

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Experiência

Relato de Caso

ESTRATÉGIAS PARA SENSIBILIZAÇÃO AMBIENTAL: CASOS BRASILEIROS

AUTOR PRINCIPAL: Jordana Machado Cara

CO-AUTORES: Andressa D'Agostin

ORIENTADOR: Prof. Dra. Janine Fleith de Medeiros

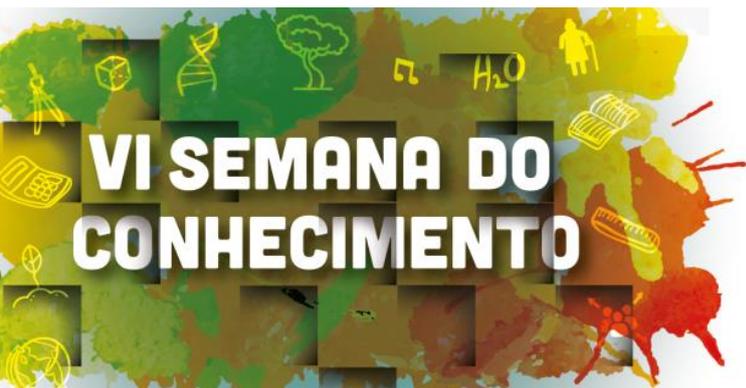
UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

A sensibilização ambiental vem ganhando um olhar diferenciado devido ao seu papel como multiplicadora dos esforços para promoção da educação e de ações conscientes sobre a interdependência homem-natureza. Seu principal objetivo é desconstruir pensamentos com padrão exclusivamente consumistas, enraizados no indivíduo, e possibilitar o desenvolvimento de uma consciência crítica a respeito do meio em que o mesmo se encontra inserido e da forma como este vem sendo explorado e gerenciado. Embora amplamente abordada e divulgada nos veículos de Educação Ambiental, há escassez de reflexões teóricas acerca da sensibilização ambiental e dos seus efeitos sobre comportamentos pró-ambientais (YOUNG ET AL., 2015; CARFORA ET AL., 2017). Diante disto, esta pesquisa tem como objetivo propor estratégias para ampliar a eficiência da aplicação da sensibilização ambiental nos mais variados segmentos da sociedade, através de uma revisão sistemática da literatura.

DESENVOLVIMENTO:

A fim de alcançar o objetivo proposto na introdução e resolver as questões relacionadas à problemática levantada, uma revisão sistemática de bibliografia foi realizada, através do levantamento de artigos encontrados na base de dados ScienceDirect, restringindo para título, resumo e palavras-chave. Como



UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



palavras-chave, utilizaram-se os seguintes termos: “environmental communication”, retornando 91 resultados e “environmental awareness” AND “pro-environmental behavior” OR “pro-environmental behaviour”, obtendo-se 361 resultados. Após a seleção dos artigos que estavam de acordo com o objetivo da pesquisa, analisou-se os dados dos mesmos.

Posteriormente, com intuito de mapear exemplos do emprego de tais estratégias de comunicação no Brasil, executou-se uma pesquisa no site de busca Google com a seguinte palavra-chave: ações de sensibilização ambiental, pública e privada no Brasil, resultando em uma ação de cunho público e duas privadas (Quadro 1).

As ações de remodelamento de políticas públicas dizem respeito a criação ou reformulação de leis e portarias, a nível nacional ou municipal, que visam encorajar a adoção de medidas e comportamentos mais ambientalmente amigáveis, ou sustentáveis. Além dessa estratégia, também foi encontrada como estratégia eficiente para sensibilização ambiental a comunicação vinculativa, porém não foram encontrados exemplos da mesma realizados no Brasil.

Quanto às estratégias de cunho privado, podemos citar o Design de Produto para Comportamento Sustentável, exemplificado pelos produtos em refil e na versão concentrada, que acarretam em embalagens menores, que utilizam menos matéria-prima para fabricação. Já nas ações de Marketing Socioambiental, podemos citar a marca de produtos para limpeza Ypê, que possui um projeto em parceria com a ONG SOS Mata Atlântica, que, por meio dos rótulos dos produtos e vídeos, informa à população sobre o plantio de árvores, no intuito de diminuir os impactos ambientais, reflorestar e preservar as matas e rios. Outro exemplo é a Klabin (maior produtora e exportadora de papéis do país), primeira do setor nas américas a aderir ao selo FSC, que atesta boas práticas de manejo florestal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Neste estudo não foram encontradas estratégias de comunicação vinculativa, pois no Brasil isso é muito recente e as empresas talvez desconheçam que essa seja uma forma eficiente de sensibilização ambiental.

REFERÊNCIAS



UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

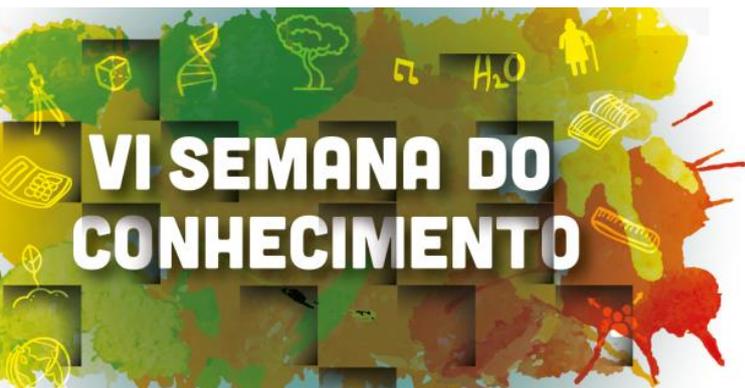
2 A 6 DE SETEMBRO/2019



CARFORA, V.; CASO, D.; SPARKS, P.; CONNER, M. Moderating effects of pro-environmental self-identity on pro-environmental intentions and behaviour: A multi-behaviour study. **Journal of Environmental Psychology**, v.53, p.92-99, 2017.

YOUNG, W.; DAVIS, M.; MCNEILL, I. M.; MALHOTRA, B.; RUSSELL, S.; UNSWORTH, K.; CLEGG, C. W. Changing behaviour: successful environmental programmes in the workplace. **Business Strategy and the Environment**. v.24(8), p.689-703, 2015.

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): Número da aprovação. SOMENTE TRABALHOS DE PESQUISA



UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



ANEXOS

Quadro 1 – Estratégias de sensibilização ambiental de cunho público e privado no Brasil

<p>Estratégias de cunho PÚBLICO</p>	<p>Remodelamento de Políticas públicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis, de 2011 (complementa os ideais do Plano Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC), lançado em 2009); ▪ Portaria nº 643/2017 (Sistemas alternativos de geração de energia para empreendimentos contratados no Programa Minha Casa Minha Vida); ▪ Lei nº 9.795/1999 (Política Nacional de Educação Ambiental); ▪ Lei 16.802/2018 (Lei Municipal de São Paulo – SP para uso de combustíveis menos poluentes no transporte coletivo urbano); ▪ Campanha “Brasil Orgânico e Sustentável”, criada pela Portaria Interministerial nº 1, de 31 de dezembro de 2013
<p>Estratégias de cunho PRIVADO</p>	<p>Design de Produto para comportamento sustentável</p>	<p>Produtos com refil (empresas de cosméticos como O Boticário e Natura); Produtos na versão concentrada (produtos de limpeza – Unilever).</p>
	<p>Marketing socioambiental</p>	<p>Selos e certificações ambientais; Informações nos rótulos dos produtos e online.</p>