



A GESTÃO AMBIENTAL DOMICILIAR PRATICADA PELAS GERAÇÕES *BABY BOOMERS, X E Y*

Cynthia Faviero*

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Mestranda em Administração na área de Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Trabalhou como atendimento estratégico na empresa Pmweb - maior parceira Oracle Marketing Cloud na América Latina.

Monique Raupp

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Mestranda em Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Atuou como Pesquisadora Visitante no departamento de Economia da Universidade de Harvard, em projetos de pesquisa nas áreas de Inovação e Economia Global, parte do Harvard International Big Data Project.

RESUMO

O presente artigo busca investigar quais são as práticas de Gestão Ambiental Domiciliar (GAD) tomadas pelas gerações comportamentais *Baby Boomers*, X e Y. Com este fim, discorreu-se à respeito de conceitos-chave para contextualizar o tema, abordando-se assuntos tais como desenvolvimento sustentável, a gestão ambiental e seus desdobramentos, sua relação com as diferentes gerações escolhidas pelas autoras e os conceitos específicos dos últimos. Para tanto, as autoras aplicaram uma pesquisa exploratória de vertente qualitativa, através da unidade de estudo composta por consumidores dessas três gerações. A coleta dos dados dá-se através de pesquisas bibliográficas e documentais e da aplicação de grupos focais. Para análise dos dados emprega-se a análise de conteúdo. A partir das suas respostas, notaram-se claras diferenças comportamentais que, se relacionadas às práticas de GAD, podem estabelecer padrões referentes a adoções de hábitos domiciliares individuais sustentáveis. Como evidências deste estudo, destaca-se: as gerações, quanto mais informadas a respeito da sustentabilidade, mostram-se mais individualistas e com menor propensão a ter práticas condizentes com a GAD, o que deve-se a fatores e características geracionais.

Palavras-Chave: Gestão Ambiental; Gestão Ambiental Domiciliar; Sustentabilidade; Gerações Comportamentais.

THE DOMESTIC ENVIRONMENTAL MANAGEMENT BY THE GENERATIONS *BABY BOOMERS, X AND Y*

ABSTRACT

This article seeks to investigate what are the practices of Household Environmental Management (GAD) taken by the behavioral generations Baby Boomers, X and Y. To this end, we argued about the key concepts to contextualize the theme, approaching issues

*Autor para correspondência / Author for correspondence / Autor para la correspondencia:
Cynthia Faviero - cynthia.faviero@gmail.com

Data do recebimento do artigo (received): 02/10/2017

Data do aceite de publicação (accepted): 27/02/2020

Desk Review

Double BlindReview

such as sustainable development, environmental management and its correlated subjects, its relationship with the different generations chosen by the authors and the specific concepts of the former. Thus, the authors applied an exploratory and qualitative research through the study unit consisted of these three generations' consumers. Data collection was conducted through bibliographic and documentary research and the application of focus groups. The data analysis employed the content analysis. From the groups responses it was observed clear behavioral differences that, if related to GAD practices, might establish standards relating to adoption of sustainable individual household habits. As evidence of this study stands out: the generations, the more informed about sustainability they are, prove to be more individualistic and less likely to have consistent practices in accordance with the GAD, which is due to factors and characteristics of each generation.

Key Words: Environmental Management; Domestic Environmental Management; Sustainability; Behavioral Generations.

LA GESTIÓN AMBIENTALE DOMICILIARIA PRACTICADA POR LAS GENERACIONES *BABY BOOMERS*, X Y Y

RESUMEN

El presente artículo busca investigar cuáles son las prácticas de Gestión Ambiental Domiciliaria (GAD) tomadas por las generaciones comportamentales *Baby Boomers*, X e Y. Con este fin, se discurió sobre conceptos clave para contextualizar el tema, abordando asuntos tales como como desarrollo sostenible, la gestión ambiental y sus desdoblamientos, su relación con las diferentes generaciones elegidas por las autoras y los conceptos específicos de los últimos. Para ello, las autoras aplicaron una investigación exploratoria de vertiente cualitativa, a través de la unidad de estudio compuesta por consumidores de estas tres generaciones. La recolección de los datos se da a través de investigaciones bibliográficas y documentales y de la aplicación de grupos focales. Para el análisis de los datos se emplea el análisis de contenido. A partir de sus respuestas, se notaron claras diferencias comportamentales que, si se relacionan con las prácticas de GAD, pueden establecer patrones referentes a adopciones de hábitos domiciliarios individuales sostenibles. Como evidencia de este estudio, se destaca: las generaciones, cuanto más informadas acerca de la sostenibilidad, se muestran más individualistas y con menor propensión a tener prácticas concordantes con la GAD, lo que se debe a factores y características generacionales.

Palabras Clave: Gestión Ambiental; Gestión Ambiental Domiciliaria; Sostenibilidad; Generaciones Comportamentales.

1. INTRODUÇÃO

Antes do surgimento latente da preocupação com o esgotamento dos recursos naturais, por volta de 1800, Thomas Maltus trouxe para discussão a ideia de que, enquanto a população cresce de forma exponencial, a produção de alimentos cresce de forma aritmética. Segundo sua teoria, a longo prazo ocorreria o esgotamento dos recursos em função do grande volume populacional existente (Portilho, 2005).

Esse discurso estreito e hegemônico acerca da questão ambiental, atribuindo sua degradação à bomba populacional em constante crescimento dos países em desenvolvimento, foi mantido pelo poder político das nações industrializadas até meados de 1970. Foi a partir daí que alguns teóricos como Paul Ehrlich e Barry Commoner começaram a citar, tanto sob uma perspectiva científica quanto política, o impacto destrutivo das tecnologias e do desenvolvimento econômico exponencial, ocasionado pelo consumo, sobre o meio ambiente (Portilho, 2005).

Desde então, o tema desenvolvimento sustentável vem sendo mais amplamente debatido. A Conferência das Nações Unidas ECO-92, constituiu o primeiro momento em que a comunidade política internacional efetivamente trouxe à tona a necessidade de conciliar o desenvolvimento social e econômico com a utilização comedida dos recursos naturais. Mais recentemente, a Rio+20, Conferência ocorrida em 2012, teve por objetivo principal dar continuidade a ECO-92 quanto ao compromisso político com o desenvolvimento sustentável. É nesse cenário que surge a Gestão Ambiental, como uma atividade que visa a redução dos impactos degradantes ao meio ambiente, mas a manutenção do desenvolvimento econômico e produtivo (Novais, 2011).

Conforme o assunto foi ganhando importância nos mais diversos âmbitos, do social ao científico, foi sendo necessária uma mudança no modelo mental das pessoas em direção a sustentabilidade. Dessa forma, no que tange ao aspecto que diz respeito à vida pessoal dos indivíduos, têm-se o que é chamado de Gestão Ambiental Domiciliar (GAD), que consiste justamente na reeducação de práticas diárias efetuadas nas residências e na vida das pessoas (Nascimento, 2011). Sendo assim, é importante destacar que três gerações de pessoas têm sido mais influenciadas, vivenciado, transformando e sendo transformadas nesse processo de mudança de perspectiva. Essas gerações comportamentais vêm sendo estudadas justamente por terem e estarem vivenciando mudanças historicamente significativas. Nesse sentido, Kotler (2006, p. 248) corrobora com a discussão inferindo que as gerações comportamentais são “grupos de pessoas que compartilham experiências culturais, políticas e econômicas importantes. Têm visões e valores semelhantes”.

Portanto, faz-se relevante compreender as particularidades de cada geração, desde os *Baby Boomers* (pessoas nascidas entre 1946 e 1964), passando pela X (nascidos no período de 1965 a 1977) até a Y (pessoas nascidas desde 1978 a 1994). Deve-se levar em consideração que se leve em consideração que as gerações terem sido delimitadas no

contexto norte-americano de acontecimentos, e do fato de não haver consenso sobre a delimitação dos períodos exatos que contemplam cada geração (Silva, 2013).

Tendo em mente tudo que discorreremos até então, o objetivo do presente artigo foi **investigar as práticas de gestão ambiental domiciliar nas diferentes gerações comportamentais**. Para dar subsídios teóricos à pesquisa, apresentamos a seguir o referencial teórico; depois, explicamos a estratégia metodológica utilizada e em seguida os resultados encontrados e considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo, apresentaremos o arcabouço teórico. Faremos um breve resgate da literatura acerca da gestão ambiental e das gerações comportamentais, contextualizando-as.

2.1. Gestão Ambiental e Gestão Ambiental Domiciliar

Em meio a uma época de globalização e hábitos de consumo cada vez mais insaciáveis, a utilização consciente de recursos torna-se necessária. Segundo Nascimento (2011), o expressivo aumento da população e o surgimento de regiões metropolitanas causou uma forte diminuição espacial. Recursos não renováveis estão cada vez mais escassos, o consumo individual de lixo e energia disparou e locais adequados para descarte de resíduos são cada vez mais difíceis de serem encontrados. Desenvolveu-se uma sociedade de consumo onde a aquisição de bens e serviços vão além das necessidades básicas dos indivíduos, mas representam status e alto poder aquisitivo, suprem o consumismo insaciável (Novais, 2011). A velocidade de fabricação e aquisição de novos produtos são proporcionais ao descarte de seus anteriores. Estas práticas vão de encontro ao desenvolvimento societário que atualmente se almeja, à manutenção, utilização consciente e preservação dos recursos naturais disponíveis, ao desenvolvimento sustentável.

A noção de desenvolvimento sustentável, de acordo com Jacobi (2005), diz respeito à necessária alteração relacional entre natureza e seres humanos, ou seja, à uma radical mudança civil. Nesse sentido, emerge de forma mandatária a necessidade de substituição do modelo de desenvolvimento econômico pelo modelo de desenvolvimento sustentável, que visa "atender às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de atender às necessidades das gerações futuras" (Rio + 10 Brasil, 2002). Buarque (2006) acrescenta que o desenvolvimento sustentável é a construção de um novo estilo de desenvolvimento, buscando, além do crescimento econômico, a equidade social e conservação ambiental. Para Dowbor (2007, p. 52) "pensar de maneira inovadora sobre os processos decisórios que regem o planeta e o nosso cotidiano não é mais uma questão de estar à esquerda e protestando, ou à direita e satisfeito: é uma questão de bom senso e de elementar inteligência humana". Uma

sociedade que pratica o seu desenvolvimento sustentável vai além dos interesses individuais e busca o equilíbrio em prol do bem-estar coletivo a partir de ações que partem de si mesmos. Estas são características de uma prática chamada Gestão Ambiental (GA).

“A sociedade contemporânea ainda tenta se desvencilhar da visão antropocêntrica de mundo, que incentivava o ser humano a dominar a natureza, e dela se utilizar como se sua existência fosse exclusivamente para satisfazer suas necessidades” (Gomes, 2006, p. 20). Para tanto, podemos pesar que é fundamental que haja um estudo e conscientização geral à respeito das relações entre a natureza e a sociedade, como também a possibilidade de tornar eficientes as práticas humanas em prol da conservação ambiental por meio do desenvolvimento de competências políticas, científicas e técnicas. É importante que se atente às atividades realizadas individual e coletivamente, e que se faça o questionamento sobre estas poderem ser consideradas sustentáveis ou não. Assim pratica-se a GA, que conforme explicita Novais (2011),

“ (...) pode ser entendida como um processo contínuo de análise, tomada de decisão, organização e controle das atividades de desenvolvimento, tendo como principal objetivo a mitigação de impactos negativos sobre o meio ambiente, ou seja, a eliminação, redução ou prevenção de danos ambientais. (...) Além disso, a Gestão Ambiental entende as diferentes relações entre a sociedade e a natureza, sendo mediadora de possíveis conflitos de intenções” (p.6).

A GA depende tanto de atitudes individuais quanto coletivas, que podem ser desenvolvidas em múltiplos ambientes. Na esfera corporativa encontra-se na forma de um comprometimento cada vez maior, por parte de empresários e administradores, de buscar que a produção, consumo e distribuição de bens e serviços seja sustentável (Souza, 2010), adequando-se às exigências legais ou até mesmo superando as exigências da lei. Estas práticas não tratam apenas resultados em termos ambientais, mas também beneficiarão as empresas e seus resultados, por meio da diminuição de desperdício de recursos e da redução de custos, por exemplo. Desta forma, desmente-se a ideia de que ser ambientalmente correto gera custos extra às empresas, reduz a sua competitividade, entre outros (Nascimento, 2011).

Novais (2011, p. 8) argumenta, em relação à GA na esfera pública, que “atualmente o Brasil dispõe de uma legislação ambiental ampla e completa. (...) Contudo, essas leis nem sempre são colocadas em prática”, devido à resistência das partes envolvidas, inadequação destas, entre outros. Segundo Nascimento (2011) esta legislação é responsabilidade do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA), constituída pelo Conselho do Governo, Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA) e outros órgãos de menor expressividade. O autor ainda expõe que “as empresas, sejam elas privadas ou públicas, estão adotando uma nova postura de preservação ambiental e estão implantando políticas de qualidade ambiental na sua gestão, avaliando os seus custos ambientais” (Nascimento, 2011, p. 68).

Estes dois tipos de GA podem levar a ou serem resultado de um terceiro tipo de GA, que diz respeito à vida pessoal dos indivíduos, chamado de Gestão Ambiental Domiciliar (GAD). Enquanto nas duas primeiras esferas de GA há diversos fatores que influenciam a sua prática, por vezes dificultando a sua implementação (análises de custos, pessoal, política, regulamentação, etc.), a GAD consiste na adequação de hábitos da vida pessoal à práticas sustentáveis por meio da gestão destas atividades efetuadas nos domicílios das pessoas (Nascimento, 2011). Apesar de possuir proporções consideravelmente menores (quando analisadas individualmente) se comparadas à GA corporativa ou pública, pequenas ações, se tomadas por um expressivo número de pessoas, geram grandes resultados.

De acordo com Nascimento (2011), podem-se destacar algumas ações específicas da GAD que são consideradas de grande impacto na busca pela sustentabilidade: a gestão do consumo de água, consumo de energia e lixo.

"A aparente abundância de água na natureza talvez justifique, em parte, a negligência histórica dos seres humanos nas suas relações com os recursos hídricos" (Victorino, 2007, p. 20). Contudo, 97,5% da água disponível no planeta não é própria para consumo por ser de composição salgada, presente nos mares e oceanos. No entanto, dos 2,5% restantes, apenas conseguimos utilizar cerca de 0,03% desta água doce para consumo (Nascimento, 2011). Banhos demorados, lavagem da calçada com mangueira, escovação dos dentes com a torneira aberta, máquinas de lavar roupas utilizadas em suas capacidades mínimas, gotejo de uma torneira esquecida parcialmente aberta, são exemplos de práticas domésticas insustentáveis que podem facilmente ser gerenciadas e adequadas às demandas de uma sociedade com práticas sustentáveis.

O consumo de energia domiciliar pode ser reduzido alterando-se o modo como se utilizam equipamentos eletrônicos. Pequenas atitudes que podem ser tomadas são, por exemplo, apagar a luz ao sair de um ambiente, retirar da tomada aparelhos (TV, rádio, micro-ondas, etc.) quando for viajar, substituir todas as lâmpadas incandescentes por lâmpadas LED, entre outros. Decisões mais estruturais também ajudam na economia de energia, como a instalação de painéis solares para o aquecimento da água e esquadrias de isolamento térmico para a regulação de temperatura interna do ambiente. Nestas adaptações, ao contrário do que muitos pensam, o retorno do investimento é garantido (Nascimento, 2011).

A gestão do lixo, que agrega, entre outros, a sua produção e descarte adequado. Em relação à sua produção, é importante que a evite, por exemplo, comprando produtos que não utilizem ou façam uso de pouco material descartável em suas embalagens, produtos que possuem embalagens reutilizáveis e produtos que sejam embalados com materiais o menos danosos ao meio ambiente o possível. Referente ao seu descarte adequado, a primeira prática imprescindível a ser incorporada é a separação dos lixos recicláveis (papel, plástico, vidro, etc.) e orgânicos (restos de alimentos, guardanapos usados, etc.).

A partir destas mudanças pessoais de atitudes, é possível utilizar a GAD como ferramenta para a GA brasileira como um todo, buscando-se o desenvolvimento sustentável da nossa sociedade. Se todos adotassem estas práticas, certamente estaríamos no caminho certo para o alcance de um país mais sustentável. Na teoria pode parecer fácil e rápido, no entanto, o quão próxima está esta realidade? Pessoas com diferenças de comportamento e vivência podem trazer opiniões distintas à respeito desta questão.

2.2.A Gestão Ambiental Domiciliar e as Gerações Comportamentais

É nítido que a sociedade moderna vêm encarando o desafio de alterar práticas consideradas insustentáveis e transformá-las em hábitos que evitem um colapso ambiental que ameaça o futuro dos indivíduos que a compõe (Novais, 2011). Com a efervescência desses conceitos e com as aceleradas mudanças, é importante conhecer a influência que tais acontecimentos tiveram na vida das pessoas, em especial para as gerações *Baby Boomers*, X e Y - as mais impactadas por essas transformações. Pode-se pensar que pessoas pertencentes a uma mesma geração partilharem de eventos e experiências específicas (identidade geracional), e, por isso, é relevante analisar as diferenças entre as gerações, que podem ser o subproduto das circunstâncias históricas únicas que os membros de um grupo da mesma idade vivem durante a adolescência e início da vida adulta (Silva, 2013).

A temática das gerações comportamentais tem início com os *Baby Boomers*, assim denominados em função do grande aumento das taxas de natalidade no mundo. Essa geração, que comporta pessoas nascidas entre 1946 e 1964, surgiu em um momento de grande prosperidade econômica, marcado por crescente otimismo e progresso: trata-se do período final e após a II Guerra Mundial. Essa geração que “foi educada para competir, trazida com muita disciplina, ordem e respeito pelos outros” (Santos, Ariente, Diniz & Dovigo, 2011, p. 03).

Os *Boomers* foram a primeira geração que cresceu em frente à televisão, o que acabou formando um poderoso exército de consumidores “desligados de qualquer discurso tradicional que pudesse fornecer critérios quanto ao valor e à consistência existencial, de uma enxurrada de mercadorias tornadas, do dia para a noite, essenciais para a nossa felicidade” (Kehl, 2007 p. 46). O desempenho próspero da economia norte-americana possibilitou o desenvolvimento e a difusão de uma cultura de consumo, que acabou sendo designada como *american way of life* e foi exportado para os demais países capitalistas do mundo nos anos que se seguiram. (Janotti, 2003).

O surgimento da pílula anticoncepcional em 1964 constituiu um novo marco, que separou novamente gerações comportamentais. Assim, pessoas nascidas entre 1965 e 1977 formam a Geração X. Os X - nome atribuído à geração por ‘x’ ser um valor ignorado -, foram moldados em uma época de incerteza e transformação social. O cenário econômico que se tinha neste era de estagnação, o que gerou uma enxurrada de

desempregados (Erickson, 2011). Como consequência dessa vivência, são pessoas que se mostram descrentes e desconfiadas em relação às organizações e ao governo, sendo mais flexíveis com o trabalho e mais favoráveis à independência e à qualidade de vida (Silva, 2013). Essa geração foi marcada por grandes mudanças na organização familiar: houve o início dos movimentos feministas e a inserção da mulher no mercado de trabalho - em uma época com pouca ou nenhuma infraestrutura para ajudá-la a conciliar a vida profissional com a vida familiar (Erickson, 2011).

Com isso, pode-se inferir que esses indivíduos cresceram com insegurança financeira familiar e social, mudanças rápidas e carência de sólidas tradições, e é em função disso que surge a prevalência do individualismo sobre o coletivismo (Viana, 2012). Ainda, essa geração dispunha de novos *points* para passar o tempo: os *shoppings*. (Erickson, 2011). Somando estas questões, tem-se como resultado um aumento exacerbado dos apelos consumistas, já que se pode apontar que foi nesse momento que o consumo passou a reordenar e orientar o modo de viver e agir das pessoas.

Já as pessoas que pertencem à geração Y, composta por indivíduos nascidos entre 1978 e 1994, estão inseridas em um contexto no qual um conjunto de tecnologias põem à disposição de grandes massas uma profusão de informações e conhecimentos, chegando ao risco da saturação (Carmo, 2003). As mudanças vividas neste período - e que ainda estão em desenvolvimento “estão criando algo que nunca existiu antes, uma sociedade cosmopolita global” (Giddens, 2005, p. 28). Em decorrência disto, os Y estão cercados de crescentes estímulos sonoros e visuais, proporcionados por um mundo mais ágil e com múltiplas incitações, inclusive culturais. Cresceram em contato com as tecnologias de informação e são mais individualistas (Carmo, 2003).

A geração Y, na sociedade atual, acaba se sentindo presa a forças sob as quais ela não tem poder para lutar. O contexto em que esses sujeitos vivem não é firme nem seguro, mas repleto de ansiedades e marcado por profundas divisões. As pessoas, dessa forma, experimentam uma impotência perante o cenário que se apresenta, o que acaba sendo antagônico em função de todo o poder proveniente da informação, que se tem disponível em função do fácil acesso à *internet* (Giddens, 2005).

As relações da geração Y com as marcas objetivam compor a sua identidade, uma vez que a customização lhes dá, não apenas a sensação de pertencimento a um grupo, mas também a possibilidade de diferenciarem-se dentro dele, à medida que a lógica social envolve a competição por um espaço cada vez mais restrito por causa do crescimento populacional (Oliveira, 2011). Ainda, o surgimento de movimentos pacifistas e ecológicos influenciou nessa alteração nas práticas de consumo, uma vez que levanta-se a bandeira contra o crescimento industrial descabido e contra a valorização de uma vida voltada apenas para a produção e consumo material (Brandão & Duarte, 2004).

Percebe-se que mudanças nas práticas de consumo e a introdução da temática da sustentabilidade integram-se ao cotidiano das três gerações investigadas, à medida que

esses sujeitos são produtos e produtores dos contextos social e cultural nos quais se inserem.

3. METODOLOGIA

Para desenvolvimento do presente artigo, foi utilizada a pesquisa do tipo exploratória, de vertente qualitativa - que proporciona a compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentados pelos entrevistados e que se aplica quando se busca uma abordagem detalhada da natureza, das fontes e consequências do tema em questão (Richardson, 2008).

As técnicas de coleta dos dados envolvem a pesquisa bibliográfica e grupos focais. A pesquisa bibliográfica abrange a bibliografia e estudos que já foram publicados em relação ao tema em estudo (Marconi & Lakatos, 2008). Já a técnica de grupos focais consiste em “um painel de pessoas lideradas por um moderador, que guia o grupo na troca de ideias, sentimentos e experiências em um tópico específico” (Cooper & Schindler, 2003, p.133).

Para coleta dos dados junto aos grupos focais, utilizou-se um roteiro semiestruturado. A unidade de estudo abrangeu 18 pessoas das gerações *Baby Boomers* (com idades entre 50 e 68 anos), X (idades entre 37 e 44 anos) e Y (faixa etária entre 20 e 29 anos), divididos em 3 grupos focais, cada um com 6 integrantes. Para Vergara (2010), de 3 a 5 grupos focais são suficientes, já que um número maior raramente proporciona novos *insights*. A seleção da unidade de estudo levou em consideração a classe “A” (de acordo com os critérios de classificação econômica do Brasil, pessoas com uma renda familiar média de R\$9.733,00); e enquadrarem-se na faixa etária das respectivas gerações.

Após, se desenvolveu a análise dos dados, através da técnica de análise de conteúdo, cujo foco é o conteúdo latente, que propicia que se considerem as sutilezas da estrutura dos argumentos e das narrativas que não são facilmente capturadas (Priest, 2011). A seguir procede-se a discussão e análise dos dados coletados.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No presente capítulo apresentamos os dados coletados junto às três gerações, e que nos auxiliaram na busca pela resposta ao problema de pesquisa ao qual o presente artigo propôs-se a responder.

Os respondentes da geração *Baby Boomers*, praticam, efetivamente, a GAD em suas ações cotidianas. Contudo, nota-se que o fazem mais pelo fator geracional relacionado ao valor que dão às coisas e ao senso de coletividade que têm, do que por

conhecimento profundo sobre sustentabilidade e boas práticas. A preocupação com o senso de coletividade é uma virtude que está tão arraigada em seu modo de enxergar a vida, que se torna mais fácil para esses indivíduos pensar no bem estar do próximo, e em ações que favoreçam a sociedade como um todo. Observa-se que para esse grupo, aderir a mais práticas sustentáveis não seria um problema, e que não o fazem mais por desconhecimento do que por egoísmo ou má vontade. O fator ‘bom senso’ tem muito peso para esses respondentes. Essa inferência encontra respaldo no discurso a seguir.

A gente usa o bom senso (ENTREVISTADO 3). É que a gente quer que o mundo que a gente vive seja um pouquinho melhor. Então como posso cooperar? (ENTREVISTADO 5). É, é meio bom senso, educação, cultura... várias coisas que fazem a gente ter consciência e fazer as coisas certas, sabe (ENTREVISTADO 2).

Importante lembrar que esses indivíduos cresceram em meio a um sistema que estimulava o consumo desmedido, por não terem consciência das consequências que o estilo de vida baseado em consumo traria (SANTOS *et al.*, 2011). Portanto, nota-se que houve uma mudança de paradigma com relação aos valores sociais no que tange a sustentabilidade. Essa questão encontra-se na fala do respondente 6: “somos do tempo em que se o cara aparecia pousando com o pé em cima do leão ou do elefante, ele era um herói! Hoje, ele é um assassino! Hoje, a mentalidade mudou”.

Para os entrevistados da geração X, a temática ambiental já não é um assunto tão estranho e distante. Contudo, a GAD está mais presente na prática, em suas ações cotidianas, do que efetivamente em seu discurso, pois demonstram menos interesse na discussão e no tema do que suas ações práticas de fato traduzem. No momento em que a abordagem ocorreu de forma direta, o respondente 12, por exemplo, demonstrou-se reativo e pouco interessado: “sou extremamente consumista. Não fui criado para ser sustentável. Na cidade eu quero que o transporte pare na minha porta e que a minha rua seja asfaltada. E se pra isso tivesse que derrubar 3, 4, 14 árvores pra isso, não me interessa”. Contudo, quando questionamos sobre atitudes e práticas o mesmo respondente inferiu que

(...) a gente vai tentando se moldar um pouco, o que eu tenho procurado fazer é tentar melhorar algumas coisas. Por exemplo, a água da minha piscina faz 4 anos que eu não mudo a água. Eu vejo que têm alguns vizinhos que ao menos uma vez por ano esvaziam a piscina. Pô, são muitos litros de água. A caixa d’água agora precisamos fazer limpeza e a gente reutilizou toda a água pra jardins, pra lavar o carro... eu fiz dois tonéis que a gente procura pegar água da chuva, eu fiz lá um caninho que vai direto pro tonel, são barris de 200 litros, então a gente fica com 400 litros de água da chuva que você usa pra lavar o carro, pra regar planta, coisas assim... são coisas pequenas e poucas...

Podemos inferir que esse depoimento paradoxal que apresentamos justifica-se a partir do entendimento das questões geracionais contextuais de os X ainda terem características coletivistas remanescentes da geração anterior, mas já apresentarem traços individualistas (que aparecem de forma acentuada na geração seguinte).

As pessoas que pertencem à geração Y, apesar de serem as que mais detêm conhecimento a respeito da sustentabilidade e de práticas que vão ao encontro da Gestão Ambiental Domiciliar, são as que menos estão dispostas a transformar essa situação, uma vez que demonstraram que tais aspectos ambientais não constituem preocupações e não permeiam as suas vidas - fato que admitem verbalmente. O comodismo e individualismo são características iminentes desta geração, e que impedem uma maior ativação. O respondente 16 fala sobre essa questão: “eu não me preocupo muito com sustentabilidade. Infelizmente. Não porque eu sou ruim e não quero que meus filhos tenham um lugar bom pra viver. Mas... dane-se!”.

O individualismo, sendo característica marcante dessa geração e da sociedade moderna, faz com que os Y tenham dificuldade em priorizar atitudes positivas que vão em direção ao coletivo e em detrimento do individual. Apesar de compreenderem a importância do tema, não demonstram preocupação com o assunto: seu raciocínio é de transferir para as próximas gerações a obrigação de serem agentes de modificação social, afinal, reconhecem que essa transformação será necessária, mas em um futuro (muito distante).

Esse tema tem que trabalhar desde a infância, tudo que a pessoa cria esse valor desde pequeno, se torna uma coisa mais natural (ENTREVISTADO 14). É, vai melhorar com as novas gerações (ENTREVISTADO 13). Isso aí, forte abraço pra vocês geração Z! Nós *tamo* aqui entregando o mundo e vocês que se virem! (ENTREVISTADO 18) (*risos*).

Enquanto a mudança não vem, se contentam em tomar algumas providências - desde que estas não os tirem de sua zona de conforto - mas principalmente quando há um incentivo monetário envolvido. Os entrevistados trazem exemplos de incentivos que os fizeram aderir a sustentabilidade em alguns momentos de suas rotinas, e que partiram principalmente das instituições e empresas para os consumidores, e acabaram sendo incorporados.

Eu comprei um ar condicionado dessa linha inverter porque ele consome menos energia, é bom pro planeta, mas é bom pra mim também porque eu gasto menos, minha conta de luz será menor. Quando começa a doer no bolso de cada um, as pessoas começam a mudar sua atitude. (ENTREVISTADO 14).

Com este raciocínio, encerra-se aqui a apresentação e análise dos resultados, e parte-se, a seguir, para as considerações finais deste trabalho.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos, através do presente artigo, investigar as práticas de gestão ambiental domiciliar nas diferentes gerações comportamentais. Percebemos que o mundo está em estado de alerta. Atualmente ele não está preparado para os impactos que o rápido e

expressivo crescimento que tanto a população quanto seus hábitos de consumo ocasionaram, emergindo a necessidade de se controlar esses danos causados pelo ser humano. A gestão ambiental vem com o papel de modificar essa realidade por meio do uso sustentável dos recursos disponíveis. Isso pode ocorrer em práticas corporativas, públicas e pessoais - pela gestão ambiental domiciliar. Nesta, pequenas atitudes fazem uma enorme diferença quando tomadas por um número expressivo de pessoas, o que ressalta a importância de uma mudança comportamental societária.

Sendo assim, pudemos constatar geração dos *Boomers* é a que tem mais dificuldade em compreender a lógica da sustentabilidade e desconhece tecnicamente a gestão ambiental domiciliar, mas é a mais disposta a mudar seus hábitos em prol do bem-estar coletivo. A geração Y demonstra um comportamento contrário: são as pessoas mais instruídas sobre o assunto, mas não demonstram disposição para atuar ao encontro de práticas sustentáveis de GAD. Já a geração X é intermediária: ao mesmo tempo em que tem um discurso similar ao da geração Y, inferindo não ter interesse sobre sustentabilidade, é a que mais tem atitudes sustentáveis.

Como estudos futuros, sugerimos que se busque compreender com maior profundidade o impacto da educação voltada à sustentabilidade e entender de forma mais aprofundada esse paradoxo cuja existência verificamos neste artigo.

REFERÊNCIAS

- Brandão, A. C., & Duarte, M. F. (2004). *Movimentos culturais de juventude*. São Paulo: Moderna.
- Buarque, S. C. (2006). *Construindo o desenvolvimento local sustentável: Metodologia de planejamento*. 3. ed. Rio de Janeiro: Garamond.
- Carmo, P. S. (2003). *Cultura da Rebeldia: a juventude em questão*. São Paulo: Senac.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2003). *Métodos de Pesquisa em Administração*. 7 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Dowbor, L. (2007). Inovação Social e Sustentabilidade. *Revista Urbe*, 1-23.
- Erickson, T. (2011). *E agora, geração X?* Rio de Janeiro: Campus.
- Giddens, A. (2005). *Mundo em descontrole*. Rio de Janeiro: Record.
- Janotti Jr., J. (2003). *Aumenta isso aí que é Rock and Roll - mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-Papers.

Kehl, M. R. (2004). A juventude como sintoma de cultura. *Revista Outrolhar*, 5(6), 42-54.

Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson.

Marconi, M. A, & Lakatos, E. M. (2008). *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.

Nascimento, L. F. (2011). *Gestão ambiental e sustentabilidade*. Florianópolis: Miolo Gráfica.

Novais, V. M. S. (2011). Desafios para uma efetiva gestão ambiental no Brasil. Anais do *Encontro Baiano de Geografia*, Vitória da Conquista, BA, Brasil, 8.

Oliveira, S. (2011). *Geração Y: ser potencial ou ser talento?* São Paulo: Integrare.

Portilho, F. (2005). Consumo Sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Caderno EBAPE.BR*, 3(3), 1-12.

Portilho, F. (2005). *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez.

Priest, S. H. (2011). *Pesquisa de mídia - Introdução*. Porto Alegre: Penso.

Richardson, R. J. (2008). *Pesquisa Social - Métodos e Técnicas*. São Paulo: Atlas.

Rio + 10 Brasil (2002). *Saiba mais sobre o vocabulário da Rio+10*. Recuperado em 09 Junho, 2016, de <http://tinyurl.com/y8aqfgm>.

Santos, C. F., Ariante, M., Diniz, M., & Dovigo, A. (2011). *O processo evolutivo entre as gerações X, Y e Baby Boomers*. Anais do SEMEAD, São Paulo, SP, Brasil, 14.

Silva, R. C. (2013). *A abordagem geracional como proposta à gestão de pessoas*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Souza, T. C., & Silva, E. V. (2010). Planejamento E Gestão Ambiental: Análise Integrada da Praia de Canoa Quebrada. Anais do Seminário Latino Americano de Geografia Física, Coimbra, Portugal, 6.

Vergara, S. (2010). *Métodos de Pesquisa em Administração*. 4 ed. São Paulo: Atlas.

Viana, M. A. (2012). *Comprometimento Organizacional: estudo comparativo dos grupos geracionais em uma universidade federal*. Dissertação de mestrado, Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, MG, Brasil. 2012.

Victorino, C. J. A. (2007). *Planeta água morrendo de sede: Uma visão analítica na metodologia do uso e abuso dos recursos hídricos*. Porto Alegre: Edipucrs.