



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Campanha Jogada Certa: a educação ambiental e a inclusão dos funcionários da limpeza.

Letícia Sayuri Kumegawa

leticia.sayuri@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Brasil

Patrícia Gaspar

patriciagaspar@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Brasil

Christian Luiz da Silva

christiansilva@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Brasil



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### RESUMEN

A preocupação com a gestão de resíduos sólidos tem sido pauta não apenas dos órgãos governamentais, mas também de empresas e instituições. Nesse sentido, a Universidade Tecnológica Federal do Paraná implantou no campus Curitiba a campanha Jogada Certa, como um instrumento de educação ambiental para coleta seletiva e melhor aproveitamento de material orgânico. A campanha é voltada a todos que convivem no campus Curitiba, desde alunos, professores, servidores públicos e funcionários terceirizados da limpeza. Dada a abrangência da campanha, levantou-se a questão acerca da inclusão de um público considerado uma minoria no campus, os funcionários da limpeza, os quais são peça importante para que a ação de educação ambiental tenha sucesso. Assim, este artigo tem como objetivo apresentar os resultados da pesquisa feita para analisar se houve a inclusão dos funcionários de limpeza na campanha e como foi a participação dos mesmos. Para coleta de informações, foram feitas entrevistas com 34 funcionários, por meio de um levantamento misto, em um questionário qualitativo e quantitativo, composto por 16 questões fechadas e uma questão aberta, sendo preservado o anonimato dos participantes, uma vez que a maior parte dos entrevistados demonstrou receio de se identificar. A escolha pela utilização de um questionário se deu pelo caráter sigiloso, a otimização do tempo para os entrevistados e maior possibilidade de coletar um maior número de dados. Os resultados foram divididos em seções: dados básicos, nível de afinidade com o tema da campanha, envolvimento na campanha e assimilação da campanha. Percebe-se que o público não está de fato, incluso na campanha, de forma a internalizar o objetivo dela. Não há participação ativa dessa camada da população do campus, além de perceber que a maioria dos que foram ouvidos atentam para falta de treinamentos periódicos. Porém, os resultados demonstram que, ainda que não haja a internalização do conceito que a campanha pretende alcançar, há por parte dos entrevistados, interesse em entender melhor e também participar de forma mais ativa na campanha. Após a análise dos resultados, chegou-se à conclusão que apesar de eficiente para alunos, professores e servidores, como mostram os resultados divulgados pelos mentores da campanha, não há abrangência para um grupo que é parte essencial para que a campanha funcione corretamente. Sugere-se repensar estratégias que possam integrar melhor os funcionários da limpeza na Campanha Jogada Certa, para que não seja um mero instrumento de regras e "adestramento", mas que possa transformar o sujeito em agente ativo na campanha, o qual possa refletir e atuar de forma crítica nela. Ainda, é preciso tornar mais democrática essa prática de educação ambiental, tal como se pautam os princípios da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## **ABSTRACT**

**Concern over solid waste management has been a concern not only for government agencies, but also for companies and institutions. In this sense, the Universidade Tecnológica Federal do Paraná implemented the Jogada Certa campaign on the Curitiba campus as an environmental education instrument for selective collection and better use of organic material. The campaign is aimed at all who live in the Curitiba campus, from students, teachers, public servants and outsourced cleaning staff. Given the scope of the campaign, the question arose about the inclusion of a public considered a minority on campus, the cleaning staff, who are an important part of the environmental education action to succeed. Thus, this article aims to present the results of the research done to analyze whether the cleaning employees were included in the campaign and how their participation was. To collect information, interviews were conducted with 34 employees, through a mixed survey, in a qualitative and quantitative questionnaire, composed of 16 closed questions and an open question, the anonymity of the participants being preserved, since most interviewees expressed fear of identifying themselves. The choice of the use of a questionnaire was based on the confidentiality, the optimization of the time for the interviewees and the greater possibility of collecting more data. The results were divided into sections: basic data, affinity level with the campaign theme, involvement in the campaign, and assimilation of the campaign. It is noticed that the public is not in fact, included in the campaign, in order to internalize the objective of it. There is no active participation of this layer of the population of the campus, besides realizing that the majority of those who were listened to look for a lack of periodic training. However, the results show that, although there is no internalization of the concept that the campaign intends to achieve, there is interest on the part of the interviewees to understand better and also to participate more actively in the campaign. After analyzing the results, it was concluded that although effective for students, teachers and servers, as shown by the results released by the campaign's mentors, there is no scope for a group that is essential for the campaign to function properly. It is suggested to rethink strategies that can better integrate cleaning staff into the Right Play**



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**Campaign, so that it is not merely a rule-and-training tool, but one that can turn the subject into an active agent in the campaign, which can reflect and act critically in it. In addition, this practice of environmental education must be made more democratic, as set out in the principles of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)**

**Palabras clave**

Educação ambiental; resíduos sólidos urbanos; políticas públicas.

**Keywords**

Environmental education; urban solid waste; public policy.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### I. Introducción

O equacionamento da geração excessiva e da disposição final ambientalmente segura dos resíduos sólidos é uma das principais preocupações das sociedades modernas. Segundo Jacobi e Besen (2011) o aumento de resíduos sólidos urbanos é resultado do aumento da produção industrial, que está orientada para padrões de consumo cada vez mais elevados devido a obsolescência programada. Ainda segundo Jacobi e Bensen (2011), o acúmulo crescente de resíduos sólidos também é causado pela expansão do consumo de novas tecnologias em decorrência do crescimento e da longevidade da população aliados à intensa urbanização.

Feenberg (1991) afirma que os padrões de consumo orientam a tecnologia não apenas pela sua utilidade, mas por valores históricos e sociais que refletem o contexto em que ela está inserida. Atualmente, segundo o autor, a tecnologia é vista como um meio para obter lucro e poder. Enquanto os interesses forem puramente capitais, a tecnologia buscará a eficiência e a produtividade sob uma orientação descontextualizada e destrutiva. Diante desse cenário, o movimento ambiental desafia o horizonte da racionalidade sob a qual a tecnologia é projetada atualmente (FEENBERG, 1991).

De acordo com o Panorama de Resíduos Sólidos do Brasil, pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe), em 2008, mais de 50% dos municípios brasileiros ainda deposita seus resíduos em lixões. É importante destacar que o chamado “lixão” a céu aberto é a forma de descartar resíduos que mais provoca impactos negativos ao ambiente e à saúde pública. Com o intuito de promover, principalmente, a redução da geração de resíduos e a disposição correta, desde a coleta até a destinação final, foram criadas diretrizes pautadas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, em 2010. São listados objetivos a serem alcançados, em todos os níveis de governo, para que haja uma gestão eficiente dos Resíduos Sólidos Urbanos (RSU). A partir dessa abordagem, observou-se a ação de órgãos governamentais, sociedade civil e empresas, por meio de projetos e ações nessa área (Ministério do Meio Ambiente, 2010). Nesse trabalho será abordado o projeto e campanha Jogada Certa, iniciativa da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), voltada para a coleta seletiva e gestão de resíduos sólidos no Campus Curitiba.

Esse artigo é resultado de uma produção feita na disciplina Tópicos Especiais Em Tecnologia e Sociedade: Computação, Sociedade e Inclusão, do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da UTFPR. O objetivo principal dessa pesquisa foi analisar a inclusão e o envolvimento dos funcionários terceirizados na campanha Jogada Certa. Como objetivo secundário, procuramos verificar se há treinamento dos funcionários terceirizados e de que forma a tecnologia está sendo utilizada para melhorar a comunicação nesse sentido.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## II. Marco teórico/marco conceptual

### EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Com a influência da tecnologia e seus efeitos negativos no meio ambiente, surgiram algumas reflexões em relação ao futuro e como melhorar ou atenuar as consequências das ações e do modo de vida da sociedade moderna (SORRENTINO, 1991). Para promoção da sustentabilidade e de um desenvolvimento que fosse viável, que esteja em consonância com valores éticos, ambientais, dotados de conceitos que possam estar conectados direto com a natureza, tem sido usada a educação ambiental como estratégia de promoção desses fatores. Mais do que apenas doutrinar a sociedade, é preciso envolver para que se estimule a mudança de comportamento em seu cotidiano (JARDIM, 2009).

A discussão sobre educação ambiental tem sido pauta de diversos órgãos. Um documento importante é a Carta de Belgrado, escrita em 1975, no Encontro de Belgrado, realizado pela UNESCO em 1975, na então Iugoslávia (REIGOTA, 2017). O documento postulou alguns parâmetros e objetivos globais acerca da educação ambiental, listados a seguir:

- Tomada de consciência: é o primeiro passo, quando há a sensibilização da sociedade em relação aos problemas ambientais.
- Conhecimentos: ajudar as pessoas e grupos a compreender conceitos básicos sobre o meio ambiente, os problemas relacionados a ele e como sua presença o afeta.
- Atitudes: nesse ponto é importante que a sociedade esteja profundamente interessada a participar da proteção e melhoria do meio ambiente.
- Aptidões: a educação ambiental deve auxiliar as pessoas e grupos a desenvolverem suas aptidões para colaborar.
- Capacidade de avaliação: nessa etapa, a sociedade deve avaliar os programas e ações de educação ambiental.
- Participação: ajudar os indivíduos da sociedade para desenvolver o senso de responsabilidade e a sua consciência, para que possam efetivamente se sentirem responsáveis pelo meio ambiente e atuarem de forma consciente.

Esses objetivos, embora pareçam complexos, podem ser alcançados por meio de programas, diretrizes e políticas. A PNRS, em seu texto, traz um incentivo a educação ambiental, como principal elemento para sua efetivação. Mas a é importante lembrar que a educação ambiental precisa ser, antes de tudo, inclusiva.

### EDUCAÇÃO E INCLUSÃO

Mais do que informar a população sobre a disposição e a separação adequada dos resíduos sólidos, é necessário promover uma mudança cultural para que as pessoas envolvidas passem a ter



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

consciência do papel que ocupam enquanto sujeitos da transformação. A conscientização é uma meta que não será alcançada por meio de campanhas que envolvam ações de persuasão ou adestramento, que reduzem o homem a um átomo isolado e desprovido de senso crítico, e sim por meio de uma educação verdadeiramente libertadora, que transforma o indivíduo em um sujeito capaz de problematizar sua situação concreta, refletir e atuar criticamente sobre ela (FREIRE, 2014). O conhecimento se constitui nas relações homem-mundo, nas relações de transformação e na problematização crítica destas relações. (FREIRE, 2014).

Segundo Mantoan (2004) o conhecimento evolui por recomposição, contextualização e integração de saberes em redes de entendimento. Para Mantoan (2004), a inclusão dos sujeitos é fundamental para o processo de construção do conhecimento. Mais do que receber novos grupos sociais, é necessário incluir seus conhecimentos e valorizá-los. É necessário romper com o paradigma da instrução que flui de cima para baixo, anulando e marginalizando as diferenças culturais, sociais, étnicas, religiosas e de gênero (MANTOAN, 2004). Percebe-se, portanto, que a inclusão dos profissionais da limpeza no desenvolvimento das ações educativas é fundamental para o sucesso de campanhas e programas voltados para a educação ambiental.

### **JOGADA CERTA**

A campanha Jogada Certa é um projeto que foi idealizado na disciplina de Educação Ambiental, do curso de Processos Ambientais da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, no ano de 2009. O principal objetivo desse projeto é a educação ambiental dentro do câmpus da Universidade, para conscientização da comunidade acadêmica quanto a disposição e separação adequada dos resíduos sólidos produzidos. A principal motivação foi a dificuldade em conseguir a separação melhor dos resíduos orgânicos e do material reciclável, bem como a preocupação em reduzir a quantidade de lixo orgânico enviado para o aterro sanitário, proposta que está presente na Agenda 21 e também, na Política Nacional de Resíduos Sólidos.

Em parceria com o Departamento de Design do campus Curitiba, foram desenvolvidos materiais de divulgação, tais como slogan e logo, além do planejamento de comunicação, que inclui as formas de divulgação, mídias e avaliação da campanha. A comunicação foi a parte essencial para poder espalhar entre os alunos, professores e funcionários a conscientização da separação do lixo. Foram implantadas lixeiras com cores diferenciadas para cada tipo de resíduo, além de ações pontuais de abordagem direta com a comunidade acadêmica, palestras e banners pelo câmpus. O lixo reciclável coletado na UTFPR é destinado a cooperativa de catadores Catamare, que faz a separação classificação e comercialização do material.

A inclusão dos profissionais da limpeza no desenvolvimento das ações educativas é fundamental para o sucesso da campanha. Um dos maiores desafios do projeto, no entanto, é a elevada rotatividade dos funcionários terceirizados que atuam na limpeza e nos serviços gerais do campus. A falta de envolvimento com a campanha pode dificultar o processo de conscientização dos novos profissionais sobre a importância da separação adequada dos resíduos sólidos. Diante deste problema, é importante verificar - após sete anos do lançamento da campanha:

- se o treinamento continua sendo realizado;
- como esse treinamento é percebido por esse público;



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina  
La sociología en tiempos de cambio

- de que forma a campanha é ou não inclusiva para essas pessoas.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### III. Metodología

Para que os objetivos pudessem ser alcançados, foram realizadas pesquisa bibliográfica e documental, pesquisa qualitativa com pessoas envolvidas na Campanha Jogada Certa e, por fim, entrevistas com profissionais que atuam na limpeza e conservação do Campus da UTFPR. Para analisar a inclusão e envolvimento dos funcionários terceirizados na campanha Jogada Certa foi realizado um levantamento misto, por meio de um questionário qualitativo e quantitativo. Foram elaboradas 16 questões fechadas e uma questão aberta. O questionário foi desenvolvido na plataforma *Typeform* e aplicado com a utilização de *smartphones*. A coleta de dados foi realizada no Campus da UTPR Centro durante os dias 07/11/2016 a 05/12/2016.

Visto que a rotina de trabalho da área de limpeza é acelerada e não há como dedicar um tempo maior para responder as questões, o questionário foi aplicado em um aplicativo, em um *smartphone*. Dessa forma, as pesquisadoras puderam acompanhar os entrevistados sem a necessidade de interromper o trabalho. O processo se tornou rápido, dinâmico, objetivo e encorajou maiores participações por não haver necessidade de despender um tempo maior. Outro fator que se levou em consideração na escolha é que não há necessidade de parar a jornada de trabalho, facilitando a localização de voluntárias para participação da pesquisa.

A escolha da utilização do questionário levou em consideração os benefícios do uso desse método. Entre as vantagens oferecidas, cabe destacar que há sigilo para o entrevistado já que as respostas não são identificadas; há otimização do tempo e a possibilidade de maior coleta de dados. Além disso, a plataforma utilizada possibilita a uniformização dos dados, facilitando a classificação e compilação dos mesmos. (LAKATOS; MARCONI, 2003). O questionário pode ser acessado no endereço: <https://patriciagaspar.typeform.com/to/XILZ3T>.

### RECURSOS E ORÇAMENTO

O questionário foi no aplicativo *Typeform*. Para realização dessa pesquisa foi necessário um *tablet* ou *smartphone* com as seguintes resoluções:

- Tablet: *iPad* com iOS 8.4 ou superior e *tablet* que operem com sistema *Android* 4.4 ou superior.
- *Smartphone*: *iPhones* com iOS 9.1 ou superior e *Android* 4.4 ou superior; *Opera Mini* (última versão).

Foram utilizados os *smartphones* pessoais das pesquisadoras.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina  
La sociología en tiempos de cambio

### IV. Análisis y discusión de datos

Foram realizadas 34 entrevistas com funcionários que trabalham na limpeza do Campus Centro da UTFPR. Todos os funcionários entrevistados trabalham na empresa Costa Oeste, terceirizada da UTFPR para limpeza, jardinagem e serviços gerais do campus.

Durante a condução das entrevistas foi percebido que há um pouco de receio por parte dos funcionários em responder as questões. Para que se pudesse criar um ambiente mais confortável, foi utilizada uma linguagem mais informal, para que termos específicos não pudessem ser entraves para os entrevistados.

#### DADOS DEMOGRÁFICOS

As mulheres que trabalham como Auxiliares de Limpeza no recolhimento dos sacos de lixo representam a maioria dos entrevistados. Os homens afirmaram que trabalham com Serviços Gerais.

##### Gênero?

33 de 34 pessoas responderam esta pergunta

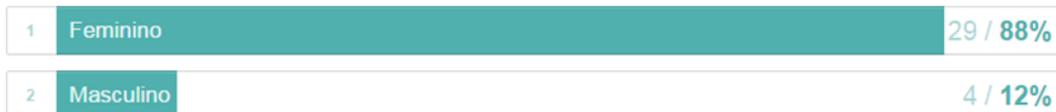


Figura 1 – Gênero.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina  
La sociología en tiempos de cambio

Quanto a idade, 58,8% pertence à faixa etária que varia entre 31 e 48 anos de idade.

### Qual é sua idade?

34 de 34 pessoas responderam esta pergunta



**Figura 2 – Faixa etária.**



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Em relação ao nível de escolaridade, 24 pessoas não chegaram a cursar o ensino médio e dez cursaram apenas da 1ª a 4ª série do ensino primário.

Qual o nível de escolaridade?

34 de 34 pessoas responderam esta pergunta

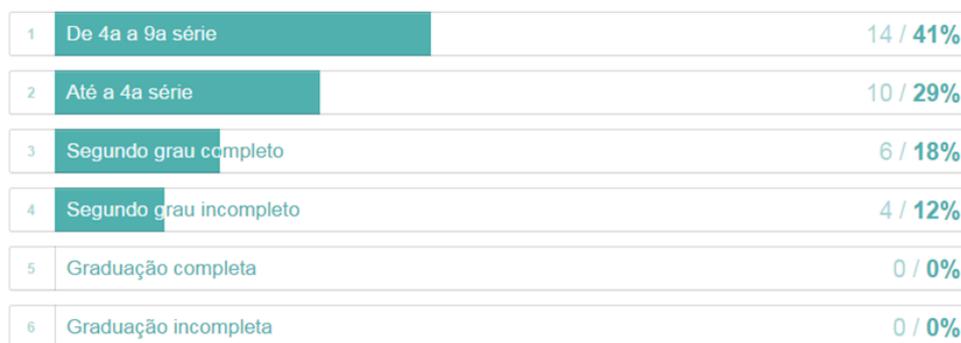


Figura 3 – Escolaridade.

## CONHECIMENTO E PARTICIPAÇÃO NA CAMPANHA

Dezesseis pessoas – praticamente a metade dos entrevistados – afirmaram não conhecer ou nunca ter ouvido falar na Campanha Jogada Certa.

O quanto você conhece a campanha Jogada Certa?

34 de 34 pessoas responderam esta pergunta

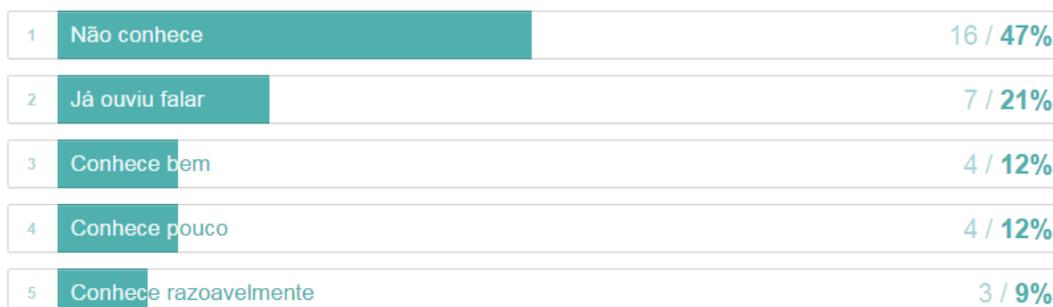


Figura 4 – Conhecimento da campanha.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Esperava-se que os funcionários que trabalham há mais tempo no Campus tivessem maior contato com as ações promovidas pela Campanha Jogada Certa. No entanto, com o cruzamento dos dados coletados na pesquisa, verificou-se que o tempo de serviço no Campus não é determinante para o contato com a campanha. Alguns funcionários mencionaram que as palestras não foram ministradas para as pessoas que trabalham no turno da noite.

**Tabela 1 – Participação na campanha Jogada Certa.**

	Não participaram	Participaram pouco	Participaram razoavelmente	Participaram de tudo	Total
Não conhecem/ não ouviram falar	16				16
Já ouviram falar	6	1			7
Conhecem pouco	2	2			4
Conhecem razoavelmente		3	1		4
Conhece bem		1	1	2	4

Quando cruzadas as informações sobre o nível de conhecimento e o nível de participação na campanha Jogada Certa, percebe-se que o nível de participação fica abaixo do nível de conhecimento entre aqueles que afirmam conhecer pouco, conhecer razoavelmente e conhecer bem a campanha. Em outras palavras, dos entrevistados que conhecem a Jogada Certa, apenas três afirmaram que tiveram um nível de participação compatível ao nível de conhecimento que eles possuem sobre a campanha. Três hipóteses podem ser elaboradas a partir dessa constatação:

- Os funcionários podem não saber quantas foram as ações promovidas pela campanha;
- Os funcionários não se sentiram seguros para responder que participaram de todas as ações da campanha, receosos de serem avaliados pelo conhecimento adquirido;
- Os funcionários não se sentem “participantes” da campanha na medida em que eles foram somente receptores do conteúdo ministrado nas palestras.

### **ASSIMILAÇÃO DA CAMPANHA JOGADA CERTA**

A questão 12, de múltipla escolha, foi elaborada para avaliar as informações adquiridas pelos funcionários com a Campanha. As respostas foram elencadas de acordo com a complexidade dos procedimentos de limpeza, separação e encaminhamento do lixo, tendo como base a compreensão da importância da separação e do encaminhamento do lixo:

Procedimento 1- Como separar o lixo misturado e recolher os sacos plásticos

Procedimento 2- Como identificar os sacos plásticos por cor e bloco

Procedimento 3- Como encaminhar os sacos identificados para a usina de reciclagem

Procedimento 4- Como encaminhar o lixo reciclável para as associações de catadores



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

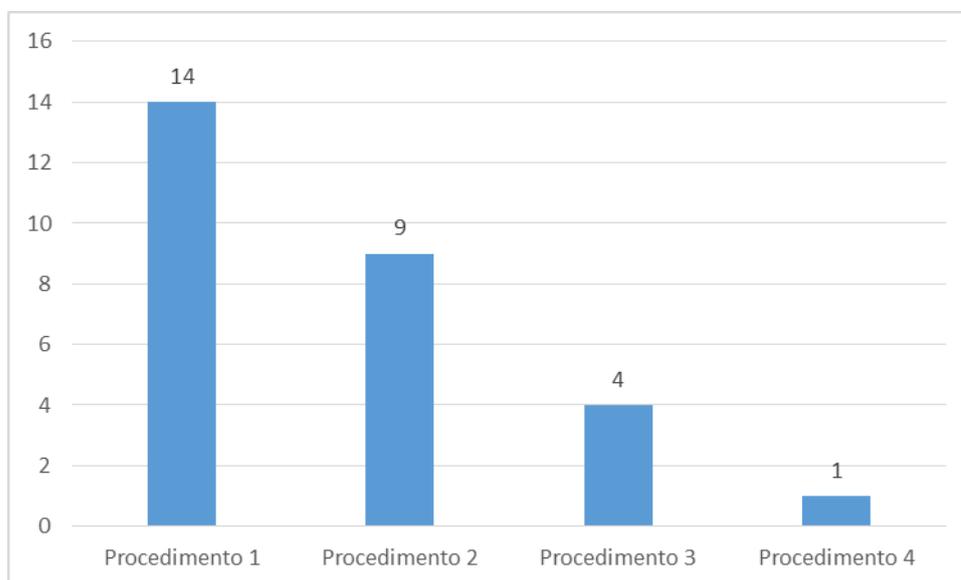
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### Procedimento 5 – Como encaminhar o lixo orgânico para compostagem

A pergunta foi feita somente aos 14 funcionários que, no mínimo, participaram um pouco da Campanha. Apesar de todos responderem afirmativamente sobre a importância da separação, apenas nove souberam responder como realizar o trabalho de separação e recolhimento do lixo forma adequada. De acordo com os resultados, não foram encontrados funcionários que conheciam o procedimento 5.



**Gráfico 1 – Conhecimento sobre os procedimentos de limpeza.**

A questão 13 tinha como objetivo avaliar o nível de informação dos funcionários acerca do correto tratamento do lixo. A questão foi aplicada a todos os 34 funcionários que responderam à pesquisa e não somente aos que participaram da Campanha Jogada certa.

A questão foi elaborada como múltipla escolha, sendo que as respostas foram elencadas de acordo com o nível de complexidade da informação:

Nível 1- Para que o Campus fique limpo

Nível 2- Para que a limpeza do Campus como um todo seja mais eficiente

Nível 3- Para que o lixo reciclável e orgânico possam ser tratados, reciclados ou reutilizados

Nível 4- Para que a poluição seja reduzida e o meio ambiente seja preservado

Nível 5 – Para que todos compreendam que é importante reduzir a produção de lixo e evitar o desperdício

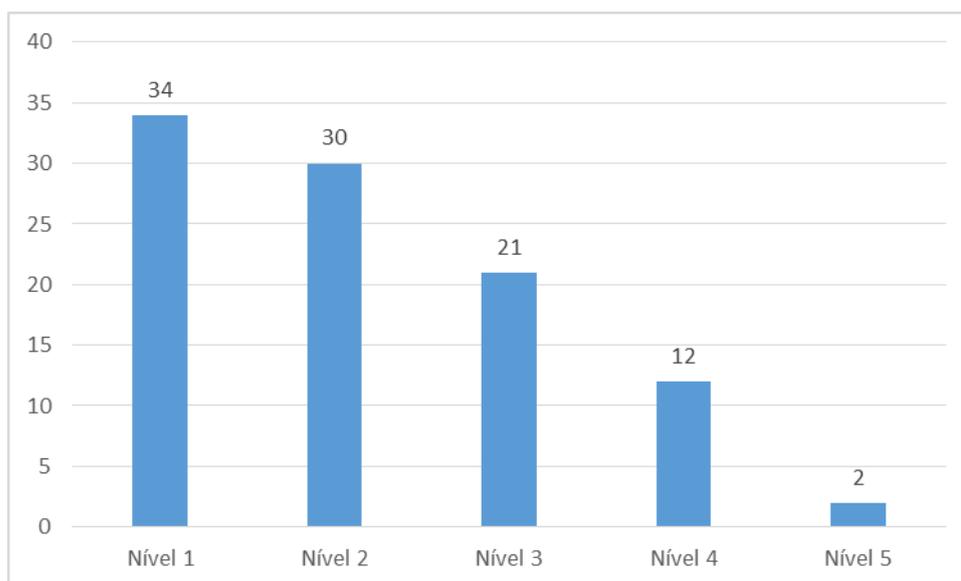


## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

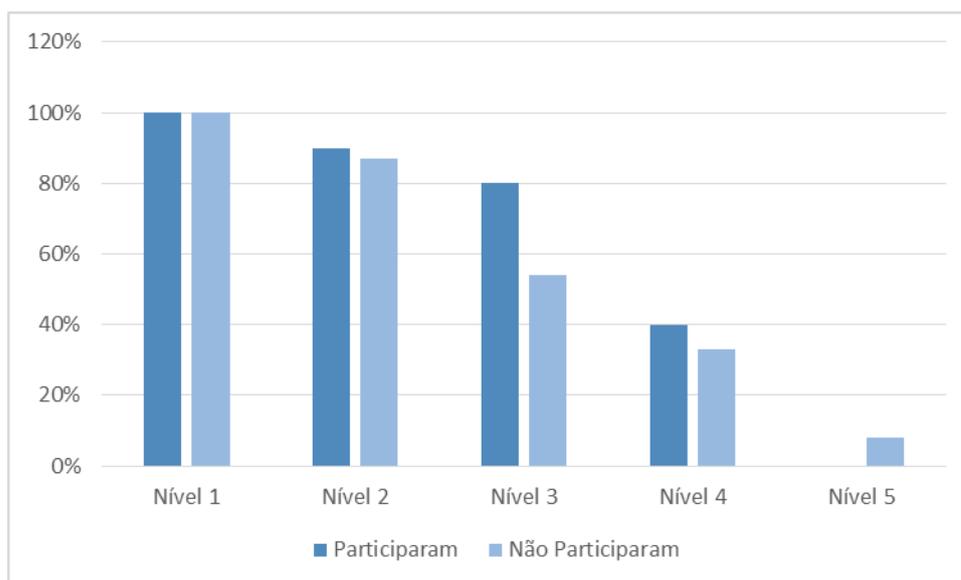
Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio



**Gráfico 2 – Importância da separação do lixo no campus.**

Na comparação entre os funcionários que participaram da campanha e os funcionários que não participaram da campanha, obteve-se o seguinte resultado.



**Gráfico 3 – Participação na campanha.**



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

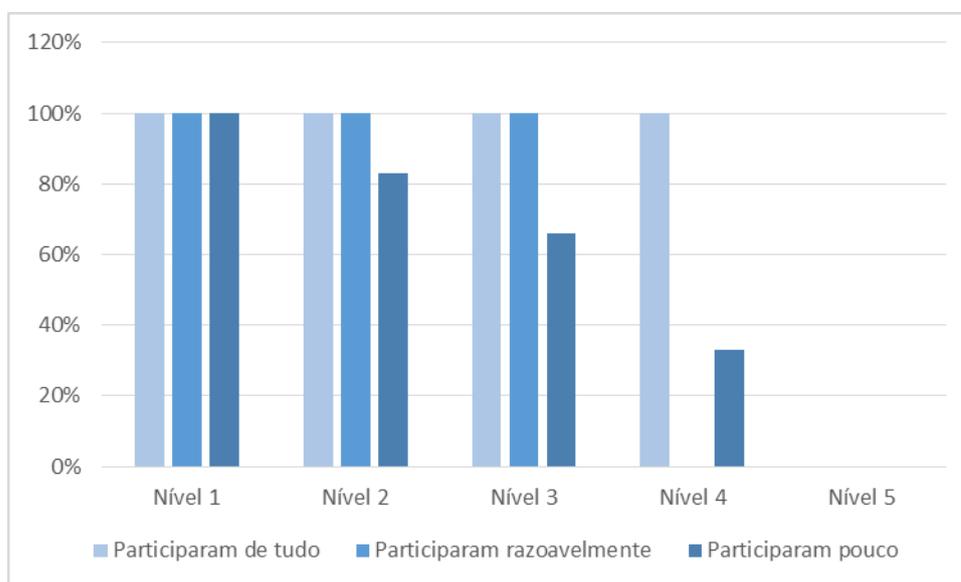
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Verifica-se que aqueles que participaram da campanha obtiveram um desempenho sensivelmente superior em comparação aos funcionários que não participaram da campanha. Os funcionários que participaram das ações da campanha apenas não alcançaram a resposta de Nível 5.

Ao comparar o desempenho dos funcionários por nível de participação na campanha, verifica-se que aqueles que participaram de tudo ou da maioria das ações obtiveram um desempenho melhor.



**Gráfico 4 – Contribuições na campanha.**

Entre os entrevistados que afirmaram terem participado da campanha, apenas quatro contribuíram com sugestões para que os procedimentos de limpeza fossem aprimorados. Apesar de ser esta a única questão aberta do questionário, as sugestões mencionadas foram bastante parecidas. As funcionárias afirmam que não há um espaço adequado para separação do lixo que foi descartado incorretamente pela comunidade do campus. Para que essa separação não seja feita aos olhos das pessoas que passam pelos corredores, as funcionárias preferem fazer uma separação parcial e rápida, o que prejudica a qualidade desse procedimento. Para aprimorar a separação e o recolhimento do lixo, as funcionárias solicitaram que fossem criados locais reservados para esse procedimento em cada corredor. Além dessa sugestão, as funcionárias solicitaram que fossem colocadas mais lixeiras nos departamentos e que alunos e professores fossem instruídos sobre o descarte correto do lixo produzido. Segundo elas, apesar dos adesivos informativos nas lixeiras, não é raro encontrar lixo descartado de forma incorreta.

## **TRATAMENTO DO LIXO NAS RESIDÊNCIAS**



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

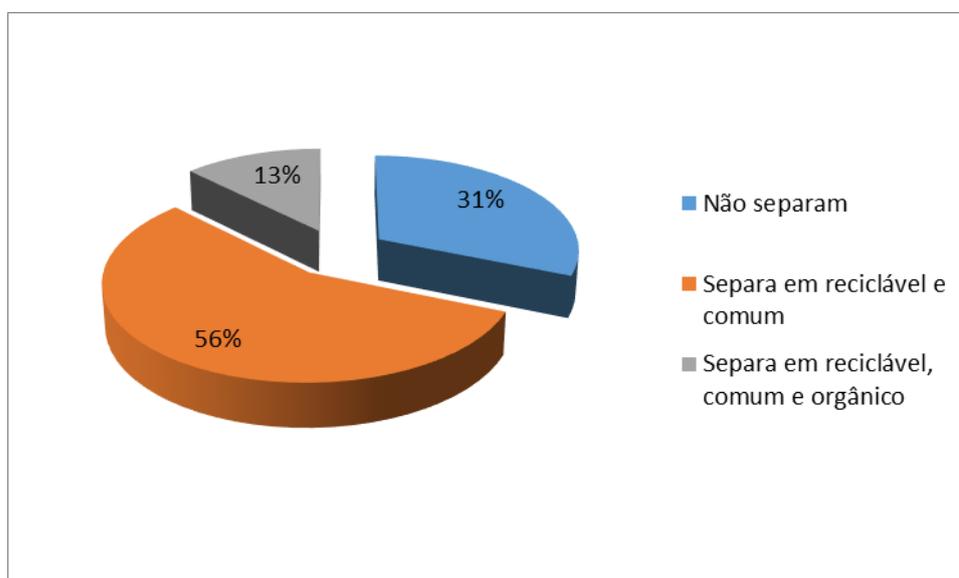
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Nesta etapa da análise, foram correlacionados os resultados sobre conhecimento, participação e tratamento do lixo nas residências dos próprios funcionários. O objetivo desses cruzamentos era verificar se as ações promovidas pela Campanha Jogada Certa foram internalizadas pelo público-alvo e incorporadas no dia a dia dos funcionários.

Entre as 16 pessoas que não conhecem a Campanha Jogada Certa, cinco não separam o lixo produzido na própria residência.



**Gráfico 5 - Tratamento do lixo por funcionários que não tiveram contato com a campanha.**

Resultados muito semelhantes foram obtidos entre os funcionários que já tiveram contato com a campanha. Mesmo entre os funcionários que conhecem razoavelmente e conhecem bem a Campanha Jogada Certa, é maior do que 35% a fatia daqueles que não fazem qualquer tipo de separação do lixo.

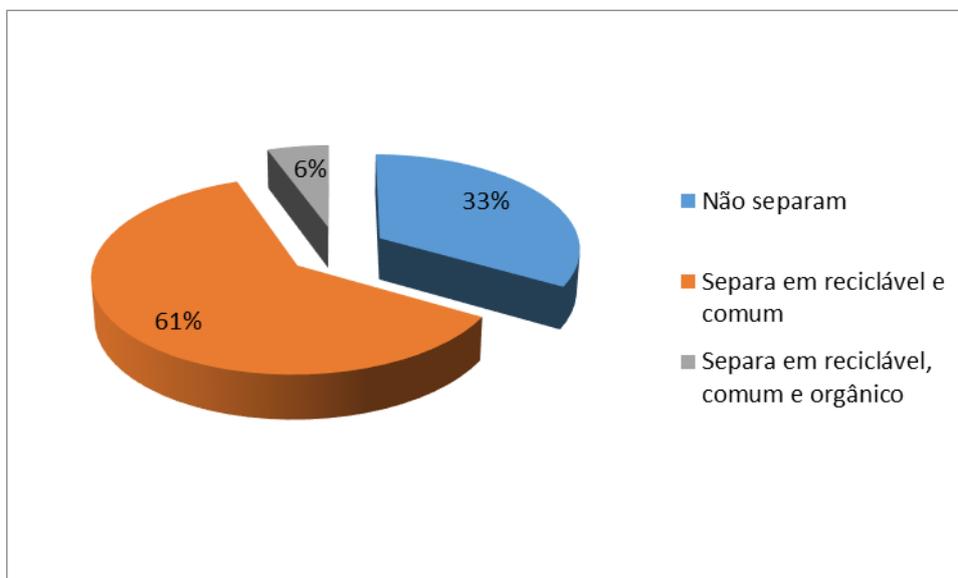


## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio



**Gráfico 6 - Tratamento do lixo por funcionários que já tiveram contato com a campanha**

Algumas das mulheres que residem em domicílios que não fazem separação afirmaram que, pelo fato de trabalharem “fora”, o lixo é descartado por familiares que não costumam fazer a separação. Das onze pessoas que não fazem a separação do lixo em suas residências, apenas três concluíram o segundo grau.

Ao selecionar apenas aqueles que no mínimo participaram um pouco da campanha, observa-se que os resultados seguem as mesmas proporções.

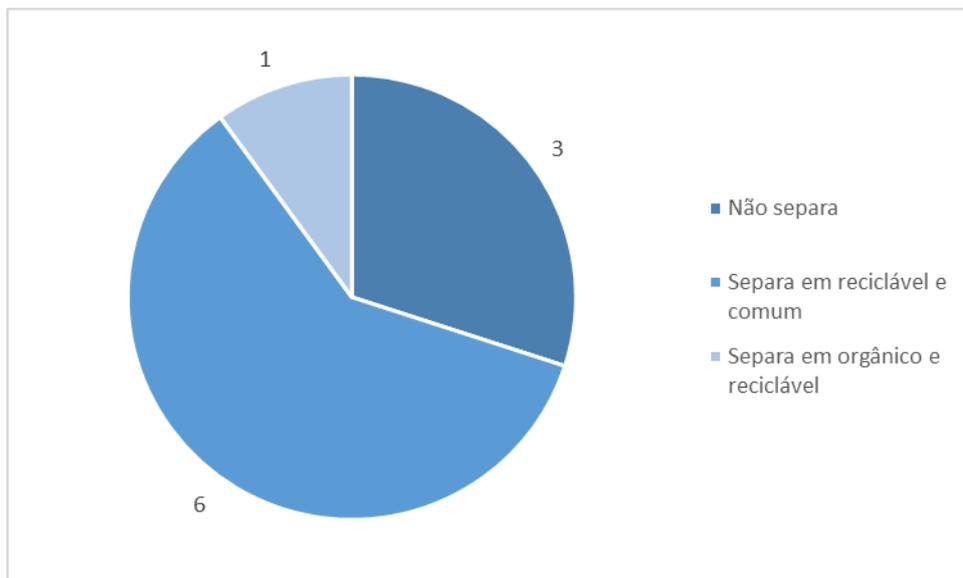


**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio



**Gráfico 7 – Tratamento do lixo em suas residências.**



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### V. Conclusiones

A campanha Jogada Certa é uma importante iniciativa para a conscientização acerca da questão da coleta seletiva. Com o resultado da pesquisa, verifica-se que os funcionários que participaram da campanha, obtiveram um desempenho sensivelmente superior, em relação a separação e tratamento do lixo em suas próprias residências do que os que não tiveram contato algum.

Nas conversas e na fala dos entrevistados, é perceptível que há interesse em entender melhor como funciona a campanha e porquê de realizarem a separação como lhes é ordenada. No entanto, conforme indicado nos resultados da pesquisa, poucos funcionários conhecem a campanha e tiveram acesso aos treinamentos. Esperava-se que os funcionários que trabalham há mais tempo no Campus tivessem maior contato com as ações promovidas pela Campanha Jogada Certa. No entanto, com o cruzamento dos dados coletados na pesquisa, verificou-se que o tempo de serviço no Campus não é determinante para o contato com a campanha. Alguns funcionários mencionaram que as palestras não foram ministradas para as pessoas que trabalham no turno da noite. Esse fator, pode ser, de certa forma, atribuído as recorrentes mudanças de empresa, já que o serviço de limpeza do campus é terceirizado e há licitações em determinados períodos.

Na comparação de informações entre o nível de conhecimento e de participação da campanha, o segundo fica abaixo do primeiro. Poucos entrevistados afirmaram ter o nível de participação compatível com o conhecimento que tem sobre a campanha. Por meio dessas respostas, algumas hipóteses foram levantadas:

1. Há uma falha na ponte de comunicação entre as ações da campanha aos funcionários, sendo que esses acabam não sabendo delas.
2. Outro fator é que no momento da entrevista, os funcionários podem ter ficado inseguros sobre a questão da participação, receosos que fossem avaliados quanto a isso.
3. E a última, talvez mais próxima da realidade, é que não se sentem atores participativos da campanha, restringindo-se a meros ouvintes.

Em uma campanha que é voltada para a Educação Ambiental, é importante focar primeiramente na inclusão. Tal como postula a Carta de Belgrado e a própria PNRS, para que a educação ambiental seja, de fato, efetivada, é preciso que o indivíduo se sinta responsável pelo meio ambiente, internalize os conhecimentos e passe a agir como um ator. O conhecimento é construído de forma dinâmica, não pode ser imposto e não pode ser determinista. Para que haja essa construção, tal como visto, é preciso que o sujeito se sinta consciente do seu papel como agente transformador de seu espaço. No entanto, para que hajam resultados satisfatórios é necessário que haja uma inclusão maior de todos envolvidos, principalmente os responsáveis em lidar, todos os dias, com os rejeitos gerados pela população do local.

A reflexão, após essa pesquisa, é de que embora a campanha Jogada Certa tenha alcançado resultados excelentes no campus, muitos funcionários não incorporam no próprio dia a dia aquilo que aprendem no treinamento. É preciso que haja ações específicas pensadas e voltadas ao público que realiza a limpeza no local. Cada perfil é diferente, ou seja, algumas ações de comunicação, linguagem e tecnologias utilizadas para alcançar alunos e professores, por exemplo, podem não



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

alcançar outras pessoas. Não apenas para manter um campus da universidade limpo, tornar a educação ambiental acessível a todos é uma forma de auxiliar a efetivação da PNRS e espriar a importância de repensar a forma de consumo e como isso afetará as gerações futuras.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## **VI. Bibliografía**

ABIB, Rodrigo O.F; VAN KAICK. Programa Jogada Certa e a implantação da usina de separação de resíduos na UTFPR Câmpus Curitiba. In: SEMINÁRIO DE EXTENSÃO E INOVAÇÃO DA UTFPR, 6. Francisco Beltrão, Paraná, 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS. (2008). Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2008.

REIGOTA, Marcos. O que é educação ambiental. Brasiliense, 2017.

FEENBERG, Andrew. Racionalização subversiva: tecnologia, poder e democracia. Trad. Anthony T. Gonçalves, 1991.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação?. Editora Paz e Terra, 2014.

JACOBI, Pedro Roberto; BESEN, Gina Rizpah. Gestão de resíduos sólidos em São Paulo: desafios da sustentabilidade. Estudos Avançados, v. 25, n. 71, p. 135-158, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MANTOAN, Maria Teresa Eglér. O direito de ser, sendo diferente, na escola. Revista Cej, Brasília, v. ?, n. 26, p.36-44, set. 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Carta de Belgrado. 1975. Unesco. Disponível em: <[http://www.mma.gov.br/port/sdi/ea/deds/pdfs/crt\\_belgrado.pdf](http://www.mma.gov.br/port/sdi/ea/deds/pdfs/crt_belgrado.pdf)>. Acesso em: 01 nov. 2016.

SORRENTINO, Marcos et al. Educação ambiental como política pública. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31, n. 2, p.285-299, ago. 2005

VAN KAICK, Tamara. Jogada Certa: Coleta Seletiva da UTFPR. Curitiba: Utfpr, 2015. 15 p.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio