



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

**CONSUMO E SUSTENTABILIDADE: UM LEVANTAMENTO DO
COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES NA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE/PB**

JÉSSIKA NARJARA SILVA MENDES

Campina Grande
Abril - 2013

JÉSSIKA NARJARA SILVA MENDES

**CONSUMO E SUSTENTABILIDADE: UM LEVANTAMENTO DO
COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES NA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE/PB**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª. Msc. Verônica Macário de Oliveira

Campina Grande – 2013

COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

Jéssika Narjara Silva Mendes

Aluna

Verônica Macário de Oliveira, Mestre

Professora Orientadora

Ana Cecília Feitosa de Vasconcelos

Coordenadora de Estágio Supervisionado

Campina Grande – 2013

JÉSSIKA NARJARA SILVA MENDES

**CONSUMO E SUSTENTABILIDADE: UM LEVANTAMENTO DO
COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES NA CIDADE DE
CAMPINA GRANDE/PB**

Relatório aprovado em ____ / ____ / ____

Profª. Ms. Verônica Macário de Oliveira - UFCG

Orientadora

Profª. Drª. Lúcia Santana de Freitas - UFCG

Examinadora

Profº. Ms. Vinícius Farias Moreira - UFCG

Examinador

Campina Grande – 2013

Abril de 2013

Dedico a Deus, todo poderoso, pois sem Ele eu jamais teria vencido mais uma etapa da vida. A Ele toda honra, toda glória e todo louvor.

Dedico a minha mãe, mulher guerreira, por quem tenho um amor imenso.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo e de todos está o Senhor meu Deus. Ele é fiel para cumprir com as suas promessas e graças a Ele posso me alegrar por mais uma etapa da vida que se conclui. Agradeço a Deus pela força e sabedoria que me foi concedida. A Ele toda honra, toda glória e todo louvor.

À minha mãe, Maria Helena, minha avó, Maria José, e à minha irmã, Marcela Azevedo por todo amor e apoio em todos os momentos da minha vida. Os conselhos, as palavras de incentivo foram primordiais e demonstraram o verdadeiro amor de uma família.

Ao meu namorado, Luan Garrido, por estar ao meu lado neste momento tão importante. Agradeço pelos dias felizes que me proporciona, pelo carinho, pela força, compreensão e, acima de tudo, pelo seu amor.

Aos amigos e colegas de curso por todos os momentos que vivemos juntos. Em especial à Marcella Lima, Ellori Mota e Naiane Medeiros, uma amizade que surgiu em tempos de colégio, mas que é forte como rocha e permanece até hoje, à Lays Sorelle, meu exemplo de tranquilidade, Jéssica Baracho, Camila Andrade, Amanda Marques, Cristiane Ferreira, Tatyane Sales, Yngrid Miranda, Arthur Cabral, Valdemar Virgílio, Diêgo Fabrício e Anderson Diniz por terem alegrado os meus dias na Universidade. Essa caminhada tinha que ser com vocês e tenho certeza que Deus escolheu cada um com muito carinho para fazerem parte da minha vida.

À Verônica Macário de Oliveira, minha orientadora que não poderia ter sido outra. Agradeço por toda dedicação e atenção para a realização do meu Relatório de Estágio Supervisionado e pelo carinho e amor que me foi transmitido.

“Porque dele, e por meio dele, e para ele são todas as coisas.” (Romanos 11:36)

RESUMO

A crise ambiental tem sido tema de discussão relevante e crescente no cenário mundial e fez emergir a necessidade de um novo modelo de desenvolvimento que busque, além da viabilidade econômica, a proteção ao meio ambiente e a justiça social, denominado Desenvolvimento Sustentável. Um dos principais objetivos desta proposta é modificar os atuais padrões e níveis de consumo da sociedade, considerados insustentáveis devido à exploração excessiva de recursos naturais que não consideram a finitude dos sistemas naturais, por exceder-se a capacidade de assimilação dos rejeitos pelo meio ambiente e o acesso às riquezas produzidas ser injusto e desigual. Assim, constata-se a necessidade de avaliar o comportamento do consumidor e as suas tendências para a adoção de padrões e níveis de consumo sustentável. Neste sentido, o objetivo geral deste estudo é analisar os comportamentos de consumidores nas áreas de habitação, transporte, alimentação e bens duráveis e não duráveis, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande - PB. A justificativa para a realização desta pesquisa ocorre diante da necessidade de se entender a relação entre consumo e meio ambiente e o comportamento do consumidor quanto às suas práticas de consumo para direcionar a adoção de estratégias que permitam práticas sustentáveis. Nesta perspectiva, os principais conceitos teóricos necessários para uma melhor compreensão do comportamento do consumidor frente às questões de sustentabilidade são origem e evolução da Sociedade de Consumo, as contemporaneidades das questões ambientais e a proposta de Desenvolvimento e Consumo Sustentáveis, assim como o comportamento do consumidor e os fatores influenciadores do consumo, todos abordados no desenvolvimento deste estudo. Em termos metodológicos, realizou-se um levantamento de natureza quantitativa e descritiva, com a finalidade de observar, registrar e descrever as práticas de consumo utilizadas por consumidores na cidade de Campina Grande, a partir de uma amostra probabilística obtida por acessibilidade. Os resultados mostram que os consumidores pesquisados ainda não possuem a mente totalmente voltada para a preservação ambiental em suas práticas de consumo. Tais evidências demonstram a necessidade de mudanças no comportamento dos consumidores, além da existência de incentivos e estruturas que facilitem tais mudanças para que se possa harmonizar a relação da sociedade com o meio ambiente.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável, Comportamento do Consumidor, Consumo Sustentável.

ABSTRACT

The environmental crisis has been the subject of increasing discussion relevant and on the world stage and gave rise to the need for a new development model that seeks, in addition to economic viability, protection of the environment and social justice, called Sustainable Development. A major objective of this proposal is to modify current patterns and levels of consumption society, considered unsustainable due to the overexploitation of natural resources that do not consider the finiteness of natural systems, by themselves exceed the assimilative capacity of the tailings and the environment access to the riches produced be unfair and inequitable. Thus, there is a need to assess consumer behavior and trends for the adoption of standards and levels of sustainable consumption. In this sense, the aim of this study is to analyze the behavior of consumers in the areas of housing, transportation, food and durable goods and nondurable goods, in terms of sustainable consumption in the city of Campina Grande - PB. The rationale for conducting this research is faced with the need to understand the relationship between consumption and the environment and consumer behavior regarding their consumption practices to drive the adoption of strategies for sustainable practices. In this perspective, the main theoretical concepts needed for a better understanding of consumer behavior in the face of sustainability issues are the origin and evolution of the consumer society, the contemporaneities of environmental issues and the proposed Sustainable Consumption and Development, as well as consumer behavior and influencing factors of consumption, all addressed in the development of this study. In methodological terms, we carried out a survey of quantitative and descriptive, in order to observe, record and describe consumer practices used by consumers in the city of Campina Grande, from a random sample obtained by accessibility. The results show that consumers surveyed still do not have the mind totally focused on environmental preservation in their consumption practices. Such evidence demonstrates the need for changes in consumer behavior, and the existence of incentives and structures that facilitate these changes so that we can harmonize the relationship between society and the environment.

Keywords: Sustainable Development, Consumer Behavior, Sustainable Consumption

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Evolução do impacto humano sobre o meio ambiente	21
Figura 2 – Parâmetros para se alcançar o desenvolvimento sustentável	24
Figura 3 – O processo de decisão do consumidor	29
Figura 4 – Composição do Greendex	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Juntos pelo desenvolvimento sustentável	25
Quadro 2 – Estágios do comportamento do consumidor	30
Quadro 3 – Variáveis relacionadas a atitudes e crenças	31
Quadro 4 – Variáveis analisadas no estudo Greendex	32
Quadro 5 – Cálculo do escore total Greendex	33
Quadro 6 – Variáveis e suas formas de tratamento	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil dos entrevistados	42
Tabela 2 – Números de pessoas por residência	43
Tabela 3 – Atitudes e crenças	43
Tabela 4 – Aspectos de consumo na Habitação	48
Tabela 5 – Frequências das formas de consumo de energia e água	49
Tabela 6 – Transporte	50
Tabela 7 – Quantidade de veículos automotores na família	51
Tabela 8 – Transporte	52
Tabela 9 – Frequência de utilização dos tipos de transporte.....	52
Tabela 10 – Frequência das formas de consumo dos alimentos	53
Tabela 11 – Bens de consumo	56
Tabela 12 – Frequência de práticas de consumo de bens	57
Tabela 13 – Quantidade de bens na residência.....	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Contextualização e Problemática	13
1.2 Objetivos	15
1.2.1 <i>Objetivo Geral</i>	15
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	15
1.3 Justificativa	15
1.4 Estrutura do Trabalho	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 A Sociedade de Consumo	17
2.2 Contemporaneidades das Questões Ambientais e o Desenvolvimento Sustentável	20
2.2.1 <i>Origem, Conceito e Evolução da Proposta de Desenvolvimento Sustentável</i>	22
2.3 Consumo Sustentável	26
2.4 Comportamento do Consumidor	28
2.5 Índice de Consumo Sustentável – Greendex	31
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	36
3.1 Estratégia para a Condução da Pesquisa	36
3.2 Métodos de Procedimentos	36
3.3 Universo e Amostra da Pesquisa	36
3.4 Instrumento de Coleta de Dados	38
3.5 Tratamento e Análise dos Dados	38
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	42
4.1 Perfil do Entrevistado	42
4.2 Atitudes e Crenças	43
4.3 Áreas de Consumo Investigadas	47
4.3.1 <i>Habitação</i>	47
4.3.2 <i>Transporte</i>	50
4.3.3 <i>Alimentação</i>	53
4.3.4 <i>Bens de Consumo (Duráveis e Não Duráveis)</i>	55
4.3.5 <i>Análise Geral das Áreas de Consumo</i>	59
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	66
ANEXOS	70

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo introdutório apresenta uma breve contextualização sobre o tema estudado, identificando o problema da pesquisa, objetivos e justificativa, bem como a forma como o trabalho encontra-se estruturado para o alcance dos fins aos quais se destina.

1.1 Contextualização e Problemática

Nas últimas décadas, a produção e o consumo em grande escala são considerados características marcantes da sociedade. De um lado, as empresas vivem em função de objetivos vinculados a aspectos econômicos, visando fundamentalmente o lucro e, assim, pela acumulação de capital puderam se expandir e oferecer ao mercado os mais variados produtos. Do outro, a humanidade vivencia uma busca contínua por melhorias nas condições de vida, adquirindo tudo aquilo que é necessário e indispensável para a sua subsistência, além de produtos supérfluos. Portanto, a moderna sociedade capitalista tem como foco o crescimento econômico, baseado no aumento dos níveis de produção e consumo.

Costa e Teodósio (2011) destacam que, na sociedade moderna, as identidades dos cidadãos se configuram pelo consumo e o *status*, muitas vezes, pode ser medido pelo que se consome. Assim, produtos e serviços não estão sendo mais adquiridos exclusivamente por sua utilidade, mas também pelo prestígio simbolizado por sua posse. As pessoas são aquilo que consomem e há uma insaciabilidade do consumo (BAUDRILLARD, 2007), o que provoca um crescente aumento nas formas de consumo como forma de satisfazer “necessidades” básicas ou supérfluas (BARBOSA, 2010).

Neste contexto, os elevados níveis e padrões de consumo passaram a ser considerados insustentáveis devido à exploração excessiva de recursos naturais que não consideram a finitude dos sistemas naturais, por exceder-se a capacidade de assimilação dos rejeitos pelo meio ambiente e o acesso às riquezas produzidas ser injusto e desigual.

Isto tem provocado sérios problemas de caráter ambiental que atingem a humanidade de diferentes formas e intensidades, tais como a erosão dos solos, o desmatamento, a poluição e contaminação dos recursos hídricos por resíduos, a poluição do ar e a extinção de espécies da fauna e flora.

Dessa forma, o consumo possui aspectos extremos: em um lado proporciona a satisfação das necessidades, melhorando a qualidade de vida tanto desejada pela sociedade e favorecendo o crescimento econômico, e por outro gera impactos sobre a sustentabilidade,

devido à exploração excessiva e esgotamento dos recursos naturais não renováveis, bem como pela poluição decorrente.

O fato é que entre os inúmeros problemas enfrentados pelo mundo atual, a questão ambiental tem sido tema de discussão relevante e crescente, emergindo a necessidade de reflexões acerca de desenvolver mecanismos que possibilitem alcançar padrões e níveis de consumo sustentáveis. O modelo de desenvolvimento que privilegia o crescimento econômico precisa ser repensado, para que seja feito um redirecionamento no qual se busque além da viabilidade econômica, a proteção ao meio ambiente e a justiça social.

Segundo informações do Instituto Akatu (2004) se o ritmo atual de exploração do planeta continuar, em um século não haverá fontes de água ou de energia, reservas de ar puro e, muito menos, terras para a agricultura em quantidades suficientes para a preservação da vida. Desse modo, modificar os atuais padrões de produção e consumo passou a ser considerado como um dos principais objetivos da proposta de desenvolvimento sustentável, estabelecido no capítulo 4 da Agenda 21.

A fim de que se atinjam os objetivos de qualidade ambiental e desenvolvimento sustentável será necessário eficiência na produção e mudanças nos padrões de consumo para dar prioridade ao uso ótimo dos recursos e à redução do desperdício ao mínimo. Em muitos casos, isso irá exigir uma reorientação dos atuais padrões de produção e consumo, desenvolvidos pelas sociedades industriais e por sua vez imitados em boa parte do mundo. (AGENDA 21, 1992, p. 35).

Foi neste cenário que emergiu o termo consumo sustentável cuja definição mais citada enfatiza que o termo implica na utilização de produtos e serviços que atendam as necessidades básicas e tragam melhoria na qualidade de vida da sociedade, ao mesmo tempo em que se minimiza o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, bem como a geração de resíduos e emissão de poluentes ao longo do ciclo de vida, de modo a não comprometer as necessidades das gerações futuras (COSTA; TEODÓSIO, 2011).

Assim, constata-se a necessidade de intervir nos padrões de consumo da sociedade e influenciar no comportamento e estilos de vida e consumo das pessoas na busca pelo desenvolvimento sustentável (OLIVEIRA; CÂNDIDO; GÓMEZ, 2011). Para intervir é necessário, antes, conhecer o comportamento dos consumidores.

Para tanto, foram desenvolvidas metodologias que permitem conhecer esses comportamentos no intuito de avaliar a sustentabilidade do consumo, analisando áreas em que as atividades de consumo são praticadas com base nos impactos que estas geram ao meio ambiente. Entre essas metodologias encontra-se o Greendex - Índice de Consumo Sustentável, que avalia os comportamentos de consumo nas áreas de habitação, alimentação, transporte,

bens duráveis e não duráveis, envolvendo as práticas cotidianas de consumo que geram impacto no meio ambiente e sua relação com a sustentabilidade.

Desta forma, emergiu a problemática deste estudo: **Qual o comportamento de consumidores nas áreas de habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande – PB?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os comportamentos de consumidores nas áreas de habitação, transporte, alimentação e bens duráveis e não duráveis, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande - PB.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para o alcance do objetivo geral estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar o perfil socioeconômico dos consumidores estudados;
- b) Analisar as atitudes e crenças dos pesquisados em relação às suas práticas de consumo e as questões ambientais;
- c) Avaliar as características de consumo na área de habitação;
- d) Identificar os comportamentos de consumo dos investigados na área de transportes;
- e) Verificar o comportamento dos pesquisados na área de alimentação;
- f) Descrever os comportamentos dos consumidores investigados na área de bens de consumo duráveis e não duráveis.

1.3 Justificativa

Consumir seja para fins de satisfação das necessidades básicas e/ou supérfluas é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade. Entretanto, atualmente os atuais padrões de consumo da sociedade vêm sendo motivo de preocupação, pois são considerados insustentáveis do ponto de vista social e ambiental. Assim, os atuais padrões de consumo e o crescente aumento em seus níveis vêm sendo tema central em inúmeras discussões associados aos atuais problemas ambientais enfrentados pelo mundo.

Considera-se que as necessidades humanas são infinitas e se todos os recursos forem alocados para satisfazê-las haverá um colapso ambiental irreversível (GIACOMINI FILHO, 2008). Assim, é necessário inserir na sociedade a consciência de se promover hábitos de consumo sustentáveis para que o meio ambiente e a coletividade não sejam afetados de forma negativa.

Portanto, sustentabilidade é uma palavra que marca o século XXI e um dos grandes desafios deste século é, justamente, a busca por um desenvolvimento sustentável de modo que haja um equilíbrio entre o meio ambiente e as relações de consumo. Neste contexto, este estudo justifica-se diante da necessidade de se entender a relação entre consumo e meio ambiente e o comportamento do consumidor quanto às suas práticas de consumo para direcionar a adoção de estratégias que permitam práticas sustentáveis.

Deste modo, este estudo disponibiliza informações importantes sobre o comportamento de consumo de consumidores na cidade de Campina Grande – PB nas áreas de habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis frente à tentativa de se promover mudanças nos seus padrões e níveis. O grande desafio é a busca por estilos de vida e consumo sustentáveis. As informações disponíveis nesta pesquisa podem se tornar plausíveis pontos de partida para ações futuras que visem promover práticas de consumo mais sustentáveis na cidade de Campina Grande – PB.

1.4 Estrutura do Trabalho

Em termos estruturais, como forma de proporcionar uma melhor compreensão sobre a temática, este relatório de estágio organiza-se da seguinte forma:

- a) capítulo 1 – Introdução: Neste capítulo é apresentada uma breve contextualização sobre o tema estudado, bem como a problemática da pesquisa, o enfoque dos objetivos (geral e específico) e a justificativa do estudo;
- b) capítulo 2 – Fundamentação Teórica: Encontra-se o suporte científico sobre o tema principal estudado;
- c) capítulo 3 – Procedimentos metodológicos: Apresentação dos aspectos metodológicos que foram utilizados para a realização da pesquisa;
- d) capítulo 4 – Apresentação e Análise dos resultados: Apresenta as informações sobre o perfil dos consumidores estudados quanto à adoção de práticas sustentáveis de consumo;
- e) capítulo 5 – Considerações finais: Neste capítulo encontram-se as últimas considerações a que este estudo propôs, apresentando sugestões, contribuições e limitações da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta os principais conceitos teóricos necessários ao desenvolvimento deste trabalho, visando facilitar a compreensão do comportamento do consumidor frente às questões de sustentabilidade. Inicialmente, será apresentada uma breve contextualização sobre a Sociedade de Consumo, a sua relação com a Revolução Industrial e sua evolução ao longo do tempo. Posteriormente, serão abordadas as contemporaneidades das questões ambientais, bem como a proposta de Desenvolvimento e Consumo sustentável. Por fim, define-se o comportamento do consumidor e os fatores influenciadores do consumo, seguidos da metodologia para avaliação da sustentabilidade do consumo, o Índice Greendex, cujas áreas e variáveis constituíram a base deste estudo.

2.1 A Sociedade de Consumo

Uma sociedade é capaz de viver sem produzir, mas sem consumir é algo impossível, uma vez que o ser humano depende do consumo para garantir a sua sobrevivência (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Consumir consiste em uma atividade natural e saudável, quando praticada de forma consciente e dentro do necessário, sendo assim vital à nossa espécie.

Todos os seres humanos são consumidores, independente do poder de compra e do que consomem. Porém, o consumo há muito tempo deixou de ser um ato de subsistência e é mais facilmente identificado como uma forma de lazer, de liberdade e de cidadania (MALACARNE; MORAIS; PRESTA, 2010).

Não há como falar em evolução do consumo sem ressaltar as mudanças significativas que ocorreram no período entre o século XVIII ao século XX e as diferentes visões acerca do surgimento do que denominamos sociedade de consumo.

A princípio, é importante destacar que existem controvérsias no que diz respeito às origens históricas da moderna sociedade de consumo. A visão tradicional que se tem é a de que a Revolução Industrial criou as condições necessárias para uma Revolução do Consumo.

Iniciada em meados do século XVIII, a Revolução Industrial provocou profundos impactos nos meios e no volume de produção da sociedade da época. A organização da produção em fábricas e o uso das recém-inventadas máquinas a vapor permitiram que as pessoas deixassem de produzir bens apenas para consumo próprio, passando a gerar um

grande excedente comercializável (AKATU, 2011). A produção nesta fase deixou de ser artesanal e passou a ser maquinofaturada, a população passou a ter acesso a bens industrializados e deslocaram-se para os centros urbanos em busca de trabalho, as fábricas passaram a concentrar centenas de trabalhadores, que vendiam a sua força de trabalho em troca de um salário e os lucros dos burgueses donos de fábricas cresceram na mesma proporção.

Neste contexto, a ideia associada à visão tradicional é a de que com a Revolução Industrial houve uma mudança progressiva nas necessidades de consumo da população conforme novas mercadorias foram sendo produzidas (SILVA, 2009).

Entretanto, Livia Barbosa em seu livro *Sociedade de consumo* revela uma visão revisionista acerca do surgimento da sociedade de consumo. Esta nova visão vai de encontro à visão tradicional, considerando que a Revolução do Consumo precedeu a Revolução Industrial. Esse revisionismo confronta a historiografia tradicional com um conjunto de novas questões, por exemplo, como a industrialização poderia ter ocorrido em bases capitalistas sem a existência prévia de uma demanda adequada para a produção? Para quem esses industriais iriam vender? (BARBOSA, 2010).

Conclui-se, portanto, que o aumento nos níveis de produção que marcaram a Revolução Industrial só seria possível se houvesse uma demanda suficiente. O fato é que o ser humano possui inúmeras necessidades, desde as mais básicas até as mais supérfluas, e a todo o momento ele está em busca de satisfazê-las e à medida que vai satisfazendo uma, outras vão surgindo.

Neste sentido, de acordo com Barbosa (2010), para os que defendem a anterioridade de uma Revolução do Consumo precedendo a Revolução Industrial ou as pessoas são, por definição, insaciáveis ou existe uma propensão natural ao consumo, que faz com que qualquer aumento de renda ou salário seja alocado sempre no consumo de mais bens e mercadorias. Essa propensão “natural a consumir” e a “insaciabilidade” residem em aspectos psicológicos do ser humano e em mudanças no modo de vida e mentalidade das pessoas ao longo do tempo. Assim sendo, pode-se considerar que a Revolução Industrial não criou as condições necessárias para o surgimento de uma sociedade de consumo, mas potencializou uma explosão do consumo.

“Compro, logo existo” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006 p. 53-54), eis a máxima da sociedade de consumo. De acordo com os autores supracitados, esta frase sugere que a atividade de comprar fornece às pessoas a comprovação básica de sua existência. Isso se explica pelo fato de que na sociedade em que vivemos os indivíduos consomem como forma

de se integrar socialmente. É uma sociedade em que o “ser” foi substituído pelo “ter”. O ato de comprar e ostentar se traduziu em forma de personalização do indivíduo perante a sociedade, refletindo a maneira de como este gostaria de ser percebido por ele mesmo e pelos demais (COLOMBO; FAVOTO; CARMO, 2008).

Além de ostentatório, o consumo passa a ser experimental e fundamentado na emoção. Construímos uma sociedade onde não é preciso apenas comprar para existir, mas é preciso consumir para ser feliz (FAVA, 2011). O consumo passou a ser regido pelos sentimentos, pela certeza de que ao adquirimos determinados produtos ou serviços seremos mais felizes e satisfeitos. De acordo com Baudrillard (1995), a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo.

Conforme Bueno (2008), o consumo é considerado, por alguns economistas, como a “mola propulsora” da economia mundial, visto que consumir gera demanda que por sua vez gera uma maior produção por parte das indústrias, estimulando o surgimento de novos empregos, o aumento de salários e, até mesmo, investimentos em novas tecnologias para aprimorar a produção, o que significa mais trabalhadores, com melhores salários, que são levados a consumir, formando um ciclo que mantém a economia aquecida e contribui para o desenvolvimento dos países.

Entretanto, a importância conferida ao ato de consumir na cultura contemporânea e os atuais padrões e elevados níveis de consumo geraram sérias consequências para a sociedade e para o meio ambiente. De acordo com o Badue *et. al* (2012), nunca se consumiu tanto e de forma tão desequilibrada em relação à capacidade de suporte e de regeneração dos recursos naturais, bem como em relação à busca por justiça social nas relações de trabalho e na distribuição de riquezas.

Desse modo, uma das principais preocupações sobre os atuais padrões e níveis de consumo reside nos impactos ambientais que estes geram. O fato é que o mundo passou por inúmeras transformações e a natureza sempre foi utilizada como recurso nesse processo, porém sem prever os danos que isso poderia ocasionar nas condições de equilíbrio do meio ambiente e sobrevivência das gerações (GIACOMINI FILHO, 2008).

Atualmente, entretanto, os danos começaram a dar sinais e promover a preocupação em nível mundial de que algo deve ser feito para que haja equilíbrio entre o consumo e a capacidade da natureza de prover os recursos necessários para satisfazer as “necessidades” humanas. Portanto, é necessário que a sociedade se conscientize da importância de se promover um desenvolvimento sustentável, para que as relações humanas e o meio

ambiente sejam preservados e as gerações futuras herdem uma possibilidade de vida integral.

Neste sentido, para uma melhor compreensão da necessidade emergente de se promover mudanças nos atuais padrões de consumo em busca do desenvolvimento sustentável da sociedade, a seção seguinte abordará sobre as relações de interação entre o homem e a natureza e as inúmeras mudanças que ocorreram ao longo do tempo que resultaram em impactos negativos ao meio ambiente.

2.2 Contemporaneidades das Questões Ambientais e o Desenvolvimento Sustentável

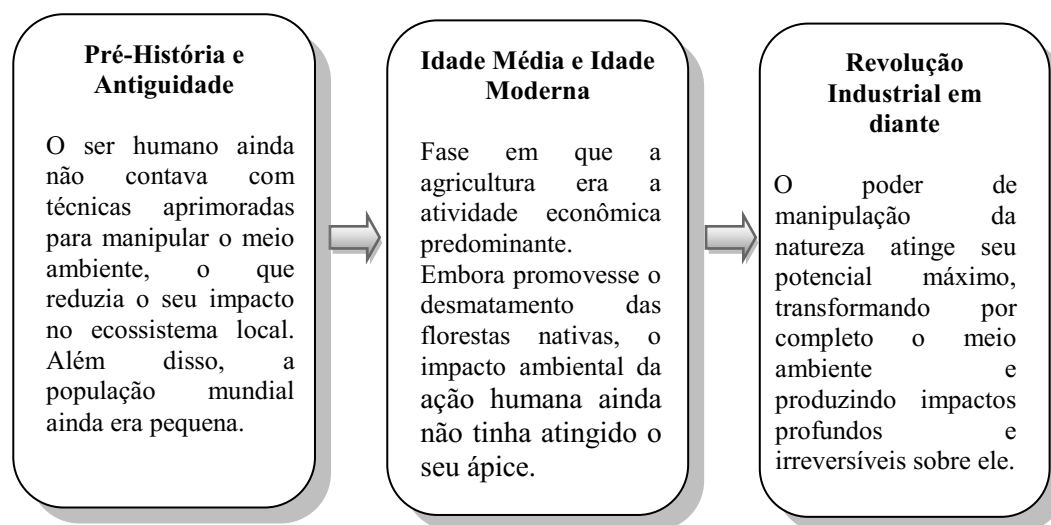
Conforme abordado anteriormente, a moderna sociedade capitalista é caracterizada pelo produtivismo e pelo consumismo. Porém, o aumento nos níveis de produção e consumo da sociedade vem promovendo a degradação do meio ambiente de forma preocupante.

A Revolução Industrial pode ser considerada um divisor de águas no modo como o homem enxergava o meio ambiente. Além das transformações socioeconômicas, esta também intensificou os problemas ambientais, acelerando o ritmo de extração dos recursos naturais. Associada ao capitalismo, que se tornou o sistema econômico vigente da época, avivou na sociedade uma visão antropocêntrica do mundo, visão esta em que o homem é considerado o centro de todas as relações, associada à ideia de que o desenvolvimento econômico deve ser alcançado a qualquer custo.

Assim, quando se trata da interação entre o homem e o meio ambiente, o ser humano sente-se autorizado a dominar a natureza e dela fazer proveito como se a sua existência fosse, exclusivamente, para satisfazer as necessidades humanas, muitas vezes orientadas por interesses supérfluos. Infelizmente, há uma visão utilitarista do meio ambiente como se o ser humano tivesse o direito ilimitado de explorar os recursos naturais em prol do seu desenvolvimento (PEARSON EDUCATION DO BRASIL, 2011).

É inegável que a existência humana sempre dependeu da natureza como um todo para sobreviver. Entretanto, as evidências históricas deixam claro que com o passar do tempo e com o aumento da intensidade da exploração do meio ambiente como recurso para atender aos interesses da relação produção/consumo, os impactos ao meio ambiente foram se agravando, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – Evolução do impacto humano sobre o meio ambiente



Fonte: Pearson Education do Brasil (2011).

Segundo Giacomini Filho (2008), nas sociedades capitalistas, onde os indivíduos consomem cada vez mais, as necessidades são inúmeras e a cada dia se renovam, de modo que o planeta vem mostrando sinais de que não está suportando as ações incontrolláveis do homem. Os principais problemas identificados são a perda de solos férteis pela erosão e pela desertificação, o desmatamento, o aquecimento da atmosfera e as mudanças climáticas, a poluição, o acúmulo crescente de lixo e resíduos industriais, a contaminação dos recursos hídricos, o contínuo desaparecimento de espécies da fauna e da flora, entre outros. Tais problemas atingem a humanidade de diferentes formas e intensidades.

Como ressalta Locatelli (2000), ao contrário dos anseios e necessidades do ser humano, que podem ser consideradas como ilimitados, os recursos naturais disponíveis não o são. Se no passado os recursos naturais eram vistos como infinitos e sua exploração era sinônimo de progresso, hoje é de amplo conhecimento que é impossível pensar em progresso se não houver os cuidados necessários com o meio ambiente (SILVA; MELO, 2008).

Vale salientar que todas as sociedades causam algum tipo de degradação ambiental, não importando sua condição socioeconômica, bem como o local onde se situam, ou seja, no meio urbano ou no meio rural a degradação existe de acordo com a forma e a intensidade das atividades realizadas (MENEGUZZO; CHAICOUSKI; MENEGUZZO, 2009).

Neste contexto, não restam dúvidas de que, ao longo do século XVIII até os dias de hoje, o Planeta, com recursos naturais vastos, porém finitos, vem sofrendo uma degradação ambiental violenta e contínua e o modelo capitalista de produção e consumo que impera na sociedade é, nitidamente, insustentável. Portanto, é fundamental compreender a emergência

do discurso no cenário mundial em busca de um modelo de desenvolvimento sustentável para a sociedade.

2.2.1 Origem, Conceito e Evolução da Proposta de Desenvolvimento Sustentável

Diante dos inúmeros impactos ambientais gerados e intensificados pelo aumento nos níveis de produção e consumo da sociedade ao longo do tempo, passou-se a discutir no mapa político internacional possibilidades de reverter o quadro ambiental para manter condições de sobrevivência entre as gerações.

As primeiras discussões sobre os limites do crescimento econômico levando em consideração o uso crescente dos recursos naturais ocorreram em 1968 quando se constituiu o Clube de Roma, uma organização civil internacional que reunia cientistas, industriais e políticos. O relatório do Clube de Roma apontava que se o aumento da população e da utilização de recursos naturais continuasse em grande proporção a Terra entraria em colapso e, conseqüentemente, a vida dos animais do planeta, incluindo o ser humano. Os estudos do Clube de Roma repercutiram mundialmente, levando a comunidade internacional a se organizar para evitar esse possível colapso (OLIVEIRA, 2008).

Neste sentido, a Organização das Nações Unidas (ONU) decidiu discutir essas questões de forma institucionalizada e organizou sua primeira conferência para debater os problemas ambientais gerais, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, em 1972. A partir desta conferência, tiveram início os debates internacionais sobre a necessidade de pensar em alternativas de desenvolvimento que fossem capazes de equilibrar o crescimento econômico e a preservação do meio ambiente, além de promover a equidade social.

Neste contexto, entra em cena uma nova perspectiva: a do desenvolvimento sustentável, que não se limita apenas a buscar o crescimento econômico para as nações. Esse novo termo – desenvolvimento sustentável – é uma forma de abranger a análise das dimensões social, econômica e ambiental do desenvolvimento e tentar explicar de forma satisfatória o fenômeno de geração de riqueza e bem-estar humano sem desrespeitar o meio ambiente (NEVES; KLEINMAYE; TOCACH, 2007).

O conceito de desenvolvimento sustentável foi oficializado em 1987 como resultado da Assembleia Geral das Nações Unidas, ao ser publicado no relatório *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), que ficou conhecido como Relatório *Brundtland*, devido ao fato do encontro ter sido presidido por Gro Harlem Brundtland. Este relatório traduziu preocupações

com o meio ambiente que já se instalavam na sociedade da época e propôs integrar o desenvolvimento econômico à questão ambiental e, assim, foi expresso pela primeira vez o conceito de desenvolvimento sustentável utilizado até os dias de hoje e definido como aquele que “atende às necessidades das gerações presentes sem comprometer a habilidade das gerações futuras de suprirem suas próprias necessidades.” (NOSSO FUTURO COMUM, 1991).

Como prosseguimento das discussões sobre a busca por meios de efetivar as mudanças necessárias para se promover o desenvolvimento sustentável no cenário mundial, foi realizada no Rio de Janeiro, em 1992, a Conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio-92, onde o conceito de desenvolvimento sustentável foi consolidado. Dentre os inúmeros documentos produzidos nesta conferência, a Agenda 21 foi o mais abrangente e selou um compromisso entre as nações participantes. Cada país participante se comprometeu a definir sua própria Agenda, fixando prioridades, envolvendo a sociedade e o governo, promovendo parcerias. O maior objetivo era alcançar meios de implementação capazes de reverter os processos de insustentabilidade em curso, no modelo de desenvolvimento em vigor no mundo (COSTA, 2011).

Para marcar os dez anos da Rio-92, analisar os resultados até então alcançados e indicar o caminho a ser seguido para a implementação dos acordos firmados entre os países, foi realizada em 2002, na África do Sul, a Conferência da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, conhecida como a Rio+10. Esta conferência reafirmou metas relativas à promoção da saúde, à erradicação da pobreza, à expansão dos serviços de água e saneamento, à defesa da biodiversidade, à destinação dos resíduos tóxicos e não tóxicos, à responsabilidade ambiental das empresas, entre outros (CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2012).

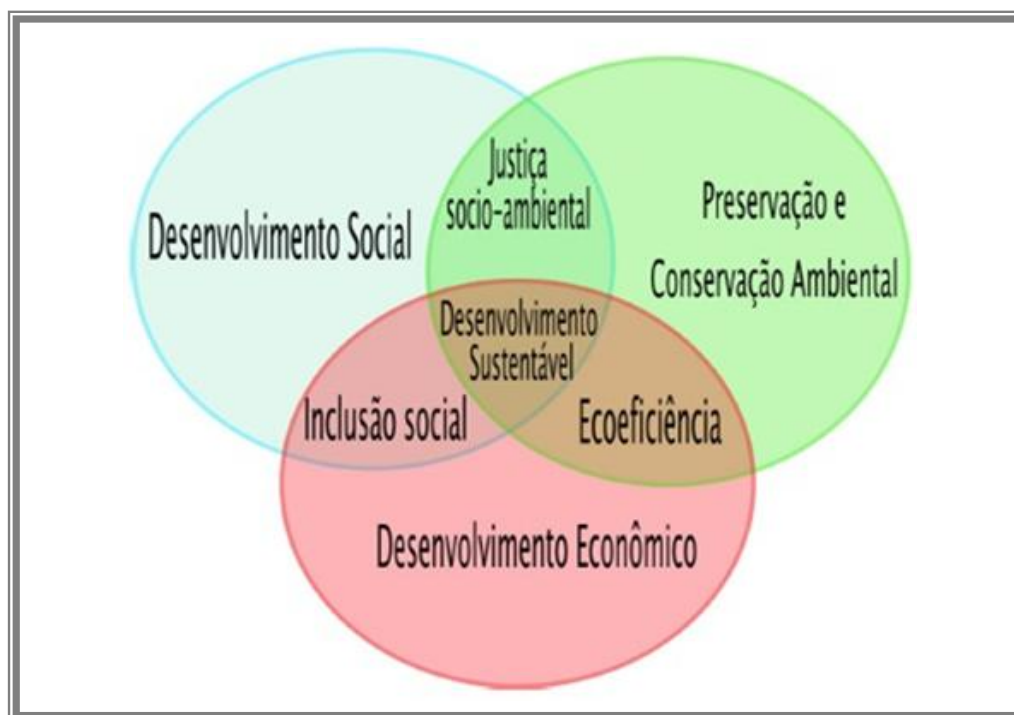
Em junho de 2012, no Rio de Janeiro, foi realizada a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, que além de refletir sobre as ações adotadas desde 1992 estabeleceu as principais diretrizes para orientar o desenvolvimento sustentável pelos próximos vinte anos. A Resolução 64/236, de 2009, da Assembleia Geral das Nações Unidas definiu como objetivo desta conferência a renovação do compromisso político internacional com o desenvolvimento sustentável, através da avaliação das ações implementadas e da discussão de desafios novos e emergentes.

Neste contexto, observa-se que a sociedade vem despertando para a necessidade de se repensar a relação Homem/Natureza e os seres humanos se mostram, a cada dia, mais preocupados com o futuro do meio ambiente. Entende-se que a natureza não pode mais ser

vista somente sob o aspecto econômico, como um objeto à disposição do ser humano, mas como um todo integrado e interdependente, indispensável para a continuidade da vida na Terra (GOMES, 2006).

Segundo Guerra (2006), a proteção ao meio ambiente ganhou amplitude mundial e passou a ser devidamente reconhecida a partir do momento em que a degradação ambiental atingiu índices alarmantes e tomou-se consciência de que a preservação de um ambiente sadio está intimamente ligada à preservação da própria espécie humana. A preservação da nossa espécie depende de uma mudança radical inserida na proposta de “desenvolvimento sustentável” que se apoia no tripé de equilíbrio ambiental, equidade social e crescimento econômico (Figura 2).

Figura 2 – Parâmetros para se alcançar o desenvolvimento sustentável



Fonte: Barbosa (2008).

O desenvolvimento sustentável apresenta-se como um projeto que visa erradicar a pobreza, satisfazer as necessidades básicas do ser humano, melhorar a qualidade de vida da população e promover a preservação e conservação ambiental (MENEGUZZO; CHAICOUSKI; MENEGUZZO, 2009) sem esquecer o crescimento econômico. E essa busca por um desenvolvimento que seja, de fato, sustentável requer processos de produção e consumo coerentes e racionais.

Dessa forma, o cidadão, o governo e as empresas possuem um papel fundamental

nesse processo que busca implantar um modelo de desenvolvimento sustentável na sociedade e o grande desafio é sensibilizar e fazer com que todos sejam alertados sobre as consequências de seus atos. Para tanto, a sociedade precisa se envolver nesta causa e todos devem trabalhar juntos para a construção de um mundo mais sustentável (Quadro 1).

Quadro 1 – Juntos pelo desenvolvimento sustentável

JUNTOS PELO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	
CONSUMIDOR	<ul style="list-style-type: none"> • Deve buscar informações sobre os impactos dos seus hábitos de consumo e agir como cidadão consciente de sua responsabilidade em relação às outras pessoas e ao meio ambiente; • Deve cobrar constantemente uma postura ética e responsável de empresas, governos e de outros consumidores.
PODER PÚBLICO	<ul style="list-style-type: none"> • Vontade política para implementar políticas públicas e programas de educação ambiental e de incentivo à produção e consumo sustentáveis; • Deve fiscalizar o cumprimento das leis ambientais.
EMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> • Devem agir de forma, social e ambientalmente, responsável em todas as suas atividades produtivas; • Adotar princípios e assumir práticas que vão além da legislação, contribuindo para a construção de uma sociedade sustentável.

Fonte: Consumers International, MMA e MEC/IDEC (2005).

Atualmente, as discussões sobre desenvolvimento sustentável estão centradas nos padrões e elevados níveis de produção e consumo da sociedade moderna. Entretanto, o aumento populacional e os processos de industrialização foram, a princípio, considerados detentores da culpa dos problemas ambientais identificados na sociedade.

De acordo com Portilho (2005), até a década de 1970 a crise ambiental era atribuída ao crescimento demográfico, principalmente nos países em desenvolvimento, o que provocaria uma grande pressão humana sobre os recursos naturais. Porém, com a realização da Conferência de Estocolmo, em 1972, os países em desenvolvimento tornaram explícito o argumento de que os principais causadores da degradação ambiental eram os países industrializados devido aos seus modos de produção altamente poluidores que exigiam um gasto excessivo dos recursos naturais.

Apenas a partir da realização da Rio-92, foi que tiveram início os debates acerca da

relação entre estilo de vida e práticas de consumo e problemas ambientais globais. A preocupação que antes estava centrada nos problemas ambientais relacionados à produção volta-se para uma preocupação com os problemas ambientais relacionados ao consumo (PORTILHO, 2005). Nesta perspectiva, emergiu a necessidade de intervir nos atuais padrões e níveis de consumo que passaram a ser considerados insustentáveis, surgindo o conceito de consumo sustentável, o qual será discutido a seguir.

2.3 Consumo Sustentável

É cada vez mais evidente a necessidade de modelos sustentáveis de desenvolvimento, revendo os padrões e níveis de consumo para que haja a conciliação entre o desenvolvimento econômico necessário à sociedade e a preservação do meio ambiente. De acordo com o autor citado abaixo, tem-se que:

O modelo de progresso difundido atualmente, que estimula um consumo exagerado e que mercantiliza os recursos naturais é insustentável e precisa ser revisto. Esse modelo de desenvolvimento excessivamente consumista é altamente impactante tanto do ponto de vista social como ambiental. É por isso que a grande questão que se coloca hoje em dia é a busca de um novo modelo de desenvolvimento e de consumo que não cause tantos impactos no meio ambiente, que seja ecologicamente sustentável e que promova uma melhor distribuição da riqueza no mundo. (SPÍNOLA, 2001, p. 213).

Barbosa e Campbell (2006, p. 7) destacam que “pode-se viver sem produzir, mas, não sem consumir” e, se não há vida sem consumo, o consumo implica, necessariamente, em diminuição ou esgotamento de recursos naturais necessários à produção. Cria-se um ciclo vicioso “consumo – produção – consumo”, isto é, consome-se matérias-primas, energia, entre outros recursos, para produzir aquilo que é necessário consumir. Portanto, o consumo assume a centralidade de todas as questões que norteiam a vida humana. Contudo, a forma, a intensidade e a importância conferida ao ato do consumo pela cultura contemporânea vêm gerando inúmeros impactos nocivos à sociedade e ao meio ambiente.

As decisões de consumo das pessoas e os seus estilos de vida causam impactos, direta ou indiretamente, ao meio ambiente, a equidade social e ao bem-estar individual e coletivo (OLIVEIRA; CÂNDIDO; GOMÉZ, 2011). Assim, surge a necessidade de uma reorientação das práticas de consumo da moderna sociedade capitalista na busca pelo desenvolvimento sustentável.

Destaca-se que não é possível afirmar que os indivíduos tenham conhecimento de todo tipo de impacto que as suas decisões de consumo são capazes de produzir. Muitas vezes, mesmo os consumidores mais preocupados com questões ligadas a sustentabilidade não

possuem esclarecimento suficiente sobre o tema para relacionar tais questões ao seu consumo diário (FABRÍCIO, 2012). Por outro lado, ao mesmo tempo em que os consumidores são um dos grandes responsáveis pela degradação ambiental atual eles são, também, corresponsáveis em mudar essa situação e é hora de resgatar os valores sociais que foram deixados de lado. A sociedade precisa levar em consideração que o ato de consumo deve ser visto também como um ato de cidadania, onde o consumidor pode escolher produtos e serviços que satisfaçam as suas necessidades sem causar danos aos outros indivíduos e ao meio ambiente (COSTA; TEODÓSIO, 2011).

Neste contexto o termo “consumo sustentável” se configura como uma das possibilidades de tratamento dos impactos do consumo. Segundo a Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU, ele é definido como o uso de serviços e produtos que respondem às necessidades básicas da população e proporcionam melhorias na qualidade de vida, ao mesmo tempo em que reduzem o uso dos recursos naturais e de materiais tóxicos, a produção de lixo e as emissões de poluição em todo o ciclo de vida, sem comprometer as necessidades das gerações futuras (CDS/ONU, 1995; COSTA; TEODÓSIO, 2011).

Deve-se ressaltar que quando se fala em consumo sustentável não quer dizer que se deve abandonar o consumo para preservar os recursos naturais, o que seria totalmente inviável na sociedade atual, mas diz respeito a mudanças nos padrões e níveis de consumo e produção para torná-los sustentáveis de acordo com os limites que a natureza impõe (PANAROTTO, 2008).

Compreendido o conceito de consumo sustentável e fazendo uma análise do estilo de vida da sociedade é cada vez mais evidente a necessidade de reorientação das práticas de consumo. É preciso que o consumo seja garantido, visto que é fundamental à sobrevivência de todos, porém é essencial que seus padrões e níveis se modifiquem a fim de minimizar os impactos ambientais do descarte e o uso exagerado dos recursos naturais (EDDINE *et al.*, 2008).

Ressalta-se que a proposta de consumo sustentável vai além das mudanças nas escolhas individuais de consumo e, portanto, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, tecnológicas, econômicas e institucionais para fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis. Apesar disso, não se pode deixar de enfatizar o papel dos consumidores no seu alcance (CONSUMERS INTERNATIONAL; MMA, 2005).

Portanto, sustentabilidade é a nova palavra de ordem para o século XXI. Não é mero modismo ou uma utopia inalcançável, mas uma necessidade para assegurar as condições necessárias para a existência de vida na terra. Desse modo, é necessária uma mudança de

postura na relação entre o homem e a natureza, o que inclui os consumidores em seus comportamentos de consumo, desencorajando tudo aquilo que é incompatível com um modo de vida sustentável.

Estabelecer formas de consumo de bens e serviços considerados essenciais para a sobrevivência sem que isso seja prejudicial, é um grande dilema enfrentado por aqueles que pretendem adquirir padrões e níveis de consumo influenciados por uma maior conscientização e a novas formas de perceber o meio ambiente, a sociedade, e o desenvolvimento econômico (FABRÍCIO, 2012). Para compreender onde as mudanças devem ser incorporadas nas práticas de consumo, abordam-se os aspectos teóricos sobre o comportamento do consumidor na seção seguinte.

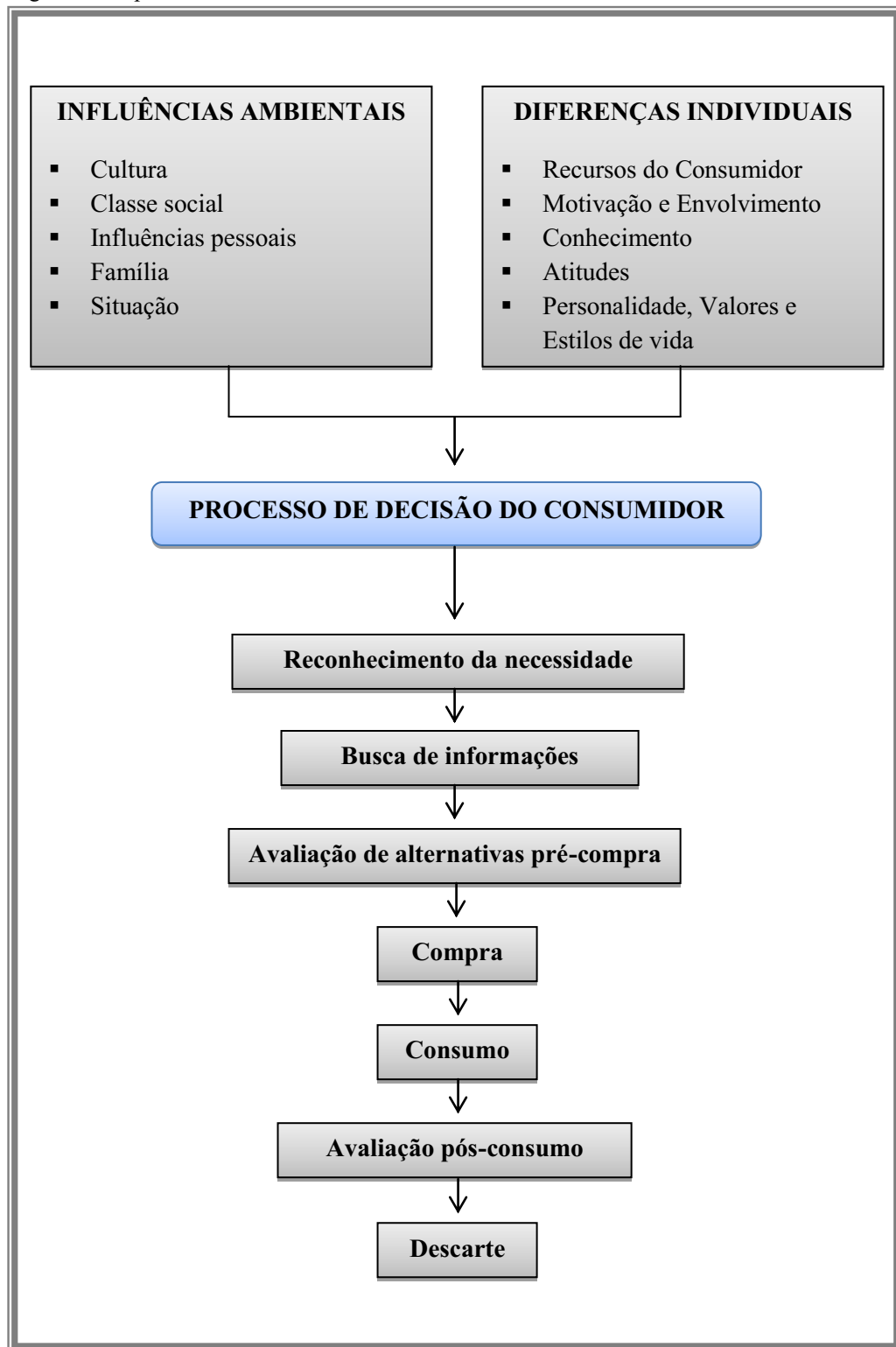
2.4 Comportamento do Consumidor

É comum se pensar que as decisões de consumo referem-se apenas à compra e ao uso de produtos e serviços. Porém, o ato de consumir corresponde a um processo de decisão mais amplo, pois vai desde o reconhecimento das necessidades do indivíduo até o descarte do produto ou serviço adquirido. Isso inclui decisões relativas à, por exemplo, o que as pessoas compram, por que compram, quando e onde compram, como avaliam o que compram, como se desfazem do que compram.

Corroborando, de acordo com Schiffman e Kanuk (2009, p. 1) a expressão comportamento do consumidor é definida como “o comportamento que os consumidores apresentam na procura, na compra, na utilização, na avaliação e na destinação dos produtos e serviços que eles esperam que atendam a suas necessidades.” Portanto, o estudo do comportamento do consumidor foca em como os indivíduos tomam decisões para utilizar seus recursos disponíveis como tempo, dinheiro e esforço, em itens relativos ao consumo.

O estudo sobre o comportamento do consumidor teve início na década de 60, mais precisamente em 1968, através da influência de escritores como Engel, Blackwell e Miniard que visavam identificar as variáveis que norteiam o consumidor (STEFANO; CAPOVAL NETO; GODOY, 2008). Assim, foi desenvolvido o modelo de Processo de decisão do consumidor (modelo PDC) que captura as atividades que ocorrem quando as decisões são tomadas de forma esquemática e aponta como diferentes forças internas e externas interagem e afetam a forma como os consumidores pensam, avaliam e agem (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005). Este modelo encontra-se na figura 3.

Figura 3 – O processo de decisão do consumidor



Fonte: Blackwell, Miniard e Engel (2005).

Como demonstra o modelo, os consumidores normalmente passam por sete estágios maiores de tomada de decisão (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005), como apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 – Estágios do comportamento do consumidor

ESTÁGIOS DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
Primeiro estágio – Reconhecimento da necessidade	<ul style="list-style-type: none"> O ponto de partida de qualquer decisão de compra é uma necessidade, um problema ou um desejo do consumidor;
Segundo estágio – Busca de informações	<ul style="list-style-type: none"> Uma vez que ocorre o reconhecimento da necessidade, os consumidores vão em busca de informações e soluções que satisfaçam as suas necessidades não atendidas;
Terceiro estágio – Avaliação de alternativas pré-compra	<ul style="list-style-type: none"> O consumidor avalia as alternativas identificadas durante o processo de busca. Geralmente fazem perguntas do tipo “Quais são as minhas opções?” e “Qual é a melhor entre elas?” quando comparam, contrastam e selecionam a partir de vários produtos ou serviços;
Quarto estágio – Compra	<ul style="list-style-type: none"> O consumidor decide pela compra de uma das alternativas analisadas;
Quinto estágio – Consumo	<ul style="list-style-type: none"> O consumo pode ocorrer tanto imediatamente quanto em um momento posterior. É nesta fase que a necessidade identificada no primeiro estágio será ou não satisfeita;
Sexto estágio – Avaliação pós-consumo	<ul style="list-style-type: none"> Os consumidores experimentam a sensação de satisfação ou insatisfação após o consumo do produto;
Sétimo estágio – Descarte	<ul style="list-style-type: none"> Depois de consumido o produto, este passa a ter pouca ou nenhuma importância, valor ou utilidade para o indivíduo. Assim, o consumidor tem diversas opções, incluindo descarte completo, reciclagem ou revenda.

Fonte: Blackwell, Miniard e Engel (2005).

Ainda nesta perspectiva, é importante considerar que o estudo do comportamento do consumidor não se limita apenas à compreensão do processo de decisão de compra, mas procura estudar as variáveis que podem influenciar nesse processo. Assim, as variáveis que afetam as atividades em cada um dos estágios são as diferenças individuais, que correspondem a características como raça, idade, sexo, valores, crenças e padrões de comportamento, e as influências ambientais, como a cultura, a classe social, os familiares, amigos e as situações diárias (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005).

Neste contexto, ao considerar que a sociedade atual é denominada “sociedade do consumo”, observa-se que estudar o comportamento do consumidor torna-se importante para compreender este fenômeno. Primeiro, porque as organizações precisam entender os seus consumidores para oferecer produtos e/ou serviços que os satisfaçam. Segundo, porque entender o comportamento dos consumidores faz com que cada pessoa passe a ter uma visão mais crítica sobre tudo o que diz respeito às suas decisões e ações individuais de consumo,

ajudando-as a agir e comprar de forma mais sensata e consciente, evitando gastos desnecessários e minimizando os impactos nocivos ao meio ambiente (BREI, 2010).

No que se refere às questões ambientais que envolvem o comportamento dos consumidores, foram desenvolvidas algumas metodologias que buscam identificar a sustentabilidade dos comportamentos de consumo. Uma destas é o Índice de Consumo Sustentável – Greendex, apresentado a seguir, cujas áreas e variáveis constituíram a base deste estudo.

2.5 Índice de Consumo Sustentável – Greendex

O Greendex foi desenvolvido pela *National Geographic Society* em parceria com a *GlobeScan*. Inicialmente se busca identificar a preocupação dos participantes com relação à sustentabilidade, a partir de variáveis que tratam de suas atitudes e crenças, que são apresentadas no Quadro 3.

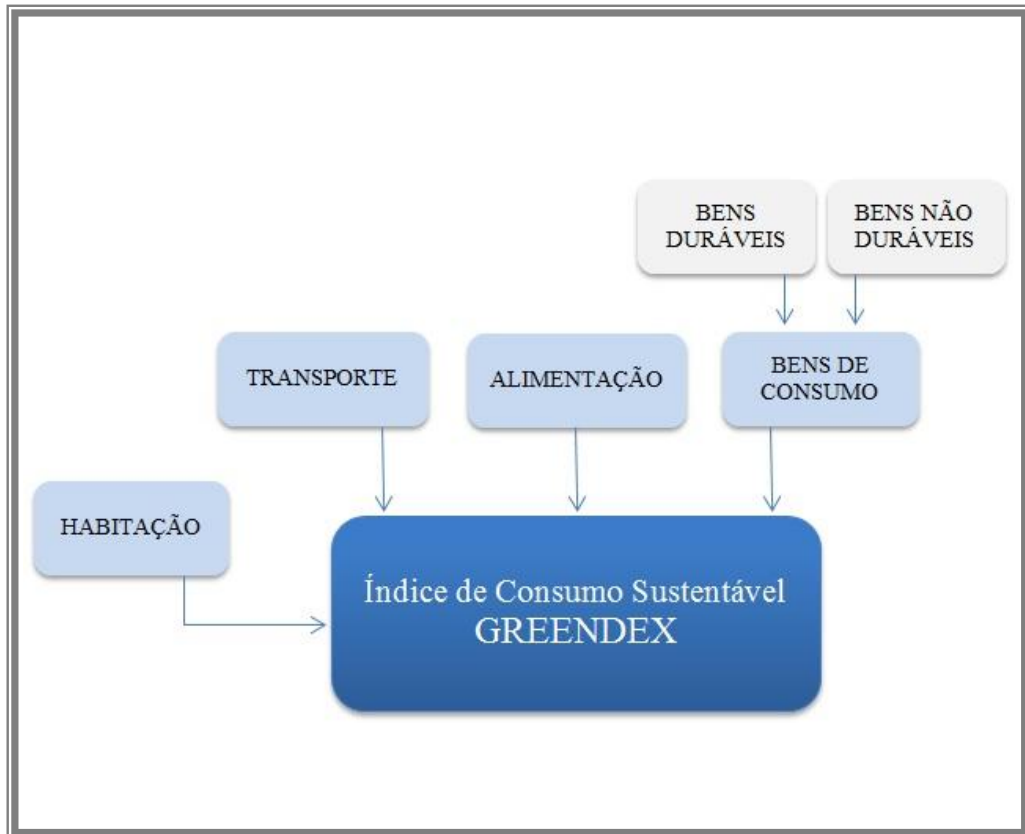
Quadro 3 – Variáveis relacionadas a atitudes e crenças

VARIÁVEIS RELACIONADAS A ATITUDES E CRENÇAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estilo de vida pessoal; ▪ Preocupação com os problemas ambientais; ▪ Exagero nas discussões sobre as questões ambientais; ▪ Impacto dos problemas ambientais sobre a saúde; ▪ Sentimento de culpa em relação aos problemas ambientais; ▪ Ações adotadas pelo governo acerca das questões ambientais; ▪ O aquecimento global e seus impactos sobre a vida; ▪ Estilo de vida amigo do meio ambiente; ▪ Incentivo das pessoas para um comportamento mais sustentável; ▪ Mudanças de comportamento na sociedade; ▪ O movimento ambiental; ▪ Ações implementadas por empresas e indústrias frente às questões ambientais; ▪ O incentivo da mídia e da publicidade em direção ao consumo sustentável; ▪ Padrão de vida dos países; ▪ Disposição para pagar mais por um produto sustentável; ▪ Ações pessoais que visam reduzir os impactos ambientais; ▪ Atenção acerca dos problemas ambientais atuais.

Fonte: Greendex (2012).

Em seguida, busca-se verificar a sustentabilidade dos comportamentos de consumo nas regiões pesquisadas, considerando quatro grandes áreas: habitação, transporte, alimentação e bens de consumo, como demonstrado na Figura 4.

Figura 4 – Composição do Greendex



Fonte: Greendex (2012).

Em cada uma dessas áreas são analisadas variáveis, conforme o Quadro 4, que identificam os hábitos de consumo dos participantes. Essas variáveis foram desenvolvidas baseadas em uma pesquisa qualitativa com especialistas da área, abordando o que eles acreditam que são ações importantes para os consumidores, em termos de consumo sustentável.

Quadro 4 – Variáveis analisadas no estudo Greendex

VARIÁVEIS ANALISADAS NO ESTUDO GREENDEX	
ÁREA HABITAÇÃO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aquecimento e refrigeração da casa, incluindo a fonte de energia; ▪ Equipamentos de aquecimento de água; ▪ Os melhoramentos recentes da residência que resultam no aquecimento ou resfriamento mais eficiente; ▪ Consumo de energia renovável (tanto através da rede local e gerado); ▪ Eficiência de uso de energia dos principais aparelhos existentes na casa; ▪ O uso de água; 	

(Continua)

(Continuação)

ÁREA TRANSPORTE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Condução de veículos; ▪ A propriedade de veículos motorizados; ▪ As viagens aéreas; ▪ Andar de bicicleta; ▪ Caminhar; ▪ Uso de transportes públicos ▪ Local de residência em relação ao destino principal;
ÁREA ALIMENTAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentos produzidos localmente; ▪ Alimentos cultivados ou criados por si mesmo; ▪ Frutas e vegetais; Carne; Frango; Frutos do Mar; ▪ A água engarrafada; ▪ Os alimentos orgânicos não foram incluídos neste sub-índice devido à alta variabilidade a definição e compreensão do "orgânico" de país para país;
ÁREA BENS DE CONSUMO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aquisição e/ou rejeição de determinados produtos por razões ambientais; ▪ Evitar excesso de embalagens; ▪ Preferência por bens de consumo reutilizáveis em relação aos produtos descartáveis; ▪ Preferência a itens usados ao invés de novos itens; ▪ Preferência para reparar ao invés de comprar um substituto; ▪ Custo extra dos produtos ambientalmente corretos; ▪ Uso de sacolas próprias em lojas/mercado; ▪ Reciclagem; ▪ Número de TVs e PCs por membro familiar; ▪ Número de geladeiras, máquinas de lavar louça e máquinas de lavar roupa por membro da família; ▪ Segundas casas, veículos de passeio, máquinas e outros pequenos motores.

Fonte: Greendex (2012).

No cálculo do escore total Greendex, as áreas investigadas são tratadas como sub-índices e são ponderadas da seguinte forma:

Quadro 5 – Cálculo do escore total Greendex

Habitação (30%) + Transporte (30%) + Alimentação (20%) + Bens de consumo (20%) sendo, bens duráveis (50%) e não-duráveis (50%) = Índice Greendex (100%)
--

Fonte: Greendex (2012).

As formas de comportamento que têm, obviamente, maiores custos ambientais e/ou benefícios são ponderadas mais fortemente, no caso o que diz respeito aos sub-índices habitação e transporte, visto que a habitação representa um dos itens essenciais da sustentabilidade, destacando-se como uma necessidade básica para a vida humana e os transportes, importantes para a vida cotidiana da sociedade, sendo responsáveis pelos

deslocamentos de pessoas e produtos até os seus destinos. Nesta perspectiva, para se chegar ao Índice total Greendex, são necessários os seguintes cálculos:

- Dentro de cada sub-índice cada respondente recebe uma pontuação em um *continuum* de $-x$ e $+y$, onde $-x$ representa o escore mínimo possível e $+y$ é a pontuação máxima possível;
- As pontuações dos respondentes são padronizadas entre os índices que devem ser expressos como uma pontuação de 0 a 1, que pode ser pensando como uma pontuação percentual;
- As pontuações percentuais dentro de cada índice individual são multiplicados pelos pesos de ponderação dos sub-índices que contribuem para a pontuação total do Greendex;
- As pontuações ponderadas (resultados) são, então, somados para criar uma pontuação de 0 (consumo insustentável) a 100 pontos (consumo sustentável). No entanto, cento não representa uma pontuação perfeita, pois não há definição de comportamento do consumidor perfeitamente sustentável. Cento representa apenas o número total de pontos Greendex disponível no algoritmo de indexação e questionário.

O Greendex vem sendo aplicado desde 2008, com a utilização de um questionário online, em 17 países, fazendo a comparação entre eles, quais sejam: Brasil, Argentina, México, Estados Unidos, Canadá, Espanha, França, Inglaterra, Alemanha, Suécia, Hungria, Rússia, Coréia do Sul, China, Índia, Japão e Austrália. A seleção dos países ocorreu de uma forma que garantisse capturar uma variedade de comportamentos e atitudes, em áreas geográficas distintas, com impactos ambientais e desenvolvimento econômico diferentes, para garantir a diferenciação entre eles.

Os resultados possibilitaram a atribuição de um índice Greendex à população de cada um dos países estudados, com notas em uma escala de 0 a 100 e, portanto, traz um panorama dos esforços pela sustentabilidade que estão sendo realizados nesses países, de acordo com o comportamento dos consumidores.

Esta metodologia foi adaptada para a realização deste estudo, utilizando como base de análises as suas áreas e variáveis como forma de descrever as práticas cotidianas de consumo dos investigados e as suas relações com a sustentabilidade.

Neste capítulo foram discutidos os aspectos teóricos relacionados à temática investigada a fim de subsidiar o desenvolvimento deste estudo, o que incluiu uma contextualização da sociedade de consumo e da contemporaneidade das questões ambientais e

do consumo como um dos eixos principais das discussões sobre o Desenvolvimento Sustentável, além das definições de consumo sustentável e comportamento do consumidor, bem como a apresentação do Greendex como uma metodologia que permite identificar o comportamento de consumo nas áreas de habitação, transporte, alimentação e bens de consumo. No próximo capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos necessários para a condução do estudo, seguidos da apresentação e análise dos resultados obtidos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No presente capítulo, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a realização desta pesquisa, a saber: definição da estratégia para a condução da pesquisa, os métodos de procedimentos, o universo e a amostra da pesquisa, o instrumento de coleta de dados, e a forma de tratamento e análise dos dados.

3.1 Estratégia para a Condução da Pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se como um levantamento, com abordagem quantitativa. Segundo Gil (2010, p. 35), “as pesquisas deste tipo envolvem a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.” Dessa forma, foi possível colher as informações sobre os consumidores estudados, a fim de investigar o comportamento dos mesmos frente às questões de sustentabilidade.

3.2 Métodos de Procedimentos

Quanto aos fins esta pesquisa se classifica como descritiva que, de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007), tem como finalidade observar, registrar, analisar e relacionar acontecimentos ou eventos sem manipulá-los, buscando entender com maior precisão a intensidade com que um acontecimento ocorre, bem como a sua afinidade com outros eventos.

Dessa forma, a finalidade principal deste estudo é descrever as práticas de consumo adotadas pelos consumidores pesquisados, em termos de habitação, transporte, alimentação e consumo de bens duráveis e não duráveis, a partir da perspectiva de consumo sustentável, que é satisfazer as necessidades básicas da população, proporcionando-lhes melhorias na qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se busca reduzir os impactos do ato de consumir para não comprometer as necessidades das gerações futuras.

3.3 Universo e Amostra da Pesquisa

Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 222), determinar o universo da pesquisa consiste em “especificar quais pessoas, fenômenos e objetos serão pesquisados, descrevendo suas

características em comum.” Assim, o universo desta pesquisa consiste na população residente na cidade de Campina Grande/PB que possui idade igual ou superior a 18 anos, por se enquadrarem como potenciais consumidores.

De acordo com os dados do Censo do IBGE (2010), considera-se que a população de Campina Grande com idade igual ou superior a 18 anos é de, aproximadamente, 272.000 pessoas. Portanto, considera-se que a população é infinita e para a determinação do tamanho da amostra utilizou-se o seguinte cálculo:

$$n = \frac{s^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Onde:

n = tamanho da amostra;

s² = nível de confiança escolhido, expresso em números de desvios-padrão;

p = percentual com o qual se verifica o fenômeno estudado;

e = erro máximo permitido;

Desse modo, os dados utilizados para o cálculo da amostra investigada são apresentados abaixo.

s = 1,96 (intervalo de confiança de 95% medido em números de desvios-padrão);

p = 70,8% (percentual da população de Campina Grande com idade igual ou superior a 18 anos);

q = 29,2% (100 – p → percentagem complementar);

e = 6%;

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 70,8 \cdot 29,2}{6^2}, n = 220,61$$

Portanto, utilizou-se nesta pesquisa uma amostra de 240 potenciais consumidores que residem na cidade de Campina Grande, a qual é considerada representativa para obtenção dos resultados necessários ao alcance do objetivo. Os pesquisados foram convidados a responder ao questionário utilizado na pesquisa e os únicos critérios definidos para que fosse possível participar do estudo eram que os investigados deveriam possuir idade igual ou superior a 18 anos e residirem na cidade de Campina Grande – PB. Dessa forma, além de representativa, a amostra utilizada foi probabilística, por acessibilidade.

3.4 Instrumento de Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário dividido em três partes. O questionário foi elaborado a partir das variáveis propostas pelo Greendex. Na primeira parte, buscou-se identificar o perfil de cada pesquisado. A segunda parte do questionário identifica as crenças e os valores dos respondentes em relação às questões ambientais, analisando a percepção destes quanto aos impactos gerados pelos hábitos de consumo e as ações que estão sendo implementadas para minimizá-los. E, na terceira parte, foram avaliados o consumo dos investigados nas áreas de habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis, considerados como práticas cotidianas de consumo.

No Greendex, todas as variáveis são avaliadas individualmente e no final é calculado o índice para medir a sustentabilidade do consumo, fazendo uma ponderação de cada área classificada como sub-índice. Como este estudo teve como objetivo apenas analisar o comportamento dos consumidores investigados nas áreas da metodologia, o índice final não foi calculado.

3.5 Tratamento e Análise dos Dados

Os dados obtidos na pesquisa foram tratados a partir do uso de estatística descritiva, cuja forma de análise dependia do tipo de variável. O quadro abaixo especifica o tipo de tratamento de cada variável.

Quadro 6 – Variáveis e suas formas de tratamento

VARIÁVEIS E SUAS FORMAS DE TRATAMENTO		
PARTE DO QUESTIONÁRIO	VARIÁVEL	TIPO DE TRATAMENTO
Perfil do entrevistado	Gênero	Frequência relativa
	Estado Civil	
	Escolaridade	
	Faixa Etária	
	Renda Individual	
	Número de pessoas por residência	

(Continua)

(Continuação)

Atitudes e Crenças	O estilo de vida pessoal	Média e Coeficiente de Variação
	Preocupação com os problemas ambientais	
	Culpa quanto aos impactos ambientais	
	O impacto dos problemas ambientais sobre a saúde	
	Estilo de vida amigo do meio ambiente	
	Exagero nas discussões ambientais	
	O movimento ambiental	
	Como sociedade precisamos consumir muito menos	
	As novas tecnologias acabarão com os problemas ambientais	
	O impacto que a sociedade causa ao meio ambiente	
	Incentivo das pessoas	
	Ações implementadas pelo governo para reduzir os impactos ambientais	
	O incentivo do governo para redução no consumo de água e energia	
	O aquecimento global	
	Adquirir um carro de luxo	
	Ações implementadas por empresas e indústrias quanto aos impactos ambientais	
	Ações implementadas pela indústria automobilística	
	O incentivo da mídia e da publicidade para redução os impactos	
	Padrão de vida nos países	
	Disposição para pagar mais por um produto que economiza energia	
Atenção às notícias sobre o meio ambiente		
Tentativa de redução dos impactos ambientais		
Área de Habitação	Uso de água corrente quente	Frequência relativa
	Aparelhos eletrônicos que economizam energia	
	Televisão, máquina de lavar/secar, máquina de lavar louça, refrigerador/freezer e fornos que economizam energia	
	Ar condicionado	
	Aquecedor elétrico, aquecedor de gás natural e aquecedor de energia solar para água corrente	

(Continua)

(Continuação)

Área de Habitação	Consumo doméstico de energia verde	Frequência relativa
	Mudanças na residência	
	Instalação de painéis solares	
	Resfriamento na configuração baixa	
	Uso da função água morna na máquina de lavar	
	Minimização no uso de água doce	
Área de Transporte	Viver perto dos destinos habituais	Média e Coeficiente de Variação
	Número de veículos automotores	Frequência relativa
	Condução pessoal de veículo automotor	
	Frequência com que vai caminhando ou de bicicleta aos destinos;	
	Frequência com que dirige sozinho o carro, utiliza transporte público, transporte aéreo	
Área de Alimentação	Consumo de produtos importados	Frequência relativa
	Consumo de produtos locais	
	Consumo de alimentos criados/cultivados pelo indivíduo	
	Consumo de carnes	
	Consumo de frango	
	Consumo de peixes ou frutos do mar	
	Consumo de frutas ou vegetais	
	Consumo de água engarrafada	
	Consumo de comidas pré-prontas/processadas/embaladas	
Área de bens de consumo duráveis e não duráveis	Consertar algo ao invés de substituir	Média e Coeficiente de Variação
	Comprar produtos usados ao invés de novos	
	Utilização de produtos descartáveis	
	Custo extra dos produtos ambientalmente sustentáveis	
	Produtos sustentáveis não funcionam bem	
	Reciclagem de material	Frequência relativa
	Frequência com que evitam e compram produtos ambientalmente corretos	
	Uso de sacolas próprias nas lojas/mercado	
	Número de refrigeradores, máquina de lavar roupas, máquina de lavar louça, TV's, comutador e segundos imóveis nas residências.	

Fonte: Adaptado de Greendex (2012).

As variáveis que foram analisadas a partir de frequência relativa buscavam comparar os eventos em relação ao espaço amostral ao qual eles pertenciam. Já as variáveis que foram analisadas a partir do uso da medida central (média ponderada) e de dispersão (coeficiente de variação) buscavam verificar o posicionamento da amostra investigada em medida escalar bem como verificar o nível de homogeneidade das respostas. Dessa forma, os dados foram considerados homogêneos quando apresentaram coeficiente de variação de até 40% e, no que diz respeito às médias, utilizou-se a seguinte escala:

- De 1 – 1,7: Discordo totalmente;
- De 1,8 – 2,5: Discordo;
- De 2,6 – 3,3: Neutro/Indeciso;
- De 3,4 – 4,1: Concordo;
- De 4,2 – 5: Concordo totalmente.

Posteriormente, foram criadas tabelas para a demonstração dos resultados obtidos, que serão apresentados no próximo capítulo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos durante a realização da pesquisa.

4.1 Perfil do Entrevistado

Para analisar os comportamentos relacionados à amostra investigada quanto ao consumo sustentável, foi necessário fazer um levantamento do perfil dos consumidores envolvidos na pesquisa, levando em consideração variáveis como: gênero, estado civil, escolaridade, faixa etária e renda individual, além do número de pessoas por residência.

Como se pode observar na Tabela 1, dos consumidores entrevistados 60,2% são mulheres. A faixa etária predominante é de 18 a 34 anos, correspondendo a 75,1% dos respondentes, bem como 61% da amostra é composta por solteiros. Quanto à escolaridade, 41,5% possui o ensino superior incompleto, seguido por 21,6% com superior completo e 13,3% possuem pós-graduação. No que se refere à renda individual, 65,6% responderam ser de até três salários mínimos.

Tabela 1 – Perfil dos entrevistados

Gênero	Masculino	39,8%
	Feminino	60,2%
Estado Civil	Solteiro	61%
	Casado	32,4%
	Divorciado	3,7%
	Outro	2,5%
	Não responderam	0,4%
Escolaridade	Ensino Fundamental	2,9%
	Ensino Médio	19,9%
	Superior Incompleto	41,5%
	Superior Completo	21,6%
	Pós-graduação	13,3%
	Não responderam	0,8%
Faixa Etária	18 a 34 anos	75,1%
	35 a 55 anos	14,4%
	Acima de 55 anos	7,5%
Renda Individual	Até 3 salários mínimos	65,6%
	De 3 a 10 salários mínimos	22,4%
	De 10 a 15 salários mínimos	3,7%
	Acima de 15 salários mínimos	1,7%
	Não responderam	6,6%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Ainda sobre o perfil dos entrevistados, conforme apresentado na Tabela 2 abaixo, tem-se que 56,5% da amostra possuem famílias com três a cinco membros residentes.

Tabela 2 – Números de pessoas por residência

Número de pessoas	1	2	3	4	5	6	7	8	11	Não responderam
	1,2%	14,1%	21,2%	18,7%	16,6%	6,6%	0,4%	0,4%	0,4%	20,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Os dados apresentados demonstram que a maior parte da amostra investigada é formada por jovens, de classe C e que possuem capacidade de compra com base na renda individual, o que os qualifica como potenciais consumidores da cidade de Campina Grande – PB.

4.2 Atitudes e Crenças

A pesquisa buscou identificar as atitudes e crenças dos respondentes no que diz respeito aos seus hábitos de consumo frente às questões de sustentabilidade, para analisar qual o nível de consciência dos investigados em relação às questões ambientais e a percepção destes quanto aos impactos que os atos de consumo geram e as ações que estão sendo implementadas para minimizá-los, como mostra a tabela 3.

Tabela 3 – Atitudes e crenças

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
O meu estilo de vida é prejudicial ao meio ambiente	2,69	1,14	0,42
Estou muito preocupado com os problemas ambientais	3,88	0,87	0,22
Eu me sinto culpado sobre o impacto que causo no meio ambiente	3,04	1,05	0,34
Os problemas ambientais atuais causam um impacto negativo sobre a minha saúde	4	0,84	0,21
Um estilo de vida amigo do meio ambiente é bom para a saúde	4,51	0,75	0,16
Há um exagero nas discussões atuais sobre a gravidade dos problemas ambientais	2,1	1,13	0,53
O movimento ambiental é uma moda passageira	1,95	0,84	0,43
Como sociedade, precisamos consumir muito menos para melhorar o ambiente para as gerações futuras	3,61	1,05	0,29
As novas tecnologias acabarão com os problemas ambientais, exigindo poucas mudanças no comportamento humano	2,12	1,01	0,47

(Continua)

(Continuação)

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
O impacto que a sociedade causa ao meio ambiente é tão grave que é muito pouco o que os indivíduos podem fazer	3,04	1,2	0,39
As pessoas que eu conheço me incentivam a me tornar ambientalmente mais responsável através das suas palavras e ações	2,9	1,06	0,36
O governo está implementando ações que visam minimizar os impactos negativos causados ao meio ambiente	2,73	0,99	0,36
O governo incentiva os consumidores a economizar água e energia	2,85	1,16	0,40
O aquecimento global vai piorar a maneira de viver a minha vida	4,12	0,93	0,22
Possuir um carro de luxo é uma meta muito importante na minha vida	2,18	1,14	0,52
Empresas e indústrias do país estão trabalhando para garantir um ambiente limpo	2,47	1,01	0,40
A indústria automobilística, em meu país, está trabalhando para ser ambientalmente responsável	2,51	1,01	0,40
A mídia e a publicidade nos incentiva a consumir de forma ambientalmente irresponsável	3,06	1,14	0,37
As pessoas de todos os países devem ter o mesmo padrão de vida dos países mais ricos	2,98	1,17	0,39
Estou disposto a pagar mais por um produto que economiza energia se ele vai me poupar dinheiro ao longo do seu ciclo de vida, devido aos custos de energia mais baixos	4,09	0,94	0,22
Atualmente, estou dando mais atenção às notícias sobre o meio ambiente	3,64	0,99	0,27
Atualmente, estou tentando reduzir fortemente o impacto negativo que causo sobre o meio ambiente	3,5	0,88	0,25

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Atualmente, os inúmeros impactos ambientais estão sendo associados aos hábitos de consumo da população e é cada vez mais evidente a urgência de se promover mudanças nesses hábitos para que haja a conscientização da sociedade na busca por padrões de consumo sustentáveis.

Neste sentido, quando indagados se o estilo de vida pessoal que possuem é prejudicial ao meio ambiente, com uma média de 2,69, os respondentes apresentam-se indecisos/neutros. Isso implica dizer que, de certa forma, ainda é baixo o nível de consciência das pessoas em relação a sua forma de consumir e ao impacto que suas escolhas e decisões de consumo individuais causam ao meio ambiente, visto que são inúmeros os problemas ambientais associados aos hábitos de consumo da sociedade. Entretanto, alcançou-se um coeficiente de variação de 42% que indica dispersão das respostas apresentadas.

Com uma média de 3,88 e um coeficiente de variação de 22%, indicando

homogeneidade nas respostas, os pesquisados se mostram preocupados com os problemas ambientais atuais. Quanto a se sentir culpado por tais problemas, a média apresentada de 3,04 aponta para uma indecisão/neutralidade dos respondentes e o coeficiente de variação de 34% permite considerar a homogeneidade dos dados.

Por outro lado, os entrevistados reconhecem os impactos negativos desses problemas em sua saúde, apresentando média de 4 e um baixo coeficiente de variação de 21%. Ainda, com uma média de 4,51 concordam que um estilo de vida amigo do meio ambiente é bom para a sua saúde. O coeficiente de variação de 16% aponta homogeneidade dos dados.

Quanto às discussões acerca dos problemas ambientais, a média de 2,1 aponta que os pesquisados discordam que há exagero nas discussões atuais sobre a gravidade de tais problemas, mas o coeficiente de variação de 53% mostra que há uma alta dispersão das respostas em torno da média e, portanto, os dados não são homogêneos. Ainda, com uma média de 1,95, eles também discordam que o movimento ambiental é moda passageira, entretanto o coeficiente de variação de 43% também mostra dispersão das respostas.

Ainda nesta perspectiva, com uma média de 3,61 e um coeficiente de variação de 29%, indicando homogeneidade nas respostas, observa-se que os respondentes concordam que como sociedade precisamos consumir muito menos para melhorar o ambiente para as gerações futuras. Corroborando, com uma média de 2,12, discordam quando questionados se as novas tecnologias acabarão com os problemas ambientais, exigindo poucas mudanças no comportamento humano. Portanto, observa-se que os pesquisados, de certa forma, entendem a necessidade de mudanças no comportamento dos indivíduos quanto às suas práticas de consumo, de forma que sejam escolhidos produtos e serviços que satisfaçam as suas necessidades, sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas.

Os dados da questão anterior podem ser corroborados quando os respondentes se mostram indecisos/neutros quanto à afirmação “o impacto que a sociedade causa ao meio ambiente é tão grave que é muito pouco o que os indivíduos podem fazer”, por meio de uma média de 3,04, e o coeficiente de variação de 39%, o que indica certo nível de homogeneidade das respostas. Estes dados apontam que os respondentes não reconhecem que os indivíduos não podem agir em busca de minimizar os impactos ambientais. Por isso, entende-se que os mesmos devem desenvolver ações em direção ao consumo sustentável.

Quanto ao incentivo das pessoas através de palavras e ações no seu convívio pessoal para se tornarem ambientalmente mais responsáveis, alcançou-se uma média de 2,9 e um coeficiente de variação igual a 36%, indicando homogeneidade nas respostas. A média encontrada revela que os pesquisados se mostram indecisos/neutros quanto a influência por

ações ou palavras da coletividade em direção ao consumo sustentável. Essa é uma variável que preocupa, pois cabe aos indivíduos como cidadãos se conscientizarem da importância de se tornarem consumidores ambientalmente responsáveis de forma a influenciar aos demais em seu entorno, pois cada indivíduo é um elemento chave no processo de transformação social.

Ainda, é importante ressaltar que existem as ações do Governo, das empresas e indústrias nesse processo de transformação. O Governo deve implementar políticas públicas e programas de educação ambiental e de incentivo à produção e consumo sustentáveis, enquanto que as empresas e indústrias devem agir de forma, social e ambientalmente, responsáveis em todas as suas atividades produtivas.

Nesta perspectiva, observou-se que quando indagados se o Governo está implementando ações que visam minimizar os impactos negativos causados ao meio ambiente e se incentiva os consumidores a economizar água e energia, os respondentes, com médias, respectivamente, iguais a 2,73 e 2,85, apresentam-se indecisos/neutros. Alcançou-se coeficientes de variação de, respectivamente, 36% e 40%, permitindo considerar a homogeneidade dos dados. Deste modo, pode-se inferir que se faz necessária uma maior atenção por parte do Governo para as questões ambientais e uma maior interação com a sociedade. Ou seja, este deve implementar ações educativas de consumo sustentável, principalmente nos quesitos água e energia, e deve torná-las de conhecimento público para que juntamente com a sociedade trabalhem em prol de um desenvolvimento sustentável.

Quanto às empresas e indústrias, com uma média de 2,47, observa-se que os respondentes não têm a crença de que estas estão desenvolvendo comportamentos ambientalmente sustentáveis para garantir um ambiente mais limpo. O mesmo ocorre no que diz respeito à percepção dos respondentes em relação à indústria automobilística no país, com uma média de 2,51. Para ambas variáveis analisadas alcançou-se um coeficiente de variação igual a 40% que mostra homogeneidade nas respostas.

O Governo, as empresas e as indústrias promovem as ações da mídia e a publicidade. Estas são importantes para o comportamento do consumidor, pois podem influenciar, positiva ou negativamente, nas decisões de consumo da população. No que diz respeito a esta variável, a média de 3,06 aponta uma indecisão/neutralidade por parte dos respondentes quando indagados se a mídia e a publicidade incentivam a consumir de forma ambientalmente irresponsável. O coeficiente de variação de 37% indica homogeneidade dos dados.

Ainda, percebe-se na amostra pesquisada que, com uma média de 3,64, os indivíduos estão dando mais atenção às notícias sobre o meio ambiente, reconhecendo as necessidades de mudanças nos padrões de produção e consumo em prol do desenvolvimento sustentável da

sociedade. O coeficiente de 27% mostra homogeneidade nas respostas.

Por fim, as variáveis analisadas nesta dimensão que apresentam uma atitude positiva dos respondentes frente às questões de sustentabilidade revelam que na amostra estudada há uma preocupação com os problemas ambientais atuais e o reconhecimento de que não existe exagero nas discussões sobre a gravidade destes problemas e que estes causam impactos negativos sobre a saúde de cada indivíduo e, ainda, são necessárias mudanças no comportamento dos consumidores para reduzir os impactos ambientais.

Por outro lado, as variáveis que apresentam uma relação negativa mostram que é baixo o nível de consciência das pessoas no que diz respeito aos impactos que o seu estilo de vida e as suas ações individuais causam à sociedade e ao meio ambiente. Ainda, percebe-se que não existem influências da coletividade através de ações e palavras em direção ao consumo sustentável e não há o reconhecimento de que o governo, as empresas e indústrias estejam trabalhando de forma que contribuam para a redução dos impactos ambientais. Portanto, é evidente a necessidade de uma maior conscientização na sociedade, visto que cada indivíduo, o governo, as empresas e indústrias são de grande importância no processo de transformação social na busca por níveis de produção e consumo sustentáveis.

Nas subseções seguintes são apresentados os resultados e as análises dos comportamentos de consumo da amostra investigada nas áreas de habitação, transporte, alimentação e bens duráveis e não duráveis.

4.3 Áreas de Consumo Investigadas

Para compreender os comportamentos de consumo dos pesquisados e os impactos que estes geram sobre a sustentabilidade do meio ambiente foram analisadas variáveis em cada uma das áreas de consumo, a saber: habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis. Essas variáveis abordam ações importantes dos consumidores, em termos de consumo sustentável. As análises são apresentadas a seguir.

4.3.1 Habitação

A habitação representa um dos itens essenciais da sustentabilidade, destacando-se como uma necessidade básica para a vida humana. Assim, a pesquisa buscou analisar as características da habitação de cada participante da amostra e a sua relação com o consumo sustentável, principalmente no que se refere ao consumo de energia, conforme os dados apresentados na tabela 4.

Tabela 4 – Aspectos de consumo na Habitação

Afirmativas	Sim	Não	Não responderam
Uso de água corrente quente	53,9%	44%	2,1%
Instalação de aparelhos eletrônicos que economizam energia	59,3%	40,7%	-
Televisão que economiza energia	67,2%	32,4%	0,4%
Máquina de lavar/secar que economiza energia	64,3%	35,3%	0,4%
Refrigerador/freezer que economiza energia	75,1%	24,5%	0,4%
Ar condicionado	21,6%	78,4%	-
Aquecedor elétrico para água corrente	27%	72,6%	0,4%
Aquecedor de gás natural para água corrente	2,5%	97,5%	-
Consumo doméstico de energia verde (eólica/ solar)	7,1%	92,9%	-
Aquecedor de energia solar para água corrente	2,9%	97,1%	-
Mudanças na residência para instalar isolamento	7,1%	92,1%	0,8%
Painéis solares instalados na residência	3,3%	96,7%	-
Instalação de fornos que economizam energia	22%	78%	-
Máquina de lavar louça que economiza energia	10,8%	87,1%	2,1%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

A partir dos dados percebe-se que os consumidores investigados adotam práticas de consumo em suas residências que podem contribuir para a minimização dos impactos ambientais.

O consumo de energia é um dos principais fatores de consumo habitacional que geram impactos no meio ambiente, dependendo da sua fonte. A maioria das residências em Campina Grande faz uso de energia elétrica proveniente de hidrelétricas, cujo processo produtivo gera diversos impactos ao meio ambiente, mas que não são percebidos pelos consumidores finais. Dessa forma, a adoção de práticas por parte dos consumidores que visem minimizar o consumo de energia é uma ação estratégica importante para mitigar os impactos ambientais do consumo doméstico. Os eletrodomésticos são itens que estão presentes na maioria dos domicílios e os principais responsáveis pelo consumo energético residencial, portanto, a forma como os consumidores escolhem e fazem uso destes eletrodomésticos refletem diretamente na sustentabilidade do consumo.

Sobre o uso de eletrodomésticos que economizam energia, os dados obtidos apresentaram os seguintes resultados: instalação de aparelhos eletrônicos (59,3%); televisão (67,2%); máquina de lavar/secar (64,3%); e refrigerador/freezer (75,1%). Uma forma de identificar como os eletrodomésticos economizam energia elétrica é a partir do selo Procel da Anel que avalia a eficiência energética.

Ainda, o consumo de energia está sendo minimizado com o **não uso** de: ar condicionado (78,4%); aquecedor elétrico para água corrente (72,6%); e aquecedor de gás

natural para água corrente (97,5%). Esses dados apontam que as práticas de consumo energético habitacional dos investigados minimizam o consumo energético. Porém, deve-se ressaltar que o alto consumo de energia também tem um alto custo e este pode ser um fator relevante nas práticas de consumo de energia dos investigados.

Ademais, existem outros fatores que associados aos já apresentados auxiliariam na busca pela minimização do consumo de energia, mas que **não** foram identificados nas residências da amostra selecionada. São eles: consumo doméstico de energia verde (92,9%), aquecedor de energia solar para água corrente (97,1%), mudanças na residência para instalar isolamento (92,1%), instalação de painéis solares (96,7%), instalação de fornos que economizam energia (78%) e máquinas de lavar louça que economizam energia (87,1%). É importante ressaltar que esses dados foram obtidos pelo fato de que em Campina Grande não é comum, por exemplo, fazer isolamentos nas residências ou instalar painéis solares e, além disso, em grande parte da amostra pesquisada as pessoas não possui máquina de lavar louça.

Ainda, analisando a dimensão habitação, a tabela 5 abaixo apresenta as frequências das formas de consumo de água e energia nas residências dos pesquisados.

Tabela 5 – Frequências das formas de consumo de energia e água

	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca	Não responderam
Frequência que mantém o resfriamento na configuração baixa para economizar energia	29,9%	14,7%	23,2%	12%	16,6%	0,8%
Frequência com que usa a função água morna na máquina de lavar para lavar roupas	5%	1,7%	6,2%	7,9	77,6%	1,7%
Frequência de minimização no uso de água doce	20,7%	23,2%	26,6%	14,9%	13,7%	0,8%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Os dados nos mostram que dos investigados que possuem ar condicionado, 29,9% sempre mantêm o resfriamento na configuração baixa para economizar energia e 77,6% nunca utilizam a função água morna na máquina de lavar roupas. Esses fatos contribuem para a minimização no consumo de energia domiciliar.

Enquanto que, se tratando do consumo de água, 43,9% responderam que sempre ou quase sempre buscam em seu cotidiano práticas que visam minimizar o uso de água doce, 26,6% responderam que às vezes têm esta atitude, 14,9% responderam raramente e 13,7% nunca buscam essa minimização. Entre essas práticas estão, por exemplo, o tempo que se leva no banho, para lavar a louça ou os veículos, entre outras, que se levadas em consideração por boa parte da população fariam grande diferença nos impactos gerados ao meio ambiente.

De um modo geral, das 17 variáveis analisadas na área de habitação tem-se que 10 destas apresentaram uma avaliação positiva frente às questões de sustentabilidade. As demais não necessariamente foram analisadas com negatividade, pois não foram identificadas nas residências da amostra estudada e isto justifica-se pela cultura local e pelas características da região estudada, como é o caso, por exemplo, do uso de aquecedor solar para água corrente e painéis solares instalados nas residências. Portanto, dos hábitos identificados na amostra quanto às práticas de consumo na área de habitação tem-se que o comportamento dos investigados tende a ser mais sustentável.

Além das práticas de consumo de água e energia nas residências que podem gerar impactos negativos sobre o meio ambiente, existem inúmeros impactos ambientais devido ao uso de transportes movidos por combustível fóssil. Essa relação é apresentada na subseção seguinte.

4.3.2 Transporte

Os transportes são muito importantes para a vida cotidiana da sociedade porque são eles os responsáveis pelos deslocamentos de pessoas ou produtos até os seus destinos. Entretanto, atrelados a esse benefício estão os impactos sonoros, as emissões de gases poluentes e o uso de matéria-prima para a fabricação de combustíveis fósseis (gasolina e óleo diesel) que provocam danos ao meio ambiente e à saúde da sociedade.

A tabela 6 apresenta os dados que se referem à escolha de morar próximo dos destinos habituais para minimizar o impacto do transporte no meio ambiente.

Tabela 6 – Transporte

Afirmativa	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
Escolho viver perto dos destinos habituais para minimizar o impacto do transporte no meio ambiente	3,08	1,16	0,38

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Os dados apresentados indicam indecisão/neutralidade dos respondentes, como mostra a tabela 6, com uma média de 3,08 e um coeficiente de variação de 38%. Pode-se inferir que não há, de fato, uma preocupação na amostra de se viver perto dos destinos habituais apenas na tentativa de minimizar os impactos ambientais gerados pelos meios de transporte. Isto pode estar relacionado ao fato de Campina Grande ser relativamente uma cidade de pequeno porte, em que o deslocamento entre os diversos pontos da cidade não costumam demandar muito tempo.

Ainda no que diz respeito à dimensão transporte, os investigados foram questionados sobre a quantidade de veículos automotores na sua família cujos dados são apresentados na tabela 7.

Tabela 7 – Quantidade de veículos automotores na família

	0	1	2	3	4	5	6	7	Não responderam
Número de carros próprios, arrendados ou alugados na família	22,4%	45,2%	15,2%	7,5%	2,1%	1,7%	0,8%	0,4%	4,1
Número de motocicletas próprias, arrendadas ou alugadas na família	71%	17,4%	5,4%	1,7%	-	-	-	-	4,6%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Observa-se que 22,4% da amostra afirmam não ter carros na família, 45,2% possuem apenas um carro e 15,2% possuem dois. Além disso, 71% da amostra investigada não possuem motocicleta na família e 17,4% possuem apenas uma. Levando em consideração que a média de residentes em cada domicílio é de 3 a 5 pessoas tem-se que os impactos gerados com a queima de combustíveis fósseis (gasolina e óleo diesel) pelos veículos em posse das famílias é rateado entre os membros das mesmas.

Ainda nesta perspectiva, como mostra a tabela 8 abaixo, 58,5% da amostra afirma que são condutores de veículo automotor.

Tabela 8 – Transporte

	Sim	Não	Não responderam
Condução pessoal de veículo automotor	58,5%	40,2%	1,2%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

A tabela 9 apresenta os dados que se referem à frequência de utilização dos tipos de transporte pela amostra estudada.

Tabela 9 – Frequência de utilização dos tipos de transporte

Afirmativas	Todos os dias	Semanalmente	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca	Não responderam
Frequência que vai caminhando ou de bicicleta para o destino	10,4%	7,5%	15,8%	23,2%	42,3%	0,8%
Frequência que dirige sozinho o seu carro	31,5%	12,9%	3,7%	5,8%	44%	2,1%
Frequência que utiliza os transportes públicos locais	29,9%	14,1%	6,6%	29,5%	18,7%	0,8%
Frequência que utiliza transporte aéreo	0,4%	0%	3,7%	45,2%	49,8%	0,8%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Os dados revelam que 42,3% dos respondentes afirmam que nunca vão aos seus destinos caminhando ou de bicicleta. Essa é uma variável preocupante, pois além de não ser uma prática benéfica à saúde é algo que contribui para o aumento dos problemas ambientais ocasionados pelo uso dos transportes movidos por combustível fóssil.

Ainda, tem-se que 44% dos pesquisados nunca dirigem sozinho o seu carro e 29,9% utilizam todos os dias transportes públicos locais. É importante ressaltar que os transportes coletivos são os mais eficazes para o deslocamento de pessoas já que são capazes de transportar várias delas ao mesmo tempo. Entretanto, os dados refletem a dependência das pessoas em relação ao uso dos transportes movidos por combustível fóssil, ao invés de utilizarem meios sustentáveis de locomoção como a caminhada e a bicicleta.

Por fim, 48,8% dos respondentes afirmam nunca utilizar transporte aéreo. Esse é um ponto positivo na análise, visto que o avião é o meio de transporte que mais polui por

despejar no ar uma grande quantidade de gases poluentes e por não possuir nenhum mecanismo de purificação de suas emissões, contribuindo assim para o aumento do aquecimento global.

De um modo geral, das 8 variáveis analisadas na área de transportes, os dados apresentados revelam um baixo nível de práticas de consumo sustentável na amostra pesquisada quanto ao uso dos transportes, contribuindo para os inúmeros impactos que estes geram ao meio ambiente e à saúde. As escolhas precisam ser muito repensadas para se atingir um nível satisfatório de sustentabilidade.

Além dos impactos gerados pelo uso dos transportes, os hábitos de consumo dos indivíduos no que diz respeito à alimentação também podem afetar de forma negativa a sustentabilidade do meio ambiente. Esta relação será analisada na seção a seguir.

4.3.3 Alimentação

A alimentação é uma necessidade básica de todo ser humano, entretanto as diversas atividades associadas ao processo de produção dos alimentos e os hábitos alimentares da sociedade vêm afetando de forma negativa a sustentabilidade do meio ambiente. Neste sentido, a tabela 10 abaixo apresenta as frequências das formas de consumo de alimentos da amostra estudada.

Tabela 10 – Frequência das formas de consumo dos alimentos

Afirmativas	Todos os dias	Semanalmente	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca	Não responderam
Frequência que consome alimentos importados	3,7%	9,5%	23,2%	39%	24,5%	-
Frequência que consome alimentos produzidos localmente	51,5%	30,3%	10,4%	5,4%	1,7%	-
Frequência que consome alimentos cultivados/ criados por você	2,1%	4,6%	5,4%	14,5%	71,8%	-
Frequência que consome carnes	55,6%	33,2%	7,9%	2,9%	0,4%	-
Frequência que consome frango	21,6%	58,9%	15,8%	3,3%	0,4%	-
Frequência que consome peixes ou frutos do mar	1,2%	29%	43,2%	22,4%	2,5%	1,7%

(Continua)

(Continuação)

Afirmativas	Todos os dias	Semanalmente	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca	Não responderam
Frequência que consome frutas ou vegetais	51%	34,4%	8,7%	4,6%	0%	1,2%
Frequência que consome água engarrafada	58,9%	14,5%	12%	10,4%	2,5%	1,7%
Frequência que consome comidas pré-prontas, processadas, embaladas	5,8%	22%	31,1%	32,8%	8,3%	-

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Os dados revelam que 39% dos respondentes raramente consomem alimentos importados, seguidos por 24,5% que nunca consomem. Esta relação torna-se positiva por entendermos que as emissões de gases poluentes ao se transportar esses alimentos até o seu destino final geram um grande impacto ambiental. Por outro lado, 51,5% dos pesquisados consomem todos os dias alimentos produzidos localmente, o que gera menor impacto devido ao uso do transporte. Ainda nesta perspectiva, 71,8% afirmam nunca consumir alimentos cultivados/criados por eles mesmos, enquanto que apenas 2,1% consomem. Esse dado pode ser relacionado ao fato de que grande parte da amostra estudada reside na zona urbana da cidade de Campina Grande.

No que diz respeito ao consumo de carne, tem-se que 55,6% dos respondentes a consomem todos os dias, seguidos por 33,2% que a consomem semanalmente. Em relação ao consumo de frango, 58,9% afirmam consumir semanalmente. Esses dados são preocupantes, pois a criação de animais constitui uma importante fonte de contaminação ambiental, visto que os animais são criados em confinamento, seus excrementos são lançados nos recursos hídricos e grandes superfícies de terra são destinadas à produção de alimentos para esses animais visando o comércio, em vez de cultivo de alimentos para os seres humanos. Portanto, quanto maior o consumo, maior a produção e o impacto gerado.

Neste contexto, é importante ressaltar que a produção de carne vermelha e seus derivados geram maior impacto ambiental do que a produção de frango, pois a criação do gado resulta na extinção de grandes áreas de cobertura vegetal que implica o aumento na velocidade dos ventos e das emissões da poeira, a rápida perda de umidade do solo e a sua

compactação por pisoteio, além da redução da infiltração de água, com a consequente impossibilidade de uso mais eficiente da terra para produção de alimentos (JATOBÁ, 2010).

Quanto ao consumo de peixes e frutos do mar, 43,2% da amostra afirmam consumi-los apenas algumas vezes por mês.

Ainda sobre os hábitos alimentares da amostra, tem-se que 51% dos respondentes afirmam que consomem todos os dias frutas ou vegetais, seguidos por 34,4% que consomem semanalmente. A relação negativa com esses dados está no fato de que a produção agrícola é tida também como uma atividade que gera impactos consideráveis ao meio ambiente, pois faz uso de grandes volumes do solo, da água e de outros recursos naturais (GLEBER, 2002), além do uso indiscriminado de agrotóxicos percebido atualmente, afetando de forma negativa tanto o meio ambiente quanto à saúde humana. Uma forma de minimizar os impactos seria através do consumo de frutas e vegetais orgânicos.

Quanto ao consumo de água engarrafada tem-se que 58,9% dos respondentes a consomem todos os dias. Essa prática contribui para agravar os grandes desafios ambientais como o aquecimento global e a poluição do ar e da água, devido ao processo de produção de cada embalagem que gera impactos na forma de, por exemplo, resíduos sólidos, emissão de gases poluentes ao se transportar essas embalagens e as formas incorretas de descarte das embalagens utilizadas (PROJETO ÁGUA NA JARRA, 2011). Assim, o ideal seria a substituição do consumo de água engarrafada pelo consumo de água tratada e purificada.

Ainda, 32,8% dos pesquisados afirmam que raramente consomem comidas pré-prontas/processadas/embaladas e 31,1% consomem esses tipos de comida algumas vezes no mês. Os dados revelam uma prática positiva, pois além de não serem benéficas à saúde são alimentos que geram impactos ambientais devido, por exemplo, ao consumo de energia para a refrigeração desses alimentos, à produção das embalagens que geram resíduos poluentes e ao descarte final destas que, na maioria das vezes, não é feito de forma correta.

De um modo geral, das 9 variáveis analisadas nesta área tem-se que apenas 3 tiveram uma avaliação positiva quanto às questões de sustentabilidade, quais sejam: consumo de alimentos importados, de produtos locais e comidas pré-prontas/embaladas. As demais apresentaram uma avaliação negativa frente às questões ambientais e, por isso, podem ser repensadas pelos consumidores em seus hábitos cotidianos.

Outras práticas que podem contribuir para o aumento dos problemas ambientais estão associadas aos hábitos de consumo de bens duráveis e não duráveis, que serão analisados na seção seguinte.

4.3.4 Bens de Consumo (Duráveis e Não Duráveis)

O modelo atual de produção, seja para bens duráveis ou não duráveis, gera impactos sobre a sustentabilidade do meio ambiente. O mesmo ocorre com as formas de consumo desses bens. Neste sentido, a tabela 11 mostra os dados obtidos quantos aos comportamentos de consumo desses bens.

Tabela 11 – Bens de consumo

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de variação
Prefiro consertar algo quando está quebrado em vez de substituí-lo	3,66	1,04	0,28
Geralmente tento comprar produtos usados ao invés de novos	2,05	1,04	0,50
Prefiro utilizar produtos descartáveis ao invés de produtos que eu precise lavar para reutilizá-lo	2,48	1,11	0,44
Considero que o custo extra dos produtos ambientalmente corretos não vale a pena	2,33	1	0,42
Produtos ambientalmente sustentáveis não funcionam bem	2,1	0,83	0,39

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Com uma média de 3,66, e um coeficiente de variação de 28%, indicando homogeneidade nas respostas, os respondentes afirmam que preferem consertar algo quando está quebrado em vez de substituí-lo. Isto é, em grande parte da amostra há o hábito de reutilizar os produtos que estão em sua posse. Entretanto, quando se trata da compra de produtos usados, a média de 2,05 mostra que os pesquisados preferem os produtos novos. Para esta afirmação, alcançou-se um coeficiente de variação de 50%, indicando dispersão das respostas apresentadas em torno da média.

No que diz respeito à utilização de produtos descartáveis, a média obtida foi de 2,48 e um coeficiente de variação de 44%, indicando dispersão nas respostas. Esta média revela que os respondentes discordam de que preferem utilizar esse tipo de produto. Este dado revela um ponto positivo, pois mostra que os hábitos de consumo dos pesquisados contribuem para a diminuição dos impactos gerados pelos resíduos plásticos sobre o meio ambiente, visto que os produtos descartáveis são, em sua maioria, feitos de plásticos não biodegradáveis, um material que leva um longo período de tempo para se decompor, a produção de plásticos gera resíduos tóxicos de difícil controle e o descarte incorreto desses produtos é altamente danoso ao meio ambiente (CIRELLI *et al.*, 2011).

Ainda, com uma média de 2,33 e um coeficiente de variação de 42%, os pesquisados discordam que o custo extra dos produtos ambientalmente corretos não valha a pena e, com uma média de 2,1, também discordam que os produtos ambientalmente sustentáveis não funcionam bem.

Nesta primeira análise, os dados apontam que a amostra estudada possui uma visão positiva dos produtos ambientalmente sustentáveis e que adotam práticas em seu cotidiano, como a reutilização dos produtos, que podem contribuir para a minimização dos impactos ambientais.

Entretanto, a partir da análise dos dados da tabela 12 que mostra a frequência de práticas de consumo de bens na amostra, observa-se que ainda existem alguns hábitos de consumo que precisam ser revistos pelos consumidores, pois são de muita importância na tentativa de redução dos impactos ambientais gerados pelas nossas escolhas e atitudes.

Tabela 12 – Frequência de práticas de consumo de bens

Afirmativas	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca	Não responderam
Frequência de reciclagem de material	7,5%	12,4%	29,5%	28,2%	22%	0,4%
Frequência que evita produtos ecologicamente incorretos	5%	17%	36,5%	25,7%	14,5%	1,2%
Frequência que compra produtos ecologicamente corretos	7,5%	18,3%	45,6%	22,4%	5%	1,2%
Frequência que evita bens excessivamente embalados	7,5%	18,7%	41,1%	24,9%	7,1%	0,8%
Frequência que usa sacola própria nas lojas/mercado	14,9%	10,8%	17%	20,7%	31,5%	5%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Quanto à frequência de reciclagem de material, observa-se que 29,5% dos respondentes às vezes possuem o hábito de enviar os produtos após a sua utilização para a reciclagem, enquanto que 28,2% raramente possuem esse hábito, seguido por 22% que nunca reciclam materiais. Apenas 19,9% dos investigados adotam esta prática sempre ou quase sempre. Esses dados podem ser relacionados com a ausência de práticas de reciclagem na cultura da sociedade local. Observa-se que são poucos os pontos de coleta seletiva e de

reciclagem e pouco também é a divulgação e o incentivo para que os indivíduos participem desse processo. Entretanto, há uma falta de consciência ambiental em cada indivíduo, pois estes em seus hábitos cotidianos podem contribuir para mudar esse quadro.

Ainda, os dados mostram que 36,5% dos pesquisados às vezes evitam produtos ecologicamente incorretos e somente 5% afirmam evitar esses produtos; 45,6% afirmam que às vezes compram produtos ecologicamente corretos e apenas 7,5% sempre optam por esses produtos; 41,1% às vezes evitam bens excessivamente embalados, enquanto que só 7,5% sempre evitam e 31,5% nunca utilizam sacolas próprias nas lojas/mercados. Esses dados preocupam, pois revelam que as escolhas dos indivíduos não refletem, de fato, a preocupação com os problemas ambientais atuais que assumem ter. No que diz respeito aos itens de consumo presentes nas residências, a tabela 13 abaixo mostra que 77,2% da amostra possui 1 refrigerador, 74,3% possui uma máquina de lavar, 95% não possui máquina de lavar louça, 34,9% possui 2 aparelhos de TV, 37,8% possui 2 computadores e 73,4% não possui segundos imóveis.

Tabela 13 – Quantidade de bens na residência

Afirmativas	0	1	2	3	4	5	6	7	8	10	Não responderam
Nº de refrigeradores na residência	1,2%	77,2%	16,2%	2,9%	-	-	0,4%	-	-	-	2,1%
Nº de máquina de lavar na residência	19,1%	74,3%	4,3%	-	-	-	-	-	-	-	2,1%
Nº de máquina de lavar louça na residência	95%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1%
Nº de TV na residência	-	13,3%	34,9%	26,6%	14,1%	6,6%	1,2%	0,4%	0,4%	0,4%	2,1%
Nº de computador na residência	7,1%	29,9%	37,8%	17%	3,7%	1,2%	-	0,8%	-	-	2,5%
Nº de segundos imóveis	73,4%	13,3%	8,3%	1,2%	1,2	-	-	-	-	-	2,5%

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

A existência desses itens de consumo nas residências e suas quantidades possuem uma relação direta com o consumo de energia e este gera impactos ambientais que estão ligados à forma como a energia é produzida, transmitida, distribuída e utilizada. Entre os

inúmeros impactos ambientais gerados pelas atividades em usinas hidrelétricas, termelétricas, nucleares, geradoras de energia, estão, por exemplo, as alterações no fluxo natural e na temperatura das águas, as inundações de florestas, prejudicando a fauna e a flora, além dos rejeitos altamente radioativos que afetam tanto o meio ambiente quanto à saúde humana (SALES, 2012).

Portanto, se há um aumento na demanda por energia elétrica há a necessidade de construção de mais usinas geradoras de energia, independente de sua fonte, gerando mais impactos à sustentabilidade do meio ambiente. Neste sentido, os dados apresentados demonstram que nas residências consideradas o número de produtos que podem afetar o consumo de energia não é tão impactante e o importante é se pensar nas formas de consumo para tentar minimizar os impactos negativos enfrentados, atualmente, pelo meio ambiente.

Por outro lado, no que diz respeito aos hábitos de consumo da amostra quanto ao uso de bens de consumo duráveis e não duráveis, com base na análise das variáveis apresentadas nas tabelas 11 e 12, tem-se que das 10 variáveis apenas 4 apresentaram uma avaliação positiva frente às questões ambientais. E, portanto, não é observada na amostra estudada tendências para práticas mais sustentáveis de consumo.

Por fim, a próxima seção apresenta uma análise geral das dimensões até aqui apresentadas.

4.3.5 Análise Geral das Áreas de Consumo

Na primeira área de consumo investigada, habitação, foi feita a análise das características das residências dos respondentes e a sua relação com o consumo sustentável, principalmente, no que se refere ao consumo de água e energia. Foram observadas práticas que contribuem para a minimização dos impactos ambientais, através da utilização de eletrodomésticos que economizam energia e a não utilização de outros, a exemplo, do ar condicionado e do aquecedor elétrico para água corrente. Entretanto, outras práticas poderiam ser adotadas para reduzir o consumo, mas não foram identificadas na amostra estudada como, por exemplo, o consumo doméstico de energia verde e a instalação de painéis eletrônicos. Quanto ao consumo de água, a maioria dos respondentes afirma que sempre buscam minimizar o consumo e isso inclui, por exemplo, o tempo que se leva no banho, para lavar a louça, entre outros.

Na área de transportes, os dados revelam a dependência dos respondentes em relação ao uso de veículos movidos a combustível fóssil. Estes são altamente impactantes,

contribuindo de forma significativa para o aumento de problemas ambientais como, por exemplo, o aquecimento global, devido às emissões de gases poluentes. Neste sentido, percebe-se a necessidade de mudanças nos hábitos dos indivíduos no que diz respeito ao uso dos transportes, sendo assim necessário adotar práticas mais saudáveis de locomoção como o uso de bicicleta, que além de ser uma atividade benéfica ao ser humano ajuda a reduzir os impactos causados ao meio ambiente, além do uso de transporte coletivo, que minimiza o impacto do consumo de combustível, por deslocar várias pessoas ao mesmo tempo. Entretanto, deve-se considerar que tais mudanças requerem considerações sobre a eficiência e eficácia da infra-estrutura de transporte coletivo na cidade, bem como sobre os aspectos relacionados ao clima e a existência de ciclovias para o uso de bicicletas.

Na área de alimentação percebe-se que, além do processo produtivo dos alimentos, os hábitos de consumo dos indivíduos também afetam de forma negativa a sustentabilidade do meio ambiente. Observou-se que, de um lado, existem hábitos que minimizam os impactos ambientais como a preferência pelo consumo de produtos locais, reduzindo, dessa forma, as emissões de gases poluentes com o uso dos transportes para deslocar os produtos importados aos seus destinos. Por outro lado, a frequência no consumo de, por exemplo, carne, frango, frutas e vegetais, água engarrafada apontam atitudes negativas, visto que o processo produtivo desses alimentos e de suas embalagens é altamente impactante e, portanto, quanto maior o consumo, maior a produção, gerando maiores impactos ambientais. Quanto às frutas e vegetais, o ideal seria o consumo de produtos orgânicos e em relação ao consumo de água engarrafada, o ideal seria a substituição pelo consumo de água tratada e purificada.

Por fim, na área de consumo de bens duráveis e não duráveis, como atitudes positivas relevantes observou-se que os respondentes preferem consertar algo ao invés de substituí-lo, ou seja, possuem o hábito de reutilizar os produtos e não é com frequência que usam produtos descartáveis, minimizando o impacto dos resíduos plásticos sobre o meio ambiente. Entretanto, foram observadas atitudes negativas como a baixa frequência com que os respondentes evitam produtos ecologicamente incorretos e com que compram produtos ecologicamente corretos. Dessa forma, percebe-se a necessidade de uma consciência ambiental em cada indivíduo em suas decisões de compra.

Portanto, levando em consideração todas as análises até então realizadas foi possível observar que das áreas de consumo investigadas apenas na área de habitação os consumidores tendem a comportamentos mais sustentáveis, enquanto que nas demais áreas, transporte, alimentação e bens de consumo, os hábitos tendem à insustentabilidade. Entretanto, é perceptível que para que se mantenha a qualidade de vida dos seres humanos e de todas as

espécies é necessário que haja uma maior disposição de todos em prol de um ambiente saudável, por meio de atitudes conscientes que propiciem a conservação da natureza de forma sustentável. De acordo com os resultados obtidos, os consumidores investigados apresentaram muitos aspectos relacionados aos seus comportamentos de consumo que podem e precisam ser melhorados, de modo a contribuir na busca pela sustentabilidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A degradação ambiental vem sendo associada aos padrões e níveis de consumo da atual sociedade. O aumento excessivo nas formas de consumo vem provocando sérios danos à natureza, em decorrência da exploração excessiva dos recursos naturais e da poluição gerada. Assim, com a crescente degradação do meio ambiente ao longo dos anos, cresce também a preocupação em relação à preservação do que ainda resta ao planeta.

Neste sentido, identificar o comportamento dos consumidores em termos de sustentabilidade é um passo importante para se buscar mecanismos que propiciem atitudes sustentáveis em benefício da coletividade. Diante disto, o objetivo geral deste estudo foi analisar os comportamentos dos consumidores nas áreas de habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande - PB.

Este estudo verificou de acordo com o perfil socioeconômico dos consumidores pesquisados que a maioria dos respondentes é composta pelo sexo feminino, que a faixa etária predominante é de 18 a 34 anos e que a amostra é composta em sua maioria por solteiros. Dentre os consumidores, a renda familiar identificada foi de até três salários mínimos e a maioria reside em casas com três a cinco membros. Portanto, são jovens, de classe C, com uma renda individual que os qualifica como potenciais consumidores da cidade de Campina Grande.

Quanto às atitudes e crenças, analisou-se o nível de consciência dos pesquisados em relação aos impactos ambientais gerados pelas ações individuais e revelou a percepção destes no que diz respeito às ações do governo, das empresas e indústrias na tentativa de minimizar os impactos ambientais atuais. Neste sentido, percebe-se que os pesquisados preocupam-se com os problemas ambientais e reconhecem os impactos negativos destes sobre a sua saúde e a necessidade de mudanças no comportamento da sociedade para minimizar esses problemas. Além disso, a amostra estudada percebe que o governo, as empresas e indústrias ainda precisam implementar ações em prol de um desenvolvimento sustentável. Entretanto, quando se trata dos impactos ambientais gerados pelas suas ações individuais, os respondentes mostram-se indecisos/neutros, ou seja, não reconhecem, de fato, que as suas práticas de consumo causam danos ao meio ambiente.

Quanto à análise dos dados na área de habitação, percebe-se que as características das residências e as suas relações com o consumo sustentável referem-se, principalmente, ao consumo de água e energia. Na amostra estudada, a utilização de eletrodomésticos que

economizam energia e a não utilização de outros correspondem a práticas positivas que permitem reduzir os impactos ambientais. Quanto ao consumo de água, a amostra em sua maioria afirma adotar práticas que visam minimizar o seu consumo e, de acordo com os dados obtidos, a minimização no consumo de água também é obtido pelo fato de nas residências dos consumidores investigados não existirem nenhuma máquina de lavar roupa/louça ou existir apenas uma. Nesta perspectiva, considera-se que os hábitos de consumo da amostra investigada tendem à sustentabilidade ambiental.

Em relação aos comportamentos de consumo investigados na área de transportes os dados revelam que os consumidores investigados, em sua maioria, são condutores de veículo automotor e eles não se preocupam, de fato, em morar perto dos seus destinos habituais apenas na tentativa de minimizar os impactos ambientais gerados com a utilização dos meios de transporte. Na amostra estudada, os aspectos positivos quanto à utilização dos meios de transporte são observados pela baixa frequência com que utilizam transporte aéreo, visto que estes são os mais poluentes, e o fato de que parte significativa da amostra afirma nunca dirigir sozinho o seu carro e utiliza transportes públicos todos os dias, essas formas permitem deslocar várias pessoas ao mesmo tempo, contribuindo para a redução dos impactos gerados com a emissão de gases poluentes. Entretanto, a dependência das pessoas quanto ao uso dos transportes movidos a combustível fóssil demonstra uma tendência à insustentabilidade em suas práticas de consumo.

Quanto à área de alimentação, pôde-se perceber na amostra estudada que os maiores impactos ambientais gerados podem ser associados ao consumo elevado de carne, frango, frutas e vegetais e água engarrafada. Isto justifica-se pelo fato de que a produção de carne e frango é altamente impactante, visto que a criação dos animais resulta na extinção de grandes áreas de cobertura vegetal, existe contaminação dos recursos hídricos pelos excrementos desses animais, entre outros. Além disso, em relação à produção de frutas e vegetais, tem-se o uso de grandes volumes do solo, da água e de outros recursos naturais necessários à produção agrícola, além do uso indiscriminado de agrotóxicos que agridem o meio ambiente. E se tratando do consumo de água engarrafada, há o impacto gerado pelos transportes no deslocamento das embalagens e os resíduos deixados por essas na natureza. Um aspecto positivo observado diz respeito à preferência dos consumidores investigados pelo consumo de produtos locais, contribuindo para a redução dos impactos gerados pelos transportes no deslocamento de produtos importados aos seus destinos. De modo geral, os hábitos apresentados pelos investigados na área de alimentação tendem à insustentabilidade ambiental.

Por fim, no que se refere à área de bens de consumo, identificou-se como hábitos positivos frente às questões ambientais o fato de, por exemplo, os consumidores investigados preferirem reutilizar os produtos, ou seja, eles consertam algo ao invés de substituí-lo e não é com frequência que utilizam produtos descartáveis, o que diminui a quantidade de resíduos plásticos lançados no meio ambiente. Entretanto, por outro lado, na amostra estudada não existe o hábitos de reciclagem de materiais e é baixa a frequência com que os consumidores evitam produtos ecologicamente incorretos e compram produtos ecologicamente corretos, apresentando dessa forma uma tendência a hábitos que contribuem para a insustentabilidade do meio ambiente.

As análises realizadas permitem identificar que os consumidores pesquisados ainda não possuem a mente totalmente voltada para a preservação ambiental em suas práticas de consumo cotidianas e, portanto, constata-se, através deste estudo, que são necessárias mudanças nos hábitos de consumo dos indivíduos em direção ao consumo sustentável.

É preciso que o consumo seja garantido, mas que seus padrões se modifiquem a fim de minimizar os impactos ambientais do uso exagerado dos recursos naturais e do descarte. Essas mudanças nos hábitos não são metas fáceis de serem alcançadas a curto e médio prazo. O processo é gradual e não depende apenas dos consumidores, mas também da existência de incentivos e estruturas que facilitem as mudanças. Ademais, os seus resultados só serão percebidos ao longo do tempo.

Nesse sentido, é importante ressaltar que o desafio impõe-se a todos: cidadãos, poder público e empresas. Como apresentado anteriormente, os pesquisados não têm a crença de que o governo e as empresas estão desenvolvendo comportamentos ambientalmente sustentáveis para garantir um ambiente mais limpo. Portanto, o governo precisa ter uma participação mais efetiva na busca pela minimização da degradação ambiental, promovendo o desenvolvimento de programas de conscientização ambiental da população, através de propagandas, implantação de atividades de educação ambiental nas escolas e universidades, divulgação e fiscalização efetiva das normas ambientais. E as empresas precisam adotar práticas sustentáveis em seus processos produtivos, para que não haja o uso excessivo dos recursos naturais, não simplesmente tendo em vista apenas o cumprimento de normas ambientais, mas com comprometimento em relação à sustentabilidade ambiental, bem como investindo no desenvolvimento de produtos e fornecimento de serviços ecologicamente corretos.

Nesta perspectiva, um estilo de vida sustentável permitirá harmonizar a relação da sociedade com o meio ambiente e não comprometerá a capacidade deste de atender as necessidades das futuras gerações.

Portanto, este estudo disponibiliza informações de grande importância frente à tentativa de se compreender as necessidades de mudanças nos níveis e padrões de consumo da sociedade, buscando conscientizar esta de que, atualmente, o grande desafio mundial é a busca por estilos de vida e consumo sustentáveis. Além disso, este estudo pode ser considerado um ponto de partida para pesquisas futuras na cidade de Campina Grande, visto que a metodologia foi adaptada e não foi calculado o Índice de consumo sustentável dos investigados, o que poderá ser realizado futuramente.

REFERÊNCIAS

- BADUE, A. F. B. et. al. **Manual pedagógico: entender para intervir**. São Paulo: Instituto Kairós/ Paris: Artisans do Monde, 2005.
- BARBOSA, G. S. O desafio do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Visões**, Rio de Janeiro, 4. ed., v. 1, n. 4, jan./jul. 2008.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005
- BRANCO, S. M. **O meio ambiente em debate**. São Paulo: Moderna, 1989.
- BREI, V. A. **Comportamento do Consumidor**. 1. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2010.
- BUENO, C. A insustentável sociedade de consumo. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, 2008. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=429>>. Acesso em: 18 ago. 2012.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, A. P.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CIRELLI, C. et. al. Projeto de conscientização ecológica “Venha aprender com a gente, sua atitude faz a diferença”. Universidade de São Paulo, Pirassununga, 2011. Disponível em: <http://www.usp.br/ccps/gestaoindustrial/projetos_finais/venha_aprender_com_a_gente.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2013.
- COLOMBO, L. O. R.; FAVOTO, T. B.; CARMO, S. N. A evolução da sociedade de consumo. **Akrópolis**, Umuarama, v. 16, n. 3, p. 143-149, jul./set. 2008.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Rio+20 como chegamos até aqui. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20/rio-20-como-chegamos-ate-aqui.html>. Acesso em: 10 set. 2012.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. **A agenda 21**, Rio de Janeiro, p. 35, 1992. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2012.

CONSUMO SUSTENTÁVEL: Manual de educação. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005. 160p.

COSTA, D. V.; TEODÓSIO, A. S. S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: Um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 3, Edição especial, p. 114-145, 2011.

COSTA, F. N. Desenvolvimento sustentável. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2011/08/30/desenvolvimento-sustentavel/>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

EDDINE, S. C.; VETTORAZZI, K. M.; FREITAS, V. P. Consumo e sustentabilidade: Desafios para uma nova atitude ecológica. In: Congresso Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito, 17, 2008. Brasília. **Anais...** Brasília: Congresso Nacional do CONPEDI, 2008.

FABRÍCIO, A. C. B. **Relações entre capital, cultura e consumo sustentável como características de distinção social.** Dissertação (Mestrado em Administração) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

FAVA, R. Sou consumista, e daí? São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/sou-consumista-e-dai/60602/>>. Acesso em: 17 ago. 2012.

GEBLER, L. **Redução de Riscos de Impacto Ambiental na Produção Integrada de Maças.** Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Circular Técnica, 38. Rio Grande do Sul, 2002.

GIACOMINI FILHO, G. **Meio ambiente & consumismo.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, D. V. Educação para o consumo ético e sustentável. **Revista eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, Rio Grande do Sul, v. 16, 2006. Disponível em: <<http://www.seer.furg.br/remea/article/download/2778/1567>>. Acesso em: 4 Jul. 2012.

GREENDEX – Consumer Choice and the Environmen. National Geographic e GlobeScan, 2012. Disponível em: <http://www.nationalgeographic.com/wpf/media-content/file/GS_NGS_2012GreendexHighlights_10July-cb1341934186.pdf>. Acesso em: 20 Mar. 2013.

GUERRA, S. Desenvolvimento sustentável na sociedade de risco global: Breves reflexões sobre o direito internacional ambiental. In: Congresso Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito, 15, 2006. Manaus. **Anais...** Manaus: Congresso Nacional do CONPEDI, 2006.

INSTITUTO AKATU. Dia do Consumo Consciente foi instituído em 2009. Out. 2011.

Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente/Posts/Dia-do-Consumo-Consciente-foi-instituido-em-2009>>. Acesso em: 22 set. 2012.

_____. Sociedade de consumo: sua história e seu papel. Out. 2011. Disponível em: <http://sustentabilidade.santander.com.br/documents/akatu_cap9.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2012.

_____. O consumidor brasileiro e a construção do futuro. Mar. 2004. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/11-consumidorbrasileiro_construcao.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2012.

JATOBÁ, R. A carne é forte, 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/rosanajatoba/2010/09/11/a-carne-e-forte/>>. Acesso em: 5 Abr. 2013.

LOCATELLI, P. A. Consumo sustentável. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, v. 5, n. 19, p. 297-300, jul./set. 2000.

MALACARNE, D. K.; MORAIS, G. F.; PRESTA, R. P. Consumismo – O papel da globalização, da competitividade e do capitalismo na sociedade de consumo. **Revista Eletrônica Materializando Conhecimentos**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, 2010. Disponível em: <http://www.colegiomaededeus.com.br/revistacmd/revistacmd_v12010/artigos/a4_remc_cmd_set2010.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MENEGUZZO, I. S.; CHAICOUSKI, A.; MENEGUZZO, P. M. Desenvolvimento sustentável: desafios à sua implantação e a possibilidade de minimização dos problemas socioambientais. **Revista Eletrônica do Mestrado de Educação Ambiental**, Rio Grande do Sul, v. 22, jan./jul. 2009.

NEVES, L. S.; KLEINMAYER, L. A. M.; TOCACH, R. A transição do desenvolvimento ao desenvolvimento sustentável. In: Seminário sobre sustentabilidade, 2, 2007. Santa Catarina. **Anais...** Santa Catarina: II Seminário sobre sustentabilidade, 2007.

OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, V. M.; CÂNDIDO, G. A.; GÓMEZ, C. R. P. Contemporaneidade do consumo sustentável e as suas correlações com as políticas públicas, as práticas empresariais e o comportamento do consumidor. In: Encontro da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica, 9, 2011. Brasília. **Anais...** Brasília: ECOECO, 2011.

PANAROTTO, C. O Meio Ambiente e o Consumo Sustentável: Alguns Hábitos que Podem Fazer a Diferença. **Revista das Relações de Consumo**, Caxias do Sul, 2008.

PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE**, São Paulo, v. 3, n. 3, p.01-12, Edição Temática, 2005.

PROJETO ÁGUA NA JARRA, 2011. Disponível em: <<http://www.aguanajarra.org.br/imagens/ArquivosPDF/FolderAguaJarra.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

RESOLUÇÃO 64/236. Implementação da Agenda 21, do Programa para o Prosseguimento da Implementação da Agenda 21 e dos resultados da Cúpula Mundial Sobre Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <<http://hotsite.mma.gov.br/rio20/wp-content/uploads/Resolu%C3%A7%C3%A3o-64-236-da-Assembl%C3%A9ia-Geral-da-ONU-traduzida.pdf>>. 15 out. 2012.

SALES, F. Energia e meio ambiente. Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://www.aequo.com.br/blog/80-energia-e-meio-ambiente>>. Acesso em: 31 mar. 2013.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SILVA, P. C. Revolução industrial. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/revolucao-industrial/27484/>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

SILVA, R. F; MELO, A. R. A sociedade de consumo e a questão ambiental. Programa de Desenvolvimento Educacional. Paraná, 2008. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1776-8.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

SPÍNOLA, A. L. S. Consumo Sustentável: o alto custo ambiental dos produtos que consumimos. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, n. 24, p. 213, 2001.

STEFANO, N.; CAPOVAL NETO, A.; GODOY, L. P. Explorando conceitos e modelos sobre o processo de decisão de compra do consumidor em função da mudança de hábito alimentar. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 4, 2008. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2008.

ANEXOS

ANEXO A – Questionário Sobre Consumo Sustentável

QUESTIONÁRIO SOBRE CONSUMO SUSTENTÁVEL					
Parte 1 – Perfil do entrevistado					
A. Gênero (1) Masculino (2) Feminino					
B. Estado Civil (1) Solteiro (2) Casado (3) Divorciado (4) Outro					
C. Escolaridade (1) Fundamental (C ou I) (2) Médio (C ou I) (3) Superior Incompleto (4) Superior Completo (5) Pós					
D. Faixa Etária (1) 18 a 34 anos (2) 35 a 55 anos (3) Acima de 55 anos					
E. Renda Individual (1) Até 3 Salários Mínimos (2) 3 a 10 SM (3) 10 a 15 SM (4) Acima de 15 SM					
F. Números de pessoas que moram na residência:					
Parte 2 – Atitudes e crenças					
Variáveis	Concordo totalmente	Concordo	Neutro/ Indeciso	Discordo	Discordo totalmente
1. O meu estilo de vida pessoal é prejudicial ao meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. Estou muito preocupado com os problemas ambientais	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. Há um exagero nas discussões atuais sobre a gravidade dos problemas ambientais	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. Os problemas ambientais atuais causam um impacto negativo sobre a minha saúde	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. Eu me sinto culpado sobre o impacto que causo no meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. O governo está implementando ações que visam minimizar os impactos negativos causados ao meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. O governo incentiva os consumidores a economizar água e energia	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. O aquecimento global vai piorar a maneira de viver a minha vida	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. Um estilo de vida amigo do meio ambiente é bom para a saúde	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. Possuir um carro de luxo é uma meta muito importante na minha vida	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. As pessoas que eu conheço me incentivam a me tornar ambientalmente mais responsável através das suas palavras e ações	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
12. O impacto que a sociedade causa ao meio ambiente é tão grave que é muito pouco os que os indivíduos podem fazer	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

13. As novas tecnologias acabarão com os problemas ambientais, exigindo poucas mudanças no comportamento humano	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14. O movimento ambiental é uma moda passageira	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
15. Empresas e indústrias do país estão trabalhando para garantir um ambiente limpo	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
16. A indústria automobilística, em meu país, está trabalhando para ser ambientalmente responsável	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
17. A mídia e a publicidade nos incentiva a consumir de forma ambientalmente irresponsável	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
18. As pessoas de todos os países devem ter o mesmo padrão de vida dos países mais ricos	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
19. Como sociedade, precisamos consumir muito menos para melhorar o ambiente para as gerações futuras	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
20. Estou disposto a pagar mais por um produto que economiza energia se ele vai me poupar dinheiro ao longo do seu ciclo de vida, devido aos custos de energia mais baixos	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
21. Atualmente, estou tentando reduzir fortemente o impacto negativo que causo sobre o meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
22. Atualmente, estou dando mais atenção às notícias sobre o meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Parte 3 - Habitação					
Variáveis	Sim		Não		
23. Uso de água corrente quente	(1)		(2)		
24. Ar condicionado	(1)		(2)		
25. Aquecedor elétrico para água corrente	(1)		(2)		
26. Aquecedor de gás natural para água corrente	(1)		(2)		
27. Aquecedor de energia solar para água corrente	(1)		(2)		
28. Mudanças na residência para instalar isolamento	(1)		(2)		
29. Painéis solares instalados na residência	(1)		(2)		
30. Instalação de aparelhos eletrônicos que economizam energia	(1)		(2)		
31. Instalação de fornos que economizam energia	(1)		(2)		
32. Consumo doméstico de energia verde (eólica/solar)	(1)		(2)		
33. Televisão que economiza energia	(1)		(2)		
34. Máquina de lavar/secar que economiza energia	(1)		(2)		
35. Máquina de lavar louça que economiza energia	(1)		(2)		
36. Refrigerador/Freezer que economiza energia	(1)		(2)		

Para as questões 37, 38 e 39 utilize a seguinte legenda:	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca
37. Frequência que mantêm o resfriamento na configuração baixa para economizar energia	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
38. Frequência de minimização no uso de água doce	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
39. Frequência com que usa a função água morna na máquina de lavar para lavar roupas	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Parte 4 - Transporte					
Variáveis	Concordo totalmente	Concordo	Neutro/ Indeciso	Discordo	Discordo totalmente
40. Escolho viver perto dos destinos habituais para minimizar o impacto do transporte no meio ambiente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
41. Números de carros próprios, arrendados ou alugados na família: _____					
42. Número de motocicletas próprias, arrendadas ou alugadas na família: _____					
43. Condução pessoal de veículo automotor	Sim		Não		
	(1)		(2)		
Para as questões 44, 45, 46 e 47 utilize a seguinte legenda:	Todos os dias	Semanal mente	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
44. Frequência que dirige sozinho o seu carro	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
45. Frequência que utiliza os transportes públicos locais	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
46. Frequência que utiliza transporte aéreo	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
47. Frequência que vai caminhando ou de bicicleta para o destino	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Parte 5 – Alimentação					
Variáveis	Todos os dias	Semanal mente	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
48. Frequência que consome alimentos importados	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
49. Frequência que consome alimentos produzidos localmente	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
50. Frequência que consome alimentos cultivados/ criados por você	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
51. Frequência que consome carnes	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
52. Frequência que consome frango	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
53. Frequência que consome peixes ou frutos do mar	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
54. Frequência que consome frutas ou vegetais	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
55. Frequência que consome água engarrafada	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
56. Frequência que consome comidas pré-prontas, processadas, embaladas	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Parte 6 – Bens de consumo (Duráveis e Não Duráveis)					
Variáveis	Concordo totalmente	Concordo	Neutro/ Indeciso	Discordo	Discordo totalmente
57. Eu prefiro consertar algo quando ele está quebrado em vez de substituí-lo	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
58. Eu geralmente tento comprar	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

produtos usados ao invés de novos					
59. Prefiro utilizar produtos descartáveis ao invés de produtos que eu precise lavar para reutilizá-lo	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
60. Considero que o custo extra dos produtos ambientalmente corretos não vale a pena	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
61. Produtos ambientalmente sustentáveis não funcionam bem	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Para as questões 62, 63, 64, 65 e 66 utilize a seguinte legenda:	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca
62. Frequência de reciclagem de material	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
63. Frequência que evita produtos ecologicamente incorretos	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
64. Frequência que compra produtos ecologicamente corretos	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
65. Frequência que evita bens excessivamente embalados	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
66. Frequência que usa sacola própria nas lojas/mercado	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
67. Número de refrigerador na residência: _____					
68. Número de máquina de lavar na residência: _____					
69. Número de máquina de lavar louça na residência: _____					
70. Número de TV na residência: _____					
71. Número de computador na residência: _____					
72. Número de segundos imóveis (chalé, granja, casa de praia): _____					