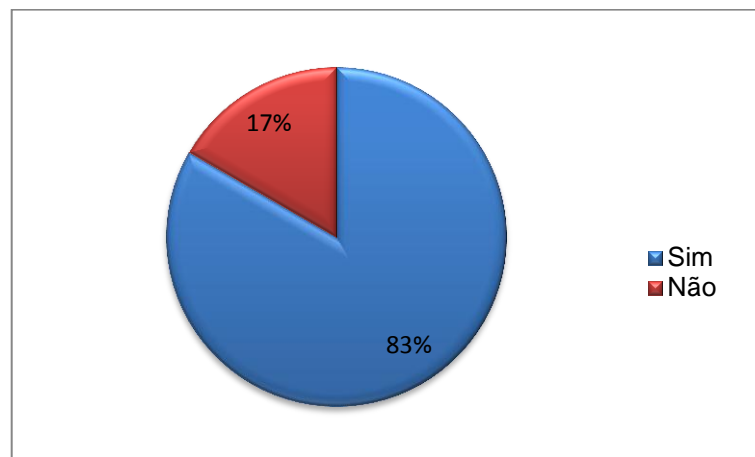
Fonte: Autor, 2017.

Os resultados revelaram que 80% dos respondentes afirmaram realizar práticas de economia em suas residências e como justificativa relataram que não é somente pela economia monetária, mas mostram-se preocupados com o desperdício de água, poluição dos rios, períodos com grandes secas, entre outros

motivos. Os outros 20% dos entrevistados relataram que não realizam práticas de economia de água e como justificativa para a resposta, foi de que passavam pouco tempo em casa e os valores gastos não eram altos.

Na sequência, questionou-se aos entrevistados se eles desligam chuveiros/torneiras quando não estão utilizando. Assim, 83% dos idosos responderam que procuram desligar. Por outro lado, uma maioria desliga somente torneiras. Já 17% relataram não desligar ambos, como mostra a Figura 13.

Figura 13 - Desliga chuveiro e torneira



Fonte: Autor, 2017.

A escassez de água está ligada a diversos fatores, como por exemplo, urbanização desordenada, impermeabilização e erosão do solo, poluição dos corpos d'água e falta de consciência no uso por parte da sociedade. O conceito de desenvolvimento sustentável dos recursos hídricos deve promover uma nova ética para o uso da água, com base em considerações sociais, otimização dos múltiplos usos, controle do desperdício e recuperação de sistemas degradados (TUNDISI, 2003).

Normalmente, os indivíduos não se preocupam com a quantidade de água que é utilizada nas pequenas tarefas de seu dia a dia. Assim, não percebem que os desperdícios advindos dessas tarefas, além do impacto negativo no orçamento familiar, refletem também no meio ambiente. Pensando nesses desperdícios, faz-se

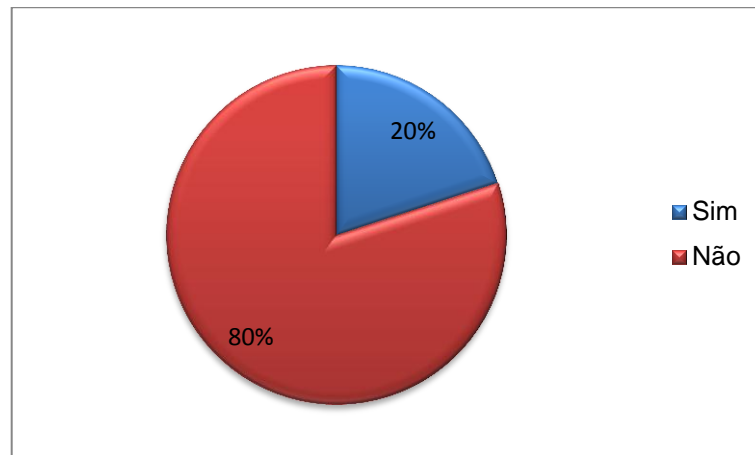
necessário rever os hábitos e atitudes, de forma a contemplar um novo padrão de consumo dos recursos hídricos.

Diversos fatores podem estar ligados ao uso consciente da água, como por exemplo, idade, grau de escolaridade e renda. Neste sentido, Feital et al. (2008) em seu estudo sobre o comportamento do usuário doméstico, faz uma investigação sobre a correlação desses fatores com o consumo consciente de água. Os resultados da pesquisa mostram que o grau de escolaridade não influencia o uso consciente da água, quanto à idade e a renda a pesquisa mostrou que existe uma correlação destes fatores influenciando a forma que os indivíduos praticam ou não o consumo consciente dos recursos hídricos.

Ao comparar os dados (Figuras 12 e 13), verifica-se que 80% dos respondentes realizam alguma prática de economia e 83% desligam chuveiro/torneira. Além disso, não houve correlação entre idade (Figura 4), escolaridade (Figura 5) e renda (Figura 6) com o consumo consciente.

Para que sejam alcançados melhores resultados, é necessária uma mudança no atual padrão de consumo destes recursos, mediante uma sensibilização e mobilização social, através do acesso às informações.

Após os questionamentos sobre os recursos hídricos, perguntou-se aos idosos se os mesmos realizam algum tipo de reciclagem (Figura 14). Os resultados apontaram que 80% dos entrevistados não realizam a reciclagem e, em sua maioria, relataram não haver interesse ou não têm o hábito em seu cotidiano. Os outros 20%, relataram tentar fazer sempre que possível e procuram utilizar esses materiais para trabalhos artesanais.

Figura 14 - Realiza reciclagem de algum material

Fonte: Autor, 2017.

A reciclagem e artesanato geram benefícios do ponto de vista ambiental, econômico e social, pois ambos contribuem para a diminuição da pressão antrópica sobre os recursos naturais e aumento da renda familiar (IBAMA, 2011).

A reciclagem é o ato de reaproveitamento de resíduos sólidos que chegaram ao fim de sua vida útil, ou seja, transformar estes materiais em novos produtos, colocando-os de volta na cadeia produtiva. Assim, envolve a economia de matérias-primas e energia, valorização dos resíduos e, em consequência, a minimização dos impactos negativos que esses produtos gerariam se descartados no meio ambiente (PNUD, 1998).

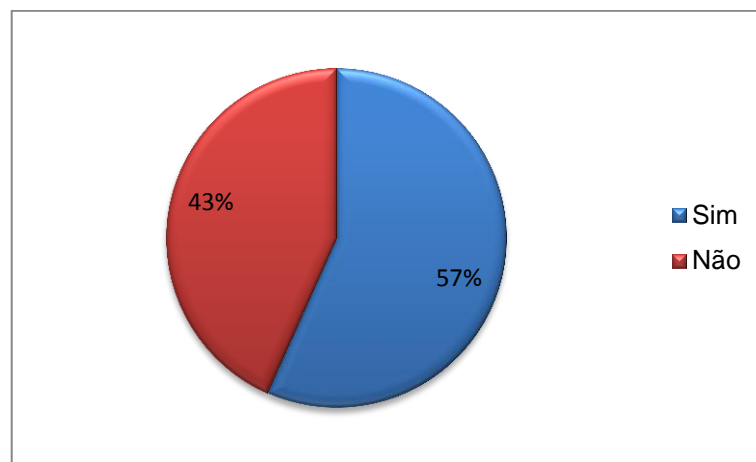
Ao considerar que apenas 20% dos entrevistados realizam algum tipo de reciclagem, e que os outros 80% não realizam por falta de interesse ou hábito, percebe-se que é necessário buscar uma forma de esclarecimento aos idosos, sejam por meio de palestras, projetos ou outras atividades. Essas ações possibilitariam que esses indivíduos acessem informações de como realizar a reciclagem, o que pode ser feito com os materiais e ainda podendo gerar uma fonte de renda adicional.

De modo a atingir valores mais altos de reciclagem, pode-se utilizar da política dos 3R's, que significa reduzir, reutilizar e reciclar. A reciclagem e a reutilização devem ser vistas como alternativas para a redução de lixo no futuro.

Para Bonelli (2005), a redução e a reutilização evitarão que maiores quantidades de produtos se transformem em lixo. Através da reciclagem se prolonga a utilidade de recursos naturais, reduzindo assim o volume de lixo.

Após a abordagem sobre reciclagem, foi perguntado aos respondentes da pesquisa se eles tinham por hábito fazer a separação do lixo orgânico e reciclável, como mostra a Figura 15.

Figura 15 - Executa a separação do lixo orgânico e reciclável



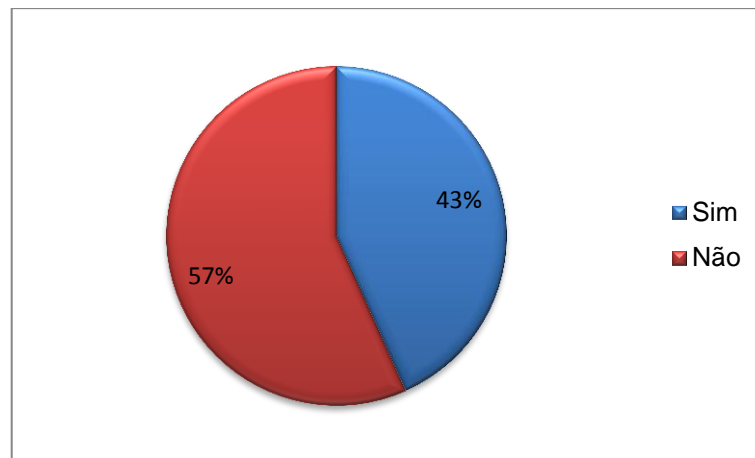
Fonte: Autor, 2017.

Os resultados foram que 57% dos idosos procuram fazer a separação do lixo e como justificativa foi que seria para ajudar na coleta municipal ou os catadores de rua. Já 43% dizem não fazer a separação por não haver coleta seletiva em seus bairros.

Neste caso, para uma evolução na separação de resíduos, além de políticas públicas, são necessárias ações de educação ambiental, tanto formais ou informais, visando sensibilizar os indivíduos sobre a conservação do meio ambiente.

A pesquisa também procurou investigar se existe uma preocupação em adquirir produtos sustentáveis por parte dos idosos (Figura 16). Obteve-se que 57% dos entrevistados não têm uma preocupação em adquirir tais produtos. Já 43% afirmaram que procuram adquirir produtos sustentáveis, como por exemplo, carnes e frutas orgânicas, produtos de higiene e limpeza que utilizam refil.

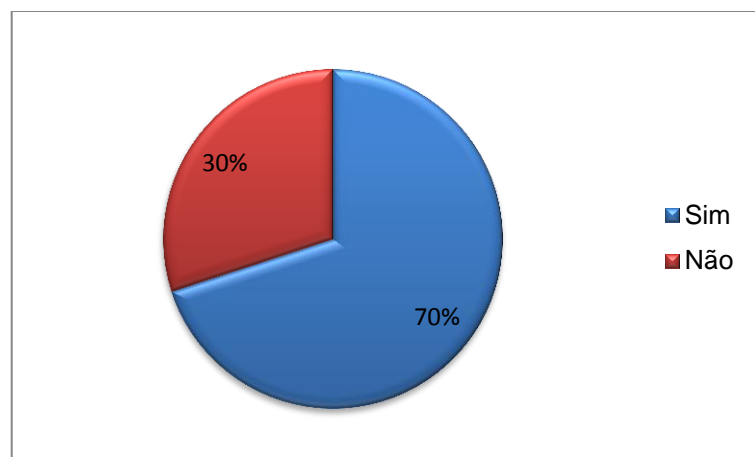
Figura 16 - Preocupa-se em adquirir produtos sustentáveis



Fonte: Autor, 2017.

A fim de entender melhor como é o comportamento dos idosos em relação aos produtos sustentáveis, também foi questionado se já deixaram de adquirir produtos sustentáveis levando em consideração o preço (Figura 17).

Figura 17 - Deixa de adquirir produtos sustentáveis pelo preço



Fonte: Autor, 2017.

A partir disso, obteve-se que 70% dos idosos entrevistados já deixaram de adquirir produtos sustentáveis, devido ao preço. Os 30% restantes, afirmaram que na hora de realizar as suas compras não há uma preocupação com o preço, pois

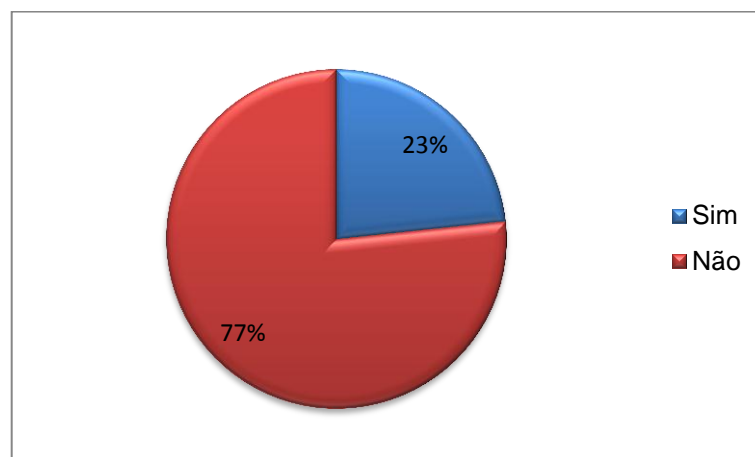
buscam adquirir produtos de melhor qualidade, indiferente se forem produtos sustentáveis ou convencionais.

Produtos sustentáveis são aqueles que incorporam durante todo o seu ciclo de vida, as melhores alternativas possíveis para a minimização dos impactos ambientais e sociais, gerando efeitos econômicos e sociais positivos (BRASIL, 2014).

Ao analisar as Figuras 16 e 17, pode-se concluir que, mesmo os consumidores que procuram adquirir produtos sustentáveis, muitas vezes optam por produtos convencionais devido ao alto preço. É necessária uma mudança na percepção dos idosos frente a esse tipo de produto, para que não levem em consideração apenas o preço, mas sim a qualidade, durabilidade, os aspectos ambientais tanto do produto, quanto da empresa.

Após os questionamentos sobre produtos sustentáveis, foi perguntado aos entrevistados se tinham conhecimento sobre a prática de logística reversa realizada por empresas (Figura 18). Os resultados encontrados revelaram que 77% não têm conhecimento sobre o tema e, apenas 23% dos idosos, dizem conhecer o assunto através da mídia.

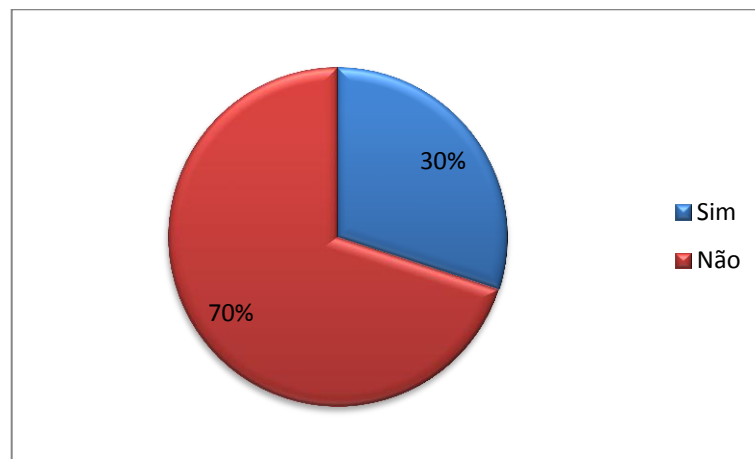
Figura 18 - Conhece a prática de logística reversa



Fonte: Autor, 2017.

A questão seguinte buscou saber se os respondentes, mesmo sem ter um conhecimento sobre logística reversa, realizavam a destinação correta de resíduos (Figura 19). Constatou-se que 70% dos idosos não realizam a destinação correta dos resíduos. Isto porque não têm informações e desconheciam que este tipo de material não devia ser descartado no lixo comum. Os outros 30% relataram fazer o descarte correto por conhecer pontos de coletas na cidade, localizados em supermercados e bancos.

Figura 19 - Realiza a destinação correta de pilhas, lâmpadas e outros materias



Fonte: Autor, 2017.

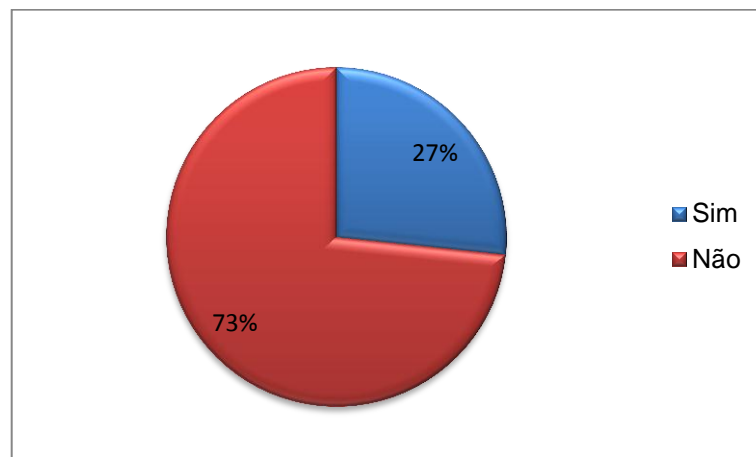
De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a logística reversa se caracteriza por ser um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento no ciclo produtivo, ou para a destinação final ambientalmente correta. A logística reversa passou a vigorar desde 2014, sendo que implantada em todo o país até o final de 2015 (BRASIL, 2014).

Ao analisar os gráficos sobre logística reversa e a destinação de resíduos (Figura 18 e 19), constatou-se que a maior parte dos entrevistados desconhece o tema e não fazem a correta destinação dos resíduos sólidos. Isso pode estar atrelado ao fato de ser um tema relativamente novo e que foi implantado aos poucos nas empresas, com poucas divulgações na mídia.

Para que ocorra uma mudança na visão dos idosos, sobre a logística reversa e destinação de resíduos sólidos faz-se necessário uma maior divulgação por parte de governo e empresas sobre o assunto e como os indivíduos devem proceder para a realização desta destinação.

Após todos os questionamentos sobre sustentabilidade, consumo consciente, economia de energia e água, reciclagem, produtos sustentáveis e logística reserva, foi perguntado aos entrevistados se já tiveram acesso a informações sobre educação ambiental (Figura 20), pois se entende que é através dela que será alcançado uma mudança nos atuais padrões de consumo da sociedade.

Figura 20 - Teve acesso a informação sobre Educação Ambiental



Fonte: Autor, 2017.

Os resultados revelaram que 73% dos idosos nunca tiveram acesso às informações e práticas de educação ambiental; os outros 27% relataram saber um pouco sobre o assunto por terem visto na mídia.

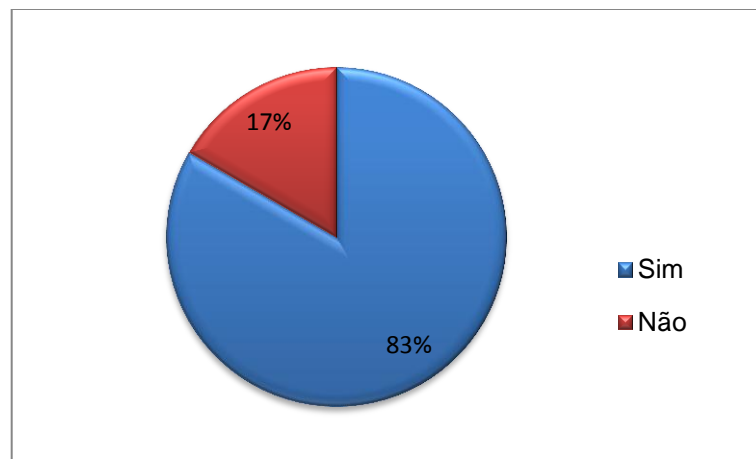
Isto pode estar relacionado ao fato de que a educação ambiental é um tema que só ganhou visibilidade nas últimas décadas, não sendo abordada na época em que os idosos entrevistados estavam em seus períodos escolares.

A educação ambiental é um tema que deve ser tratado amplamente para que toda a população tenha acesso, desde as práticas formais de ensino (escolares e

acadêmicas), até as práticas não formais, por meio de palestras e produtos abertos para toda a comunidade. Isto contribuiria para uma mudança de valores na busca por um desenvolvimento sustentável.

Por fim, com a intenção de saber se a pesquisa contribuiu para uma mudança da percepção dos idosos, frente aos temas ambientais abordados, foi questionado se os mesmos iriam começar a se importar mais com as questões abordadas, tanto do seu cotidiano como no processo de compra (Figura 21).

Figura 21 - Mudança no dia a dia e no processo de compra



Fonte: Autor, 2017.

Os resultados apontaram que 83% dos idosos relataram que tentariam colocar em prática os assuntos abordados na pesquisa. Além disso, também reconheceram a importância de se adotar essas práticas e agradeceram ao convite para participar da pesquisa. Já 17% agradeceram o convite para participar da pesquisa, mas relataram que não mudariam seus hábitos e costumes por acharem que mesmo que façam alguma coisa, nada iria mudar no meio ambiente.

Com isso percebe-se a importância de se elaborar mais pesquisas, palestras e projetos votados para o público alvo da terceira idade.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho buscou analisar se existe um não um consumo consciente por parte dos indivíduos idosos. O consumo consciente depende da conscientização de cada indivíduo. Devido à escassez de pesquisas sobre o comportamento de consumo da população idosa, percebe-se que é de extrema importância a realização de pesquisas e práticas que abordem esse tema para este nicho da população.

Quando se abordou os temas de sustentabilidade, consumo consciente e desenvolvimento sustentável, verificou-se que há pouco conhecimento por parte da maioria dos idosos. Isso pode ser atrelado ao fato que os conceitos e práticas relacionados a temas ambientais não chegam à população idosa. Tais temas foram considerados transversais nas comunidades escolares e acadêmicas recentemente e têm pouca divulgação na mídia.

A população idosa, em sua maioria, realiza um consumo consciente. Para isso, necessita-se disseminar informações sobre o tema e suas diversas abrangências, através de diferentes fontes.

A educação ambiental tem um papel fundamental na percepção dos idosos frente as suas atuais práticas de consumo. O envelhecimento da população revela o idoso como um agente modificador de valores. Um dos desafios da educação ambiental é modificar o modo de pensar e, em consequência disso, o modo de agir.

O indivíduo da terceira idade é primordial para que, através do ensino da educação ambiental, seja um propulsor de mudança no meio em que está inserido, devendo esta ser aplicada de forma gradual e progressiva para maior e melhor interação do público da terceira idade.

Constatou-se que poucos consumidores da terceira idade apresentaram um consumo consciente e que, muitos deles estão mais preocupados com a economia dos gastos com água e energia do que a real preocupação com aspectos ambientais.

Enfim, para obter um maior consumo consciente na terceira idade é necessário informar os indivíduos sobre aspectos ambientais e de consumo sustentável, seja por meio de palestras, projetos, entre outros. As Universidades têm papel

fundamental na execução dessas ações de extensão que auxiliam na formação de indivíduos com maior consciência sobre seus impactos no meio ambiente, contribuindo assim, para o desenvolvimento sustentável do planeta.

6. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA (Brasil) (ANEEL). Banco de Informações de Geração: BIG. Disponível em: <<http://www2.aneel.gov.br/aplicacoes/capacidadebrasil/capacidadebrasil.cfm>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

ASSADOURIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: WORLDWATCH INSTITUTE. **Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável**. Salvador: Uma Ed., 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SERVIÇOS DE CONSERVAÇÃO DE ENERGIA (Brasil) (ABESCO). **Desperdício de energia gera perdas de R\$ 12,6 bilhões**. Disponível em: <<http://www.abesco.com.br/pt/novidade/desperdicio-de-energia-gera-perdas-de-r-126-bilhoes/>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

BARLETTA, Fabiana. R. **O direito à saúde da pessoa idosa**. São Paulo: Saraiva, 2010.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27.04.1999. Dispõe sobre a Educação Ambiental, Institui a **Política Nacional de Educação Ambiental** e dá outras providências. Disponível em: Acesso em: 17 ago. 2017.

BRASIL. Lei nº 10.741, de 01.10.2003. **Estatuto do Idoso**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm>. Acesso em: 03 set. 2017.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 02.08.2010. **Política Nacional de Resíduos Sólidos**. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=636>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, 2014. **Consumo sustentável**. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, 2014. **Produção sustentável**. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/producao-sustentavel>>. Acesso em: 08 nov. 2017

BONELLI, Cláudia M.C. **Meio ambiente, poluição e reciclagem**. 2 ed., Blucher: São Paulo, 2010.

CABRAL NETO, Antonio; MACEDO FILHO, Francisco D. **O Estado e o dever de proteção ao meio ambiente:** a importância da participação social na formulação, execução e avaliação de políticas ambientais. In: CABRAL NETO, Antonio; MACEDO FILHO, Francisco. D.; BATISTA, Maria. S. S. (Org.). **Educação ambiental:** caminhos traçados, debates políticos e práticas escolares. Brasília: Ed. Líber Livro, 2010.

CAMARANO, Ana. A. **Envelhecimento da população brasileira:** uma contribuição demográfica. Rio de Janeiro: IPEA, 2002.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **A ONU e o meio ambiente.** 1988. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-o-meio-ambiente/>>. Acesso em: 05 out. 2017.

DEBERT, Guita G. **A reinvenção da velhice:** socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: EDUSP, 1999.

IBAMA, Governo Federal. **Mudanças climáticas globais, queimadas e incêndios florestais.** Cartilha publicada pelo Ministério do Meio Ambiente, 2011.

INSTITUTO AKATU PARA O CONSUMO CONSCIENTE. **O que é Consumo Consciente?** 2010. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/consumo_consciente/oque>. Acesso em: 08 out. 2017.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** 2012. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>> Acesso em: 03 set. 2017.

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

FEITAL, João C. C.; SPERS, Eduardo E.; NOVAES NETTO, Arsênio F.; SPERS, Valéria R. E., Ponchio, Matheus C. (2008). **O consumo consciente da água:** um estudo do comportamento do usuário doméstico. Anais do III Encontro de Marketing da Associação Nacional Pós-Graduação em Administração. Curitiba, PR, Brasil

FURRIELA, Rachel B. **Educação para o Consumo Sustentável.** Ciclos de Palestras sobre o Meio Ambiente. 2001.

GIOVINAZZO, Renata A. **Terceira idade ganhará espaço no mercado de consumo. Seminário sobre Técnica de Elaboração de Cenários.** Programas de Estudos do Futuro. Faculdade de Economia e Administração. Universidade de São Paulo, 2008.

KOTLER, Philip. **Marketing em Ação: Uma Nova Abordagem para Lucrar, Crescer e Renovar**. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 1ª edição, 2002.

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

LIMA-COSTA, Maria. F.; VERAS, Renato. **Saúde pública e envelhecimento**. Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 700-70, 2003.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis - os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2002.

MATTAR, Fause. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2005.

MIRANDA, Érica S.; MODENA, Celina M.; SCHALL, Virgínia T. **Educação ambiental: conceitos e ações de idosos do grupo Renascer em São José de Almeida, Jaboticatubas, MG**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO EM CIÊNCIAS, 5., 2005, Bauru. Atas. Bauru, 2005.

NASCIMENTO, Wesley S; ALVARENGA, Rafaella A. M.; VALE, Alyne O.; MONTENEGRO, Rebeca M. B. A percepção do consumo sustentável entre consumidores. R. Gest. Anál., Fortaleza, v. 4, n. 2, p. 49-60, jul./dez. 2015

NERI, Anita L. **Qualidade de vida e idade madura**. 4. ed. Campinas: Papirus, 2002.

RANCHE, Priscila. M.; TALAMONI, Jandira. L. B. **Reflexões sobre a sustentabilidade e a educação ambiental**. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências, 5., 2005, Bauru.

PAK, Cabrini; KAMBIL, Ajit. Over 50 and ready to shop- serving the aging consumer. **Journal of Business Strategy**, v.27, n.6, p.18-28, 2006.

Palma, L. A., & Cachioni, M. (2002). **Educação permanente: perspectiva para o trabalho educacional com o adulto maduro e com o idoso**. In E. Freitas, L. Py, A. L. Neri, F. A. X. Cançado, M. L. Gorzoni & S. M. Rocha. Tratado de geriatria e gerontologia (pp.1101-1109). Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, Thaís C.; LEITE, Ana P. R.; TACCONI, Marli F. F. S. & ALEXANDRE, Mauro L. Movimento do Consumo Consciente: do Cidadão Consumidor ao Consumidor Cidadão? In **Anais...** Encontro de Administração Pública e Governança – EnAPG. Salvador, 2008.

SAUVÉ, Lucie. Viver juntos em nossa Terra: Desafios contemporâneos da educação ambiental. **Revista Contrapontos**, v. 16, n. 2, p. 288-299, 2016.

SCHIRRMACHER, Frank. **A revolução dos idosos**: como será o novo choque de gerações. O que muda no mundo com o aumento da população mais velha. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

SILVA, Minelle. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **RECADM**, vol. 11, nº 2, jul. / dez. 2012.

SILVA, Minelle E.; GÓMEZ, Carla. R. P. Consumo Consciente: O papel contributivo da educação. **Revista Reuna** (Belo Horizonte). V. 15, n.3, p.43-54. 2010.

SOLOMON, Michael. R. **Comportamento do Consumidor**. 5ª ed., Ed. Bookman, 2002.

SOUZA, Heloisa M. R, de, ROMEU, Wilson J. F. **Turismo e Qualidade de Vida na Terceira Idade**. Ed Manole, São Paulo: 1ª edição, 2006.

TAMAIIO, Irineu. **A mediação do professor na construção do conceito de natureza**. Campinas, 2000. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Educação, Universidade de Campinas.

TUNDISI, José G. **Água no século XXI**: Enfrentando a Escassez. São Carlos: Rima, IIE, 2003.

WIESELBERG, Robert. Shopping Center e o consumidor da terceira idade. **Anais** da Assembléia do Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração (pp. 566-573). São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/USP, 1995.

VIEIRA, Diego M. *O consumo socialmente irresponsável*. In **Anais...** IV Encontro de Marketing da ANPAD. Florianópolis: ANPAD, 2010.

7. APÊNDICE

Questionário: consumo consciente na terceira idade

1) Qual seu sexo?

Feminino Masculino

2) Marque o item que corresponde a sua faixa etária de idade:

60 – 65 Anos 65 – 70 Anos 70 – 75 Anos 75 – 80 Anos

3) Qual seu nível de escolaridade:

Ensino Fundamental Incompleto

Ensino Fundamental Completo

Ensino Médio Incompleto

Ensino Médio Completo

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Não Alfabetizado

4) Marque o item que corresponde a sua renda:

Até 1 salário mínimo (Até R\$ 937,00 Reais)

De 1 à 3 salários mínimos (de R\$937,00 à R\$ 2.811,00 Reais)

De 3 à 5 salários mínimos (de R\$2.811,00 à R\$4.685,00 Reais)

Acima de 5 salários mínimos (Acima de R\$ 4.685,00)

5) O (a) senhor (a) sabe o que é sustentabilidade e consumo consciente?

Sim Não

6) O (a) senhor (a) se preocupa com o desenvolvimento sustentável do planeta?

Sim Não Por quê?

7) O (a) senhor (a) faz alguma prática de economia de energia elétrica?

Sim Quais? Não Por quê?

8) O (a) senhor (a) procura desligar aparelhos eletrônicos quando não está utilizando, como por exemplo, televisão, computador, microondas entre outros?

() Sim () Não

9) O (a) senhor (a) desliga as luzes dos ambientes ao sair?

() Sim () Não

10) O (a) senhor (a) faz alguma prática de economia de água?

() Sim () Não Por quê?

11) O (a) senhor (a) procura desligar chuveiro e torneira enquanto ensaboa o corpo, objetos ou as mãos?

() Sim () Não

12) O (a) senhor (a) faz algum tipo de reciclagem?

() Sim Qual? () Não Por quê?

13) O (a) senhor (a) faz separação do lixo orgânico e reciclável?

() Sim () Não Por quê?

14) Na hora de realizar suas compras o (a) senhor (a) se preocupa em adquirir produtos sustentáveis?

() Sim () Não Exemplo:

15) O (a) senhor (a) deixa de adquirir produtos sustentáveis pelo preço?

() Sim () Não Por quê?

16) O (a) senhor (a) sabe o que é a prática de logística reversa realizada por empresas?

() Sim () Não

17) O (a) senhor (a) faz a correta destinação de resíduos como pilhas, lâmpadas e outros matérias altamente poluentes?

() Sim () Não Por quê?

18) O (a) senhor (a) já teve acesso a informações sobre educação ambiental?

() Sim Onde? () Não

19) Agora que o (a) senhor (a) fez parte desta pesquisa, vai começar a se importar mais com essas questões, tanto no seu dia a dia como no seu processo de compra?

() Sim () Não Por quê?