



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E
CONTABILIDADE - UAAC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
PPGA/UAAC/UFCG**



**MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL:
explorando as relações entre as dimensões material, simbólica e política
e as ações de organizações sociais**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

ERIDINAIDE MACHADO NEGROMONTE

CAMPINA GRANDE-PB

2023



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ERIDINAIDE MACHADO NEGROMONTE

**MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL:
explorando as relações entre as dimensões material, simbólica e política
e as ações de organizações sociais**

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

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA-UFCG) como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

CAMPINA GRANDE-PB

2023

N393m Negromonte, Eridinaide Machado.

Movimentos sociais e consumo sustentável: explorando as relações entre as dimensões material, simbólica e política e as ações de organizações sociais / Eridinaide Machado Negromonte. – Campina Grande, 2023.

108 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2023.

"Orientação: Profa. Dra. Verônica Macário de Oliveira".

Referências.

1. Movimentos Sociais. 2. Consumo Sustentável – Dimensões Sociais. 3. Ações de Sustentabilidade. 4. Responsabilidade Social e Ambiental. 5. Desenvolvimento Sustentável. I. Oliveira, Verônica Macário de. II. Título.

CDU 304:005.35(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
POS-GRADUACAO EM ADMINISTRACAO
Rua Aprigio Veloso, 882, - Bairro Universitario, Campina Grande/PB, CEP 58429-900

FOLHA DE ASSINATURA PARA TESES E DISSERTAÇÕES

ERIDINAIDE MACHADO NEGROMONTE

"MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: EXPLORANDO AS RELAÇÕES ENTRE AS DIMENSÕES MATERIAL, SIMBÓLICA E POLÍTICA E AS AÇÕES DE ORGANIZAÇÕES SOCIAIS"

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UFCG) como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 17/03/2023

Profa. Dra. Verônica Macário de Oliveira - PPGA/UFCG
Orientadora

Profa. Dra. Suzanne Érica Nóbrega Correia - PPGA/UFCG
Examinadora Interna

Profa. Dra. Daniela Viegas da Costa Nascimento - Centro Universitário UNA/Centro Universitário Unihorizontes
Examinadora Externa

Campina-Grande-PB, 2023



Documento assinado eletronicamente por **VERONICA MACARIO DE OLIVEIRA MOTTA**, **PROFESSOR(A) DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 30/03/2023, às 11:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **DANIELA VIEGAS DA COSTA NASCIMENTO, Usuário Externo**, em 30/03/2023, às 11:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **SUZANNE ERICA NOBREGA CORREIA, PROFESSOR(A) DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 02/04/2023, às 18:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.ufcg.edu.br/autenticidade>, informando o código verificador **3214329** e o código CRC **BF05BB33**.

AGRADECIMENTOS

O que dizer sobre a construção de minha dissertação de mestrado? Não consigo mensurar quantas mãos seguraram as minhas para que este texto estivesse concluído, quantas caixinhas de empatia, incentivos, parcerias, se abriram para consolidar esta trajetória. Cada parágrafo contempla colaborações tão intensas que só o sentimento de gratidão pode explicar. Por isso, agradecer é o componente que mais exalto neste processo: gratidão a todos por tudo!

Agradeço a Deus, esta força suprema de fé e de esperança que me fortalece dia a dia com o dom da vida. Gratidão pela condução nos momentos difíceis, por iluminar meu pensamento e guiar meus passos quando mais precisei. Obrigada, Senhor, pelas bênçãos.

Aos meus pais, Isabel e Valdemir, pelo amor infinito, por acreditar nos meus projetos, compreender minhas ausências. Obrigada, mainha e painho, por sempre estarem presentes.

A Sergio, o amor da minha vida, por torcer pelo meu sucesso, por compreender quando precisei estar só e não me deixar desanimar. Obrigada, Vida, pelo carinho pleno.

Aos colegas da turma quatro, turma rochedo! Que em tempos de conexões virtuais, sempre tínhamos experiências e sorrisos para compartilhar. Não faltaram apoios, incentivos, consensos, o coletivo sempre foi prioridade. Em especial, a Adayanna Teberges pela amizade, parceria, disponibilidade, dias de sufoco e alívio compartilhados. Não esquecendo o apoio tecnológico de seu filho, Daniel. Obrigada a todos por fazerem parte desta caminhada.

A minha orientadora, Profa. Verônica Macário, gratidão pela condução humana nesta trajetória. Desde o início, fez-me confiante e sempre sinalizou: vamos por ali, vai dar certo. Agradeço a confiança, as sugestões, os incentivos, os direcionamentos em cada etapa da pesquisa. Sim, eu sou uma “veronete” e com muito orgulho integro o NIEGS. Gratidão, Verônica, pela profissional e pessoa incrível e acreditar em nosso trabalho.

Agradeço aos professores do PPGA, coordenadores, secretária e à Banca Examinadora, Profa. Suzanne Nóbrega e Profa. Daniella Viegas, pela disponibilidade e valiosas sugestões para a melhoria deste trabalho.

Gratidão aos entrevistados que disponibilizaram seus momentos, aos colegas de trabalho que compreenderam meus horários e a todos aqueles que direta ou indiretamente torceram e contribuíram para a realização deste projeto.

*“Deus dá as batalhas mais difíceis aos seus
melhores soldados.
Não deixes que ninguém tire a sua esperança.
Não desanimes, para vencermos as
tribulações, temos a força do Espírito Santo.
E não te olvides, ninguém vence sozinho, nem
no campo, nem na vida!”*
Jorge Mario Bergoglio (Papa Francisco)

NEGROMONTE, ERIDINAIDE MACHADO. MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: EXPLORANDO AS RELAÇÕES ENTRE AS DIMENSÕES MATERIAL, SIMBÓLICA E POLÍTICA E AS AÇÕES DE ORGANIZAÇÕES SOCIAIS. 107 folhas. Dissertação de Mestrado em Administração - Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2023.

RESUMO

O objetivo geral desta dissertação é explorar como os movimentos sociais e suas dimensões contemporâneas (material, simbólica e política) se relacionam com a promoção do consumo sustentável. Para isso, elaboraram-se três artigos. O artigo I descreveu a trajetória política e estratégica sobre o consumo sustentável nas últimas duas décadas (2001-2022), através de um estudo bibliométrico e recurso do *software* VOSViewer. Os resultados apontaram colaboração de instituições europeias, integração de nações em desenvolvimento socioeconômico e o progresso do consumo sustentável em consonância aos ODS. O artigo II relacionou as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013), com categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável. Demonstrou-se que a contemporaneidade de objetivos relacionam os movimentos sociais e o consumo sustentável pela coletividade e transformações sociais, na busca de melhoria da qualidade de vida sem prescindir os recursos ambientais. O artigo III analisou como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, a partir da atuação das organizações Instituto Akatu, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões material, simbólica e política. Através de um estudo de caso múltiplo, entrevistas semi-estruturadas e recurso do *software* ATLAS.ti, os resultados apresentaram conformidades de ações em torno de áreas de consumo cotidiano, atuando em eixos colaborativos, mecanismos materiais, integrações simbólicas e participações sociopolíticas para alavancar responsabilidades sustentáveis, fortalecendo aos consumidores compromissos por seus atos de consumo. Este trabalho justifica-se por estudar as contribuições dos movimentos sociais como uma alternativa que pode auxiliar na promoção do consumo sustentável, promovendo benefícios socioambientais. Compreender a força das organizações da sociedade civil no contexto da sustentabilidade, envolve valorizar novas formas de pensar e agir, considerando a promoção de ações que contemplem a participação da sociedade na tomada de decisões ao consumo inclusivo e sustentável.

Palavras-chave: Consumo Sustentável. Movimentos Sociais. Dimensões Sociais. Ações de Sustentabilidade.

NEGROMONTE, ERIDINAIDE MACHADO. SOCIAL MOVEMENTS AND SUSTAINABLE CONSUMPTION: EXPLORING THE RELATIONSHIPS BETWEEN THE MATERIAL, SYMBOLIC AND POLITICAL DIMENSIONS AND THE ACTIONS OF SOCIAL ORGANIZATIONS. 107 pages. Master's Dissertation in Administration – Federal University of Campina Grande, Paraíba, 2023.

ABSTRACT

The overall objective of this dissertation is to explore how the contemporary dimensions of social movements (material, symbolic and political) can help promote sustainable consumption. As a result, three articles were prepared. Article I analyzed the political and strategic trajectory of sustainable consumption in the last two decades (2001-2022) through a bibliometric study using the VOSViewer software. The results identified the collaboration of European institutions, cooperation between socio-economically developing nations, and the progress of sustainable consumption aligned with the SDGs. Article II related the dimensions of social movements (material, symbolic and political) presented by Scherer-Warren (2013), with categorical analysis focused on the promotion of sustainable consumption. It was displayed that contemporary objectives relate social movements and sustainable consumption by the collectivity and social transformations, while searching to improve quality of life without relinquishing environmental resources. Article III analyzed how social movements relate to the promotion of sustainable consumption based on the actions of these organizations Akatu Institute, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) and Greenpeace Brasil, as they considered the material, symbolic and political dimensions. With the help of a multiple case study, semi-structured interviews and the use of the ATLAS.ti software, the results presented conformities of actions around areas of daily consumption, areas of cooperation, material mechanisms, symbolic integrations and socio-political participations to leverage sustainable responsibilities, strengthening consumers' commitments for their consumption activities. This work is justified by studying the contributions of social movements as an alternative that can help promote sustainable consumption, promoting socio-environmental benefits. Nongovernment organizations in the context of sustainability means to value new ways of thinking and acting, considering the promotion of actions that contemplate the participation of society the decision process for inclusive and sustainable consumption.

Keywords: Sustainable Consumption. Social Movements. Dimensions. Actions.

LISTA DE FIGURAS

CAPÍTULO 1

Figura 1 - CS: gráfico de citações e publicações WOS - 2001 a 2022	30
Figura 2 - CS: gráfico de publicações por categoria WOS - 2001 a 2022	31
Figura 3 - CS: mapa de colaboração de países WOS - 2001 a 2022	34
Figura 4 - CS: mapa de colaboração de países - WOS 2001 a 2011	39
Figura 5 - CS: mapa de colaboração de países - WOS 2012 a 2022	40
Figura 6 - CS: rede de palavras-chave - <i>WOS</i> entre os anos 2001 a 2022	41

CAPÍTULO 2

Figura 1 - Tabela-verdade - Operador Lógico Condicional	54
Figura 2 - Encontro dos Movimentos Sociais à promoção do consumo Sustentável	61

CAPÍTULO 3

Figura 1 - Encontro dos Movimentos Sociais à promoção do consumo Sustentável	69
Figura 2 - Procedimentos metodológicos	72
Figura 3 - Rede Dimensão Vida Material	78
Figura 4 - Rede Dimensão Valor Simbólico	83
Figura 5 - Rede Dimensão Empoderamento Político	86

LISTA DE TABELAS

INTRODUÇÃO

Tabela 1 - Matriz de Amarração	19
--------------------------------	----

CAPÍTULO 1

Tabela 1 - Cronologia das pesquisas sobre consumo sustentável	28
Tabela 2 - Critérios de seleção e refinamento na base de dados WOS	29
Tabela 3 - CS: principais artigos mais citados - WOS 2001 a 2022	31
Tabela 4 - Principais marcos ambientais 2001 - 2011	38
Tabela 5 - Principais marcos ambientais 2011 - 2022	39

CAPÍTULO 2

Tabela 1 - Tabela-verdade - Operador Lógico Condicional	48
Tabela 2 - Dimensões e categorias dos Movimentos Sociais	59

CAPÍTULO 3

Tabela 1 - Dimensões e categorias dos Movimentos Sociais	71
Tabela 2 - Caracterização dos entrevistados	73
Tabela 3 - Formação da estrutura e relação de dados	77
Tabela 4 - Síntese dos elementos dos Movimentos Sociais e do Consumo Sustentável	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AFC** - Análise Fatorial de Correspondência
- CNUMAD** - Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
- CHD** - Classificação Hierárquica Descendente
- CS** - Consumo Sustentável
- EMF** - Ellen MacArthur Foundation
- ESCI** - *Emerging Sources Citation Index*
- IDEC** - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
- IPEA** - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- IUCN** - *International Union for Conservation of Nature*
- MDT** - Movimento pelo Direito ao Transporte Público de Qualidade
- OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- ODS** - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- ONU** - Organização das Nações Unidas
- PNUMA** - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
- PNUD** - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- SSCI** - *Social Sciences Citation Index*
- SCI- EXPANDED** - *Science Citation Index Expanded*
- SUM** - Sistema Único de Mobilidade
- UNCED** - *United Nations Conference on Environment and Development*
- UPN** - União Protetora da Natureza
- WOS** - *Web of Science*
- WWF** - *World Wildlife Fund*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Objetivos Geral	16
1.2 Objetivos Específicos	16
1.3 Justificativa	17
1.4 Modalidade da Dissertação	18
ARTIGO I - CONSUMO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO ÀS CONVENÇÕES TRAJETÓRIA POLÍTICA E ESTRATÉGICA DE 2001 A 2022	21
1 Introdução	23
2 Consumo Sustentável: da contemporaneidade do conceito às convenções	24
3 Consumo Sustentável e os ODS: ressignificando conceitos, aprimorando práticas, modelando atores	26
3.1 Atravessando décadas: expansão das pesquisas sobre o consumo sustentável	28
4 Procedimentos Metodológicos	29
4.1 Publicações e Citações	30
4.2 Colaboração entre Países	34
4.2.1 <i>Cluster</i> 1 (vermelho) - Comportamento do Consumidor	35
4.2.2 <i>Cluster</i> 2 (verde) - Incentivos ao consumo sustentável	35
4.2.3 <i>Cluster</i> 3 (azul) - Cotidiano Sustentável	35
4.2.4 <i>Cluster</i> 3 (amarelo) - Consumo Multifacetado	36
4.2.5 <i>Cluster</i> 5 (lilás) - Educação para o consumo	36
4.2.6 <i>Cluster</i> 6 (ciano) - Tecnologia para o consumo	37
4.3 Identificação de Palavras-Chave	40
5 Considerações Finais	42
ARTIGO II - MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: MUITO ALÉM DA INQUIETAÇÃO SOCIAL	44
1 Introdução	46
2 Comportamento, Consumo e Sustentabilidade: argumentos articulados entre si	48
3 Entre Caminhos e Encontros: movimentos sociais em ação	50
4 "Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura": o dinamismo dos movimentos sociais ambientais	53

4.1 Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: sincronia de objetivos	56
4.2 Discussão	61
5 Considerações Finais	62
ARTIGO III - MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE DE DIMENSÕES E AÇÕES NA ROTA DA SUSTENTABILIDADE	64
1 Introdução	66
2 Consumo Sustentável e Movimentos Sociais: sincronia de objetivos	67
2.1 Dimensão Vida Material	69
2.2 Dimensão Valor Simbólico	70
2.3 Dimensão Empoderamento Político	70
3 Procedimentos Metodológicos	72
4 Pode entrar, a promoção do consumo sustentável já começou	74
4.1 Instituto Akatu: por um consumo consciente	74
4.2 IDEC: credibilidade, independência e cidadania	75
4.3 Greenpeace Brasil: ativismo, coragem e esperança de transformar a realidade	76
4.4 Validação das dimensões e ações e o recurso do <i>software</i> ATLAS.ti	76
4.4.1 Dimensão Vida Material	77
4.4.2 Dimensão Simbólica	82
4.4.3 Dimensão Política	86
4.5 Discussão: olhares críticos dos movimentos sociais para 2030, na rota do consumo sustentável	90
5 Considerações Finais	92
CONCLUSÃO	94
Referências	97
Apêndice 2 - Comprovante de submissão do artigo 1	106
Apêndice 2 - Comprovante de submissão do artigo 2	107
Apêndice 2 - Comprovante de submissão do artigo 3	108

1 INTRODUÇÃO

As inquietações com as questões de sustentabilidade se tornaram mais evidentes nas últimas décadas em virtude dos impactos socioambientais, sobretudo, apontados pelos crescentes aumentos nos níveis de produção e de consumo (Abramovay, 2012a). Motivados pelas transformações socioambientais e as limitações ecossistêmicas, que avançam de maneira desafiadora, surgem propostas em gerar mecanismos de coesão socioambiental e econômica, integrando mecanismos produtivos e sustentáveis (Abramovay, 2012b, 2022).

Relatórios apresentados durante o Fórum Global sobre Produtividade (OCDE, 2022), mostraram que o mundo vive a pior crise sanitária, econômica e social das últimas décadas, considerando a fase pós pandemia, em virtude da COVID-19. O que vem exigindo das lideranças mundiais ressignificações de estratégias de gestão, sobretudo, sociopolíticas e econômicas, a fim de reestruturar uma trajetória mundial verde, inclusiva, resiliente e com foco nas pessoas (OCDE, 2022).

Em vista da pluralidade de desafios emergentes e considerando os propósitos para o séc. XXI adotados pela ONU e os países membros, em 2015, elaboraram-se os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a fim de promover o desenvolvimento mundialmente sustentável. Estes indicadores e metas versam sobre os desafios a serem executados por todo o planeta com o intuito de erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente, garantir paz e prosperidade à humanidade (ONU, 2021).

A partir das dimensões dos ODS (social, econômica, ambiental e institucional) os estudos sobre o consumo sustentável desenvolvem-se como elemento indispensável no campo das prioridades, assumindo um protagonismo (Barber, 2007; Liu et al., 2017), frente aos impactos ecossistêmicos, fortalecidos por um conjunto de mudanças, com vistas a transformar positivamente uma preocupante realidade (De Hoyos Guevara et al., 2021).

O consumo é inerente à natureza humana (Portilho, 2005; Barbosa, 2004; Barbosa & Campbell, 2006; Bauman, 2009). Dessa forma, questiona-se de que modo é possível inserir práticas cotidianas de consumo sustentáveis, uma vez que o ato de consumir tem tanta importância na vida das pessoas e, hoje, desponta como um elemento que propicia indicadores na construção de uma sociedade moderna.

Portilho (2010, 2020) indica que para se efetivar a promoção do consumo sustentável implica, necessariamente, numa politização do consumo no sentido de constituir mecanismos que transcendem as ações individuais. Nutrir práticas coletivas como parte do processo e do fortalecimento integrado e inclusivo, envolve promover mudanças na visão e execução de políticas públicas por padrões de consumo seguros e sustentáveis (Portilho, 2005, 2010).

Sendo um fenômeno multifacetado, analisar o consumo como uma atividade social e cultural possibilita compreender uma interligação com os problemas relativos aos níveis de comportamento e estilos de vida, que ao mesmo tempo empodera e explora uma sociedade para o consumo (Bauman, 2009; Oliveira et al., 2018; Portilho, 2005, 2020;).

Contudo, para se constituir uma visão contemporânea conectando consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade, observa-se um enfoque voltado às organizações da sociedade civil e a contemporaneidade dos movimentos sociais decorrentes, cujas ações funcionam como elos entre os fenômenos socioambientais (Gohn, 2014; Lima, 2016) e as mudanças sociais necessárias. Isto evidencia a necessidade de aprofundar conhecimentos sobre uma temática multidimensional, em que a amplitude do conhecimento científico cogita ações por meio de pesquisas dinâmicas e multifacetadas.

A composição desta dissertação considera a afirmação de Gohn (1997, 2011) e Scherer-Warren (2013) que define os movimentos sociais como espaço de ações coletivas, de caráter sociopolítico e cultural, que se organizam para expressar suas demandas. Gohn (2014), qualifica os movimentos sociais do séc.XXI descortinando um cenário com desenvolvimento e reelaboração de novos aportes teóricos. Desenvolvem-se espaços pluralistas em um canal de expressão que reforçam a democracia por sua vitalidade, fortalecendo uma nova arena de colaborações entre a sociedade e o estado (Gohn, 2021).

Portanto, são tempos em que a promoção do consumo sustentável é construída para efetivar ações em função de projetos sustentáveis para a atualidade e a prosperidade. Neste contexto, formulou-se a pergunta que motivou esta pesquisa: como as dimensões dos movimentos sociais, relacionadas às ações de organizações da sociedade civil, podem auxiliar na promoção do consumo sustentável. Considerando este problema, serão apresentados no tópico seguinte os objetivos gerais e específicos desta pesquisa.

1.1 Objetivo Geral

Explorar como os movimentos sociais e suas dimensões contemporâneas (material, simbólica e política) se relacionam com a promoção do consumo sustentável.

1.2 Objetivos Específicos

1.2.1 Descrever a trajetória política e estratégica sobre o consumo sustentável nas últimas duas décadas (2001-2022);

1.2.2 Relacionar as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013) com as categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável;

1.2.3 Analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável a partir da atuação das organizações Instituto Akatu, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões estruturais propostas por Scherer-Warren (2013).

1.3 Justificativa

Dada a visibilidade sobre as perspectivas de transformações sociais e preocupações contemporâneas, referente à insustentabilidade que inquieta a sociedade, surgem os ODS na tentativa em trazer ao mundo um planejamento que minimize os efeitos ambientais percebidos como insustentáveis (ONU, 2021). Dentre os quais, se inserem mecanismos voltados à promoção do consumo sustentável como um eixo colaborativo ao desenvolvimento mundial.

A fim de contribuir com trajetórias inclusivas e sustentáveis, este trabalho busca investigar dimensões e ações engajadas por movimentos sociais, cujas bases permitem formar memórias que impulsionam sentidos para a construção de estratégias em direção às lutas da sociedade moderna (Gohn, 2011). Destacam-se que as ações coletivas estão articuladas em sistemas de redes e parcerias tanto com a sociedade civil, como governamental, voltadas às percepções entre os modos de consumo e os problemas sociais (Castells, 2013; Gohn, 2014; Scherer-Warren, 2013).

Para isso, os objetivos por demandas sustentáveis e inclusivas convergem em direção a uma sociedade ciente do passivo ambiental, fortalecida de conhecimentos e perspectivas de um futuro mais igualitário, justo e humano, em condições de ser construído e desenvolver-se de modo sustentável (Gohn, 2014).

A partir de ações de atividades de interesse público e atuações como agentes de mudanças, a proposta de explorar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, emerge como um aporte para levar ao consumidor conhecimentos atualizados por práticas cotidianas de consumo que aproxime aos critérios de sustentabilidade.

Em benefício do bem estar da população e dos indicativos para o desenvolvimento sustentável, influenciar práticas de consumo sustentáveis implica construir um processo de interação que permita aos atores perceber e refletir sobre as ações cotidianas de maneira

sustentável (Hohendorff, 2022; Vieira & Vasconcelos, 2016; Oliveira et al., 2018), promovendo uma pluralidade de pensamentos e reflexões que o sentimento de pertencimento é capaz de proporcionar.

Todavia, verificou-se que em pesquisas acadêmicas ainda existem lacunas e poucos debates acerca das ações de sustentabilidade promovidas por organizações da sociedade civil, sobretudo, movimentos sociais, no que se refere às práticas cotidianas voltadas à promoção do consumo sustentável. Assim como, os impactos que essas instituições podem gerar na sociedade e no mundo, quando se abordam questões de consumo consciente.

Percebe-se que os modelos encontrados na literatura pesquisada, mencionando a contemporaneidade dos movimentos sociais, compreendem dimensões universais que carecem de adaptações à realidade do consumo em si. Isso porque, as contribuições científicas para a promoção do consumo sustentável ainda margeiam teorias políticas, carecendo de efeitos de implementação real e absoluta.

O desenvolvimento desta dissertação justifica-se pela amplitude do tema na atualidade, como um campo emergente de pesquisa dentro da esfera de consumo cotidiano e sustentável. Principalmente, após os indicativos dos ODS, considerando a necessidade de promover ações que contemplem a participação da sociedade na tomada de decisões ao consumo inclusivo e sustentável.

Desta forma, considera-se como *gap* de pesquisa explorar como os movimentos sociais e suas dimensões contemporâneas (material, simbólica e política) se relacionam com a promoção do consumo sustentável. Isto envolve compreender os elementos que vinculam as atividades de consumo aos atores sociais, investigando como as ações executadas por organizações da sociedade civil podem auxiliar consumidores em práticas de consumo justas e sustentáveis.

1.4 Modalidade da Dissertação

A estrutura deste trabalho compreende o formato de três artigos, conforme previsto no regulamento do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA/UFCG), em que cada artigo corresponde a um dos objetivos específicos. A Tabela 1, a seguir, contempla a disposição dos respectivos procedimentos metodológicos adotados à elaboração desta dissertação.

MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE DE DIMENSÕES E AÇÕES

Tabela 1 – Matriz de Amarração

Questão problema: Como as dimensões e ações dos movimentos sociais podem auxiliar na promoção do consumo sustentável?

Objetivo Geral: Explorar como os movimentos sociais e suas dimensões contemporâneas (material, simbólica e política) se relacionam com a promoção do consumo sustentável.

Objetivos Específicos	Artigo Correspondente	Fontes de Dados	Metodologia	Análise dos Resultados
Descrever a trajetória política e estratégica sobre consumo sustentável nas últimas duas décadas (2001-2022);	Artigo I Consumo sustentável: do conceito às convenções. Trajetória política e estratégica de 2001 a 2022.	Estudo bibliométrico na base de dados da <i>Web of Science</i> .	Bibliométrica, Revisão da literatura, Abordagem qualitativa.	Análise de conteúdo e acoplamento bibliográfico com recurso do <i>Software VOSViewer</i> .
Relacionar as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013) com as categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável;	Artigo II Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: muito além da inquietação social.	Estudo teórico-conceitual das dimensões estruturais sobre movimentos sociais apresentado por Scherer-Warren (2013).	Revisão da literatura; Documental, Abordagem qualitativa.	Análise de conteúdo.
Analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável a partir da atuação das organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões estruturais propostas por Scherer-Warren (2013).	Artigo III Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: uma análise de dimensões e ações na rota da sustentabilidade.	Entrevistas semiestruturadas, observação não-participante e análise documental.	Exploratória, Qualitativa, Estudo de caso múltiplo nas organizações: Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil.	Análise de conteúdo com recurso do <i>Software ATLAS.ti</i> .

Fonte: elaboração própria (2023)

Para atender a proposta do primeiro objetivo específico, artigo I, intitulado “Consumo sustentável: do conceito às convenções. Trajetória política e estratégica de 2001 a 2022”, realizou-se uma busca de artigos na plataforma referencial WOS a partir do termo “*sustainable consumption*”, no intervalo de 2001 até 2022. Em seguida, efetuou-se um estudo bibliométrico e, com o recurso do *software* VOSViewer®, mapearam-se países e palavras-chave em colaboração e consonância com a literatura.

Referente ao segundo objetivo específico, artigo II, intitulado “Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: muito além da inquietação social”, relacionaram-se as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013), com categorias de análise contemporâneas, envolvendo o encontro de ações e a sistemática dos movimentos sociais voltada à promoção do consumo sustentável.

O terceiro objetivo específico, artigo III intitulado “Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: uma análise de dimensões e ações na rota da sustentabilidade”, teve por escopo identificar as dimensões dos movimentos sociais, a partir das organizações Instituto Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, relacionando a atuação das organizações na promoção do consumo sustentável. Após a realização de entrevistas semiestruturadas e observação não-participante com colaboradores das organizações, utilizou-se o recurso do *software* ATLAS.ti para organizar as informações coletadas e identificar na análise qualitativa os elementos textuais contributivos para a construção de redes semânticas.

Desse modo, considerando os objetivos norteadores, são apresentados na sequência os capítulos que compreendem o desenvolvimento e os resultados desta pesquisa.

CAPÍTULO 1

ARTIGO I: CONSUMO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO ÀS CONVENÇÕES TRAJETÓRIA POLÍTICA E ESTRATÉGICA DE 2001 A 2022

CONSUMO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO ÀS CONVENÇÕES TRAJETÓRIA POLÍTICA E ESTRATÉGICA DE 2001 A 2022¹

Resumo

Este artigo teve como objetivo descrever a trajetória política e estratégica do termo consumo sustentável nas últimas duas décadas que direcionaram uma agenda de pesquisa. Busca-se compreender como as evoluções teóricas estão relacionadas dentro das perspectivas e metas transformadoras para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Para isso, foi realizado um estudo bibliométrico na plataforma eletrônica Web of Science (WOS), no período de 2001 a 2022, compreendendo o termo “*sustainable consumption*”, com opção por títulos em artigos de periódicos de maior influência. Totalizando 144 artigos, descritivamente analisados quanto às publicações, citações, autores mais referenciados e áreas com maior número de pesquisas. Com o recurso do *software* VOSViewer® foram mapeados países e palavras-chave, resultando uma significativa participação de instituições europeias e sinalizando a integração de nações em desenvolvimento socioeconômico com vistas à sustentabilidade. A rede bibliométrica demonstrou que a expressão consumo sustentável decorre em progresso e, associado a outros sintagmas da literatura, ampliou as percepções e os direcionamentos para práticas e estilos de vida condizentes com as perspectivas dos ODS.

Palavras-chave: Consumo Sustentável; Comportamento de Consumo; Política de Desenvolvimento Sustentável.

Abstract

This article aimed to describe the political and strategic trajectory of the term sustainable consumption over the last two decades that have directed a research agenda. It seeks to understand how theoretical evolutions are related within the transformative perspectives and goals for the Sustainable Development Goals (SDGs). To this end, a bibliometric study was conducted on the electronic platform Web of Science (WOS), in the period from 2001 to 2022, comprising the term "sustainable consumption", with an option for titles in articles from more influential journals. A total of 144 articles were descriptively analyzed regarding publications, citations, most referenced authors, and areas with the highest number of researches. With the VOSViewer® software resource, countries and keywords were mapped, resulting in a significant participation of European institutions and signaling the integration of nations in socioeconomic development with a view to sustainability. The bibliometric network showed that the expression sustainable consumption is in progress and, associated with other syntagmas in the literature, expanded the perceptions and the directions for practices and lifestyles consistent with the perspectives of the SDGs.

Keywords: Sustainable Consumption; Consumer Behavior; Sustainable Development Policy.

¹ Artigo submetido à Revista Gestão Ambiental e Sustentabilidade, em 27/02/2023, conforme Apêndice 1.

1 Introdução

Nas últimas décadas, as problemáticas socioambientais têm se mostrado desafiadoras à sociedade contemporânea, sobretudo, as percepções de níveis globais de consumo, necessitando repensar as necessidades ante aos padrões de produção e consumo sustentáveis (Abramovay, 2012, 2022). Discutidas em eventos mundiais promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2021) desde a década de 1970, questões como a redução da biodiversidade, o esgotamento de recursos naturais, a escassez hídrica, as mudanças climáticas, as desigualdades sociais, entre outras preocupações, estão cada vez mais presentes nos discursos da atualidade.

Considerando os projetos de desenvolvimento global do séc. XXI, em 2002, a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+10) teve como objetivo fazer um balanço das conquistas e desafios estruturados na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD, 2001) (ONU, 2020). A pauta buscou reavaliar as metas estabelecidas e implementar estratégias que promovessem um maior vigor às modalidades sustentáveis (Dias, 2011). Igualmente, reiterar os compromissos mundiais de ordens políticas, econômicas, sociais, ambientais, para consolidar princípios em direção ao desenvolvimento sustentável e mitigar inquietações socioambientais (ONU, 2020).

Em 2015, a ONU e os países membros fortificaram estratégias ambicionando alavancar a pauta do desenvolvimento sustentável de forma ampla e mundial. Com efeito, elaboram-se os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a formação de uma agenda com prazo de implementação estimado até 2030, contemplando os desafios a serem executados por todo o mundo com o intuito de erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente, garantir paz e prosperidade à humanidade (ONU, 2021).

Dentre os eixos estratégicos dos ODS (Pessoas, Prosperidade, Paz, Parcerias e Planeta), as preocupações com os critérios de produção e de consumo emergem, assumindo um protagonismo desafiador para encontrar novos caminhos e soluções. Abramovay (2012), aponta que, apesar de vivermos épocas de crescente prosperidade material, a ideia de crescimento da produção e do consumo esbarra no uso e limite dos recursos ecossistêmicos.

A literatura contemporânea discorre que os estudos sobre o consumo sustentável abrange contextos multidisciplinares (Liu et al., 2017; Araújo et al, 2019), com enfoques que perpassam a rotulagem ambiental (Akenji, 2014; Barboza et al., 2022) e adentram em vieses sociais, políticos, estratégicos, comportamentais, etc., com destaque aos critérios de inovação social voltados à sustentabilidade (Correia et al, 2018; Thogersen & Olander, 2002). O que

torna relevante compreender as diversas concepções que envolvem a temática e os propósitos em analisar as contribuições científicas à sustentabilidade e ao desenvolvimento humano.

Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo descrever a trajetória política e estratégica do termo “consumo sustentável” nas últimas duas décadas (2001 a 2022) que direcionaram uma agenda de pesquisa. Apresentam-se evoluções teóricas relacionadas às perspectivas e metas transformadoras voltadas aos ODS e os mecanismos contributivos para o crescimento, desenvolvimento e evolução da humanidade.

Estruturado em cinco seções, após a introdução, a seção dois apresenta uma visão global da literatura, sobre a evolução conceitual e o desenvolvimento de convenções associadas ao consumo sustentável. A seção três integra dos ODS e os componentes sociais interligados aos critérios de sustentabilidade. A seção quatro, a estrutura metodológica através da pesquisa bibliométrica, a partir da base de dados da plataforma Web of Science (WOS) e a aplicabilidade do *software* VOSViewer. As considerações finais compreendem a última seção.

Este artigo visa contribuir com os estudos socioambientais abrangendo o termo “consumo sustentável”, investigando a trajetória percorrida para a inserção de mecanismos aos princípios estabelecidos nos ODS. Assim como, propiciar uma reflexão sobre os impactos comportamentais do consumidor em torno das demandas de consumo, ao longo de mudanças estruturais presentes na sociedade, conforme descrito no item seguinte.

2 Consumo Sustentável: da contemporaneidade do conceito às convenções

A necessidade de rever os atuais padrões e níveis de consumo considerados insustentáveis sugerem a emergência em compreender o termo consumo sustentável, dado que, o ato de consumir é algo inerente ao cotidiano das sociedades (Barbosa, 2004; Barbosa & Campbell, 2006; Baudrillard, 1995; Bauman, 2009; Portilho, 2005).

Ressalta-se que a combinação dos termos “consumo” e “sustentável” tem por escopo construir novas concepções dentro do contexto do desenvolvimento e o compromisso de uma modernidade socialmente inclusiva (Sachs, 2008). Reúnem-se o melhor das ideias (econômicas, políticas, sociais, ambientais, tecnológicas, etc), gerando uma nova mentalidade que nunca deverá ser estática, mas em constante evolução (Raworth, 2019).

Em razão disso, afirma-se haver um conjunto de definições sobre "consumo" e “sustentável”, cuja interseção visa compreender as ações estruturais da cultura de consumo e suas derivações. Investigam-se fatores críticos existentes na relação entre o consumo e o comportamento de consumo como parte integrante do contexto socioambiental (Mont, 2004; Buenstorf & Cordes, 2008; Longoria et al, 2021). Seja como causa, por instabilidade de ações

individuais e coletivas em função do consumo (des)necessário, ou como consequência, sem perceber e considerar os riscos decorrentes das práticas cotidianas de consumo.

No Brasil, a definição legislativa sobre o termo consumo sustentável conceitua “o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (Brasil, 2015). Esta aceção alcança o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA, 2021) que caracteriza o consumo sustentável como “aquele em que o uso de serviços e produtos correspondem às necessidades básicas de toda a população, além de trazer qualidade de vida e reduzir os danos provocados ao meio ambiente” (ONU, 2022).

No alcance internacional, o consumo sustentável foi destaque durante a Cúpula da Terra (Rio 92 / Eco 92), o mais importante fórum mundial do século passado (Dias, 2011; ONU, 2012; Seyfang, 2005). Entre os propósitos do evento, fomentava-se desenvolver mecanismos frente às dimensões sociais e econômicas com foco em mudanças de padrões, produção e consumo, a partir de políticas e estratégias em prol da qualidade ambiental e da sustentabilidade no mundo (ONU, 2012; Dias, 2011). Desde então, a trajetória política sobre o conceito do “consumo” encontra a estratégia de implementação “sustentável”, configurando novas convenções por um mundo ambientalmente equilibrado.

A exemplo, destacam-se ações integradas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2021) e pelo PNUMA (2021), referente ao desenvolvimento de políticas e estratégias para lidar com os impactos relacionados ao consumo e ao meio ambiente. São projetos estruturados para reforçar parcerias de proteção ao meio ambiente em âmbito global, a fim de promover qualidade de vida para atender as necessidades atuais, sem comprometer a sobrevivência das futuras gerações (OCDE, 2021).

Silva et al. (2017) destacam cenários críticos sobre padrões de consumo, em virtude do modelo econômico de acúmulo de capital. Enfocam a necessidade de se libertar da linearidade de ideias para haver progresso econômico. Isso requer entendimentos conscientes que promovam liberdade de ações e decisões quanto às oportunidades de consumo de maneira sustentável (Silva et al., 2017; Raworth, 2019), como um processo social e pluridimensional, a fim de não comprometer a economia, o meio ambiente e a posteridade (ONU, 2018).

Para Zhouri & Laschefski (2010) o conceito sobre desenvolvimento sustentável foi aprimorado a partir de iniciativas políticas, em que o enfoque ambiental e social convergiu na mesma pauta dos interesses econômicos, modelando estratégias de produção e de consumo. Entretanto, em torno dessa possível conciliação do consumo politicamente correto, destacam Costa & Teodósio (2011), a resistência das ambições políticas e econômicas restringe o

consenso, em desconformidade com a promessa do desenvolvimento sustentável e inclusivo. Apontam que as discussões sobre o consumo sustentável estão caracterizadas por debates conceituais e dificuldades em materializar as estratégias politicamente corretas, considerando os alcances e limites das diferentes formas de renovar o consumo (Costa & Teodósio, 2011).

Alcançar sociedades sustentáveis, equitativas e resilientes é um dos desafios da humanidade (Harari, 2018; Raworth, 2019; Sachs, 2008). Para tanto, edificar estruturas para se atingir os ODS implica compreender a essência do conceito sobre o consumo sustentável, integrando mecanismos políticos e a elaboração de estratégias que contemplem o desenvolvimento socioeconômico e a sustentabilidade (Seyfang, 2005; Silva et al, 2017).

O ato de consumir está representado como um fenômeno cultural que gera identidades, cujas interações socioculturais podem interferir nas decisões comportamentais ao consumo (Barbosa & Campbell, 2006; Castells, 2013; Oliveira et al., 2016; Scherer-Warren, 2013). Isso preconiza um fator decisivo à medida em que práticas comportamentais, às vezes implícitas por fatores culturais, alinham formas de relacionamento entre o homem e o meio ambiente (Oppliger et al., 2020; Scherer-Warren, 2013), a fim de atender as necessidades humanas.

Dessa forma, tem-se que o séc. XXI estreou no palco cronológico da sustentabilidade com um roteiro de mudanças, apresentando atores e cenários diversificados, acenando um elenco que protagoniza transformações comportamentais. Isso porque, os anseios da sociedade se transformam à medida que as necessidades mundanas exigem da humanidade um maior desempenho para se viver (Bauman, 2009; Han, 2017). Assim, os entendimentos em torno da política e do conceito do consumo sustentável constituem estratégias universais, a fim de ampliar convenções e ações em direção ao desenvolvimento sustentável.

A seção seguinte descreve a integração dos ODS na trajetória estratégica do consumo.

3 Consumo Sustentável e os ODS: ressignificando conceitos, aprimorando práticas, modelando atores

As pesquisas sobre consumo sustentável vêm demonstrando vastos horizontes, principalmente, no que se refere às preocupações com as consequências que o consumo exerce sobre o planeta, carecendo de maior e melhor acompanhamento ecossistêmico (Portilho, 2010). Sobretudo, abrangendo as perspectivas em gerar mecanismos de coesão socioambiental e econômica (Abramovay, 2012, 2022).

Enumerados pela ONU, os ODS compreendem diretrizes de ações dispostas por cinco eixos estratégicos (Pessoas, Prosperidade, Paz, Parcerias e Planeta) e 17 objetivos inter-relacionados, sendo 169 metas sobre os desafios a serem executados por todo o mundo,

denominada Agenda 2030 (ONU, 2021). O eixo consumo sustentável compreende o ODS 12 (padrões de produção e de consumo sustentáveis), que versa sobre o uso eficiente dos recursos naturais, desperdícios e perdas, geração de resíduos e seus impactos (ONU, 2021). Para isso, a Agenda 2030 elenca indicadores de acordo com a realidade de cada nação, especificando metas e planos de ações a serem executados (ONU, 2021).

Aprimorando práticas, a OCDE (2008) elaborou o Relatório de Perspectivas Ambientais para 2030, cujo documento buscava entender possíveis motivos que dificultavam as ações sobre práticas sustentáveis e questionava “como será o ambiente em 2030 se nada for feito?”. Em 2015, esta pauta foi ampliada até o ano 2050. O novo relatório questiona o atual modelo de crescimento econômico, a gestão dos recursos naturais e as consequências da inação, através da questão-problema: “o que as próximas quatro décadas trarão se o mundo não adotar políticas verdes mais ambiciosas?” (OCDE, 2015). O foco são as tendências econômicas e ambientais, manifestando os problemas ecossistêmicos que podem ser simultaneamente exequíveis e financeiramente viáveis e, para isso, é preciso adotar políticas de enfrentamento mais intensas frente aos desafios do séc. XXI (OCDE, 2008, 2015).

Alerta a ONU (2021) que, apesar de haver progressos, o mundo precisa fazer mais para cumprir as metas ambientais, a fim de não estender os problemas por mais tempo que o necessário. Destaca que é preciso resguardar os recursos naturais ainda disponíveis, relevantes e essenciais ao crescimento e ao desenvolvimento do planeta, da humanidade e dos ecossistemas (Harari, 2018; ONU, 2021; Sachs, 2008).

No cerne da economia para o desenvolvimento, Raworth (2019, p. 170) adverte que padrões econômicos modernos devem ser capazes de evitar o colapso dos recursos naturais, abandonando a definição de uma “economia divisiva e degenerativa” para integrar uma “concepção distributiva e regenerativa”. Isto implica aos consumidores ressignificar conceitos e modelar ações em níveis de produção e de consumo, por meio de comportamentos que restauram e renovam ciclos de vida para prosperar (EMF, 2014; Raworth, 2019).

A contemporaneidade do conceito sobre o consumo sustentável desenvolve-se em meio a processos que exigem constantes racionalização e mudanças sociais, sobretudo, as ações de consumo (De Hoyos Guevara, et al., 2021). Ressignificar conceitos de modo que a teoria aprimore práticas em que o consumo sustentável proporcione resultados satisfatórios e condizentes com o processo evolutivo da humanidade (Abramovay, 2022). Assim como, a possibilidade de reverter ações insustentáveis (Silva et al., 2021) em favor de um mundo melhor para se viver e, por isso, merece total atenção, cuidados e investimentos.

A seguir, os elementos que serviram de base para a estruturação deste trabalho.

3.1 Atravessando décadas: expansão das pesquisas sobre o consumo sustentável

A partir da expansão de entendimentos em torno das concepções sobre o consumo e sua potencial entrada no glossário da sustentabilidade, Liu et al. (2017) buscou analisar de forma holística e quantitativa a evolução dos estudos sobre o consumo sustentável, atravessando décadas, entre os anos 1995 até 2014. Antecedendo aos ODS, o objetivo foi acompanhar a evolução do consumo, identificar os principais autores e redes de coautoria e os desdobramentos que fortalecem a temática, agregando conhecimentos, reflexões e derivações.

Em continuidade, Araújo et al. (2019) avança os estudos sobre o consumo sustentável de forma complementar e relacionado ao contexto de inovação social, no intervalo de 1999 até 2019, descrevendo as principais publicações e agrupamentos de pesquisa. Os resultados apontaram a complexidade do tema envolvendo aspectos econômicos, tecnológicos, políticos, sociais, psicológicos e ambientais, sistematizados em cinco grupos de pesquisas, assim identificados: ecoeficiência com foco no esverdeamento do mercado; comportamento do consumidor com ênfase no incentivo para compra de produtos verdes; natureza social do consumo que insere a perspectiva sociológica; abordagem dinâmica por considerar a interdisciplinaridade do campo e papel da educação para o consumo sustentável.

A consolidação dos achados de Araújo et al. (2019) indicou que as abordagens sobre os atuais padrões e níveis de consumo necessitam de mudanças atreladas aos diversos atores em processos participativos e de cocriação. Bem como, o realce do consumo sustentável integrado com outras áreas do conhecimento com contribuições da sociologia, psicologia, política, economia, entre outras abordagens que agregam riquezas ao campo de pesquisa.

Em curso às pesquisas, este artigo visa ampliar a trajetória do termo consumo sustentável, através de um estudo bibliométrico na plataforma eletrônica Web of Science (WOS), no período de 2001 a 2022. Busca-se apresentar contribuições atualizadas nas diferentes áreas do consumo e suas derivações, por meio do gerenciamento de pesquisas que abordam as principais publicações, citações, autorias e cooperação entre países.

A Tabela 1 especifica a dinâmica das pesquisas sobre o termo consumo sustentável.

Tabela 1 - *Cronologia das pesquisas sobre consumo sustentável*

Autores	Período	Área relacionada	Enfoque
Liu et al. (2017)	1995 a 2014	Visão holística	Principais autores e rede coautoria
Araújo et al. (2019)	1999 a 2019	Inovação Social	Principais publicações e temas
Negromonte et al. (2023)	2001 a 2022	Movimentos Sociais	Principais publicações, citações, autorias e cooperação entre países

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Considerando a contribuição científica e a robustez metodológica das pesquisas já realizadas, a combinação de outros índices bibliométricos suscita a necessidade de atualizar e ampliar as abordagens sobre o consumo sustentável e os direcionamentos. Alavancar novas associações com o intuito de edificar outros entendimentos, analisar vertentes atualizadas aos contextos socioambientais, consolidando a dinamicidade que a temática sugere.

A seção seguinte apresenta o processo metodológico adotado para este trabalho.

4 Procedimentos Metodológicos

O objetivo deste artigo é descrever a trajetória política e estratégica do termo consumo sustentável nas últimas duas décadas (2001 a 2022) que direcionaram uma agenda de pesquisa, descrevendo as evoluções teóricas relacionadas às perspectivas e metas transformadoras dos ODS.

Optou-se por realizar um estudo bibliométrico na plataforma referencial WOS, cuja base de dados possui extensa cobertura de indexação de artigos científicos e reconhecimento acadêmico. Este tipo de pesquisa busca evidenciar as tendências das publicações com recursos matemáticos e estatísticos, possibilitando construir avaliações, mensurações e resultados, minimizando a subjetividade indexada (Moreira et al., 2020).

A coletânea sucedeu em janeiro de 2023 a partir do termo “*sustainable consumption*”, com as opções de títulos e artigos de periódicos, no intervalo entre os anos 2001 até 2022, totalizando 144 artigos após os refinamentos descritos na Tabela 2.

Tabela 2 - Critérios de seleção e refinamento na base de dados WOS

Tópicos	Etapas de Refinamento	Resultados
Título	<i>“Sustainable Consumption”</i>	792
Tipo de documento	<i>Article</i>	593
Idioma	<i>English or Portuguese or Spanish</i>	582
Índices	<i>SSCI, SCI-EXPANDED and ESCI</i>	577
Categorias	<i>Economics or Regional Urban Planning or Development Studies or Ecology or Sociology or Management or Education Educational Research or Social Sciences Interdisciplinary or Ethics or Multidisciplinary Sciences</i>	144
Base final		144

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Selecionou-se os idiomas Inglês, Português e Espanhol para refinar os documentos. Os índices de citações compreendem as divisões: *Social Sciences Citation Index* (SSCI), *Science Citation Index Expanded* (SCI- EXPANDED) e *Emerging Sources Citation Index* (ESCI), devido à expressividade de artigos. As categorias selecionadas estão compostas por

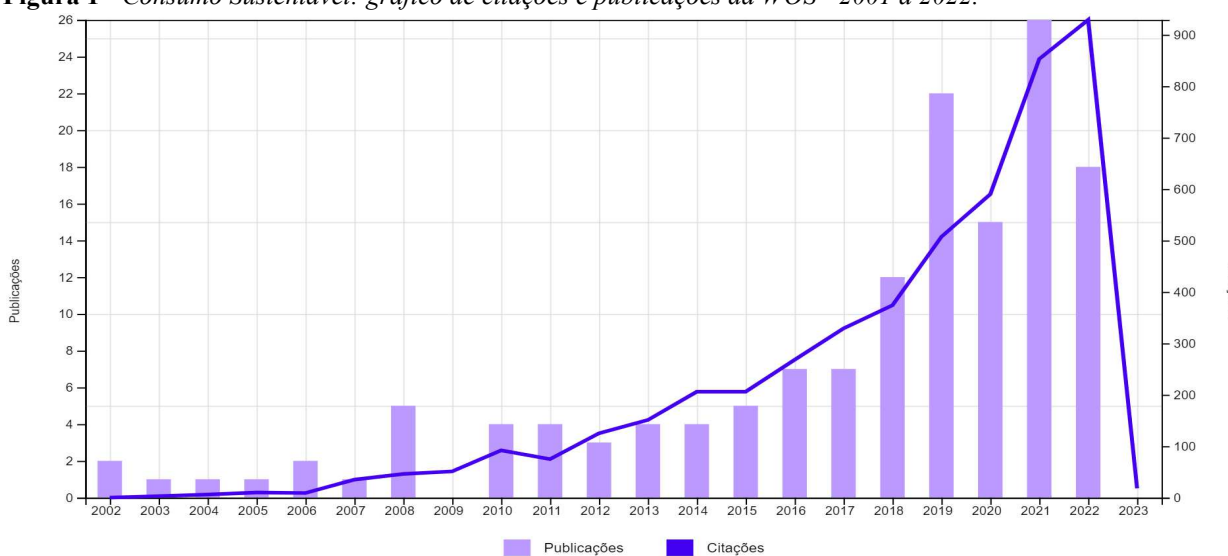
documentos voltados às abordagens socioambientais: *Economics or Regional Urban Planning or Development Studies or Ecology or Sociology or Management or Education Educational Research or Social Sciences Interdisciplinary or Ethics or Multidisciplinary Sciences*.

A partir da base final, a pesquisa foi dividida em duas etapas: 1) identificar o conjunto de informações sobre a temática por meio da classificação de publicações e citações de autores, em artigos com maior índice de registros. Esta etapa busca qualificar o progresso teórico e empírico do tema, trazendo a contemporaneidade das abordagens, autores e campos de estudos. 2) com recurso do *software* VOSViewer®, caracterizar a colaboração entre países e identificar palavras-chave conectadas à temática. Bem como, apresentar o envolvimento de nações e suas colaborações para a promoção do consumo sustentável, evidenciando conexões científicas e novos entrantes segmentados, conforme especificado nas subseções a seguir.

4.1 Publicações e Citações

A partir dos 144 artigos que formam a base, observa-se que as primeiras publicações iniciam-se em 2002, com discretas citações e publicações na primeira década. Destaque para 2009 pela ausência de atividades, retomando em 2010 até 2015 gradativas divulgações. Em 2016, acendeu o quantitativo pesquisado, sendo 2019, 2021 e 2022 os registros mais expressivos. Possivelmente, este aumento se justifica devido ao interesse sobre a temática após o estabelecimento dos indicadores para os ODS. Em 2020, registra-se um pequeno declínio, cujo recuo pode ser explicado devido à pandemia por COVID-19, que levou as pesquisas científicas a outros nortes investigativos, conforme Figura 1.

Figura 1 - Consumo Sustentável: gráfico de citações e publicações da WOS - 2001 a 2022.

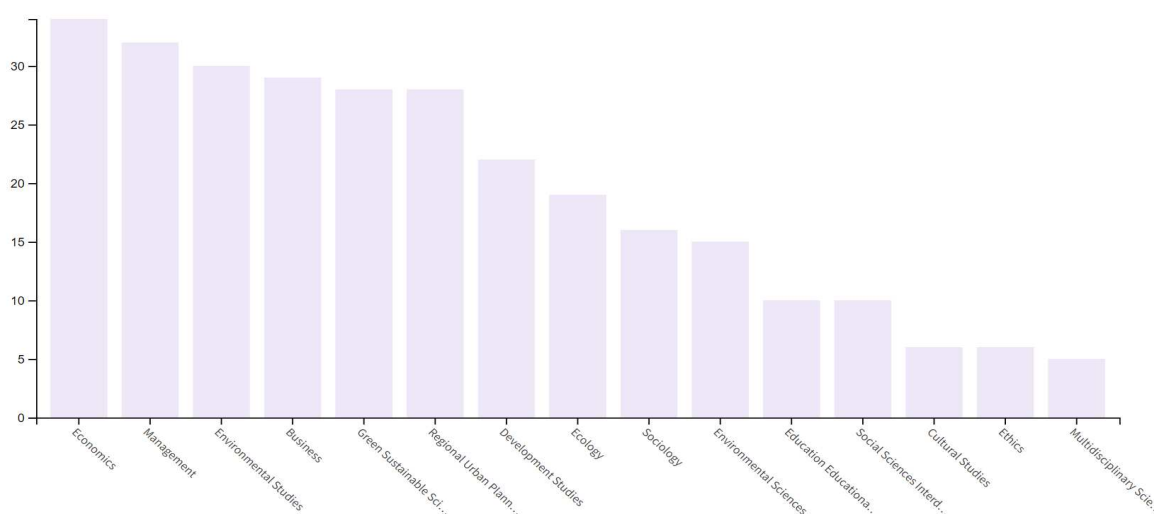


Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir do refinamento por categorias a área de maior relevância com o tema pesquisado é "*Economics*" com 34 artigos publicados, indicando as interferências dos recursos

alocados à produção de bens e serviços. Em seguida, "Management", possui 32 artigos e aborda os diversos papéis, ações, decisões envolvendo os processos de gestão. Em terceiro, "Environmental Studies", 30 artigos, apresentam teorias científicas relacionadas ao mundo e ao meio ambiente. Em quarto "Business", 29 artigos, compreende a amplitude dos negócios sustentáveis. Em quinto, "Green Sustainable Science Technology", 28 artigos, aborda a tecnologia sustentável e os impactos gerados ao meio ambiente. Não menos importantes, as demais categorias apresentam índices menores. Dispõe-se que um mesmo artigo pode estar representado em mais de uma categoria, conforme representado na Figura 2.

Figura 2 - Consumo Sustentável: gráfico de publicações por categorias da WOS - 2001 a 2022.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Corroborando as pesquisas anteriores, nota-se nos achados iniciais que a temática investigada é complexa e multidisciplinar (Liu et al., 2017; Araújo et al, 2019). Os estudos seguem uma dinâmica plural e crescente, abrangendo novos enfoques e desdobramentos sobre o consumo sustentável e sua influência perante o meio ambiente e a humanidade.

A Tabela 3 apresenta os artigos mais citados na base pesquisada, classificados de acordo com maior número de citações, totalizando 4.883 citações no período selecionado.

Tabela 3 - Consumo Sustentável: resumo dos principais artigos mais citados - WOS 2001 a 2022.

Ordem	Título	Autores	Nº de citações	% 4.883 citações
1	<i>Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products</i>	Young, W; Hwang, K; Mc Donald, S; Oates, CJ. (2010)	739	15,13%
2	<i>Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks</i>	Seyfang, Gill (2006)	408	8,35%
3	<i>Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study</i>	Thogersen, J; Olander, F. (2012)	346	7,08%

4	<i>Sustainable consumption: A theoretical and environmental policy perspective</i>	Spaargaren, G. (2003)	286	5,85%
5	<i>Willing consumers - or locked-in? Policies for a sustainable consumption</i>	Sanne, C. (2002)	243	4,97%
6	<i>Feelings that Make a Difference: How Guilt and Pride Convince Consumers of the Effectiveness of Sustainable Consumption Choices</i>	Antonetti, P; Maklan, S. (2014)	197	4,03%
7	<i>Institutionalization of sustainable consumption patterns based on shared use</i>	Mont, O. (2004)	169	3,46%
8	<i>Sustainable consumption: Green purchasing behaviours of urban residents in China</i>	Liu, XB; Wang,C; Shishime, T; Fujitsuka,T. (2012)	105	2,15%
9	<i>Measuring What Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors</i>	Geiger, Sonja Maria; Fischer, Daniel; Schrader, Ulf (2018)	95	1,94%
10	<i>Socio-demographics, implicit attitudes, explicit attitudes, and sustainable consumption in supermarket shopping</i>	Panzone, Luca; Hilton, Denis; Sale, Laura; Cohen, Doron (2016)	85	1,74%

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O artigo mais citado, produzido por Young et al. (2010), apresenta um estudo sobre o comportamento do consumidor verde em relação aos produtos de tecnologia e o consumo sustentável. Verificou-se uma preocupação dos consumidores com os padrões de comportamentos em consumir produtos gerados por cadeias de produção limpas e sustentáveis e que os rótulos ajudam os consumidores a adquirir produtos verdes.

O segundo artigo, Seyfang (2006), compreende a produção de alimentos orgânicos como um modelo alternativo de produção integrado ao consumo sustentável e o papel da cidadania ecológica. A iniciativa possibilitou entender que esta integração acrescenta às práticas de consumo valores de cidadania ecológica como força motivadora, superando desconformidades de práticas tradicionais e ampliando o consumo alternativo sustentável.

O terceiro artigo, Thøgersen & Olander (2002), traz uma amostragem sobre os valores sociais e o estabelecimento de um padrão de consumo sustentável com consumidores dinamarqueses, verificando como as prioridades individuais podem influenciar o surgimento de um padrão de consumo sustentável, a partir dos valores construídos por cada consumidor.

Spaargaren (2003), quarto artigo, afirma que o papel dos cidadãos-consumidores na formação e reprodução de comportamentos delineiam mudanças de paradigmas e estilos de vida. Isso porque, para haver modificações nos critérios de consumo sustentável, as influências e tendências construídas ao longo da vida, geram comportamentos que combinam ações e relações humanas com o meio ambiente em direção a um futuro sustentável.

O quinto artigo, Sanne (2002), relata a influência que fatores sociais e psicológicos podem exercer de forma a impulsionar ou reprimir o comportamento do consumo. Destaca que mudanças históricas, como o processo global de industrialização, trouxeram alterações comportamentais e de consumo, readequando sociedades, reestruturando hábitos, costumes, etc., moldando os modos de produção, de comportamentos e de práticas de consumo.

O sexto artigo apresenta a dimensão de sentimentos e percepções de consumidores que podem fazer diferença nas escolhas sustentáveis (Antonetti & Maklan, 2014). Descreve que a credibilidade sobre as tomadas de decisões de consumo afetam o meio ambiente e a sociedade, podendo contribuir para o delineamento de comportamentos sustentáveis.

Mont (2004), sétimo artigo, considera haver uma lacuna entre o reconhecimento dos problemas gerados pelo consumo e as possíveis formas para saber lidar com as questões de insustentabilidade. A herança de séculos passados gerou uma visão limitada que liga o conceito de crescimento econômico ao aumento nos níveis de consumo, represando a compreensão social e dificultando novas formas para lidar com os atuais padrões de consumo.

Os estudos de Liu et al. (2012), oitavo artigo, aborda práticas de compra verde na China, cuja sociedade ainda segue comportamentos convencionais de consumo em descompasso com a sustentabilidade. Apontam que a percepção da autorresponsabilidade ambiental exerce influência na definição de comportamentos de compra verde e que a educação ambiental constitui um fator que possibilita o aumento dessa percepção.

Geiger, Ficher & Schrader (2018), nono artigo, abordam os comportamentos dos consumidores e uma integração multidisciplinar, investigando os comportamentos comuns, comportamentos sustentáveis, intenções e impactos do consumo em nível individual.

Por fim, Panzone, Hilton, Sale & Cohen (2016), buscaram examinar se atitudes sociodemográficas, implícitas e explícitas interferem no comportamento sustentável do consumidor. A partir de dados de cartão fidelidade de um supermercado, mediu-se as características demográficas e as intenções de compras, revelando que o nível de educação é um indicativo de medida agregada do consumo sustentável.

Com base nos destaques, constatou-se que as principais pesquisas mais citadas abordaram publicações que atentam aos conceitos cientificamente estruturados, assim como, comportamentos e convenções sobre práticas de consumo sustentável. Destacaram-se investigações envolvendo alterações nos papéis comportamentais como fonte modeladora, direcionando estilos de vida. A maioria dos artigos antecede à elaboração dos ODS, retratando que as abordagens entre consumo e sustentabilidade vêm despertando interesses longínquos. Portanto, uma construção teórica emergente, alinhando conceitos e convenções, permite

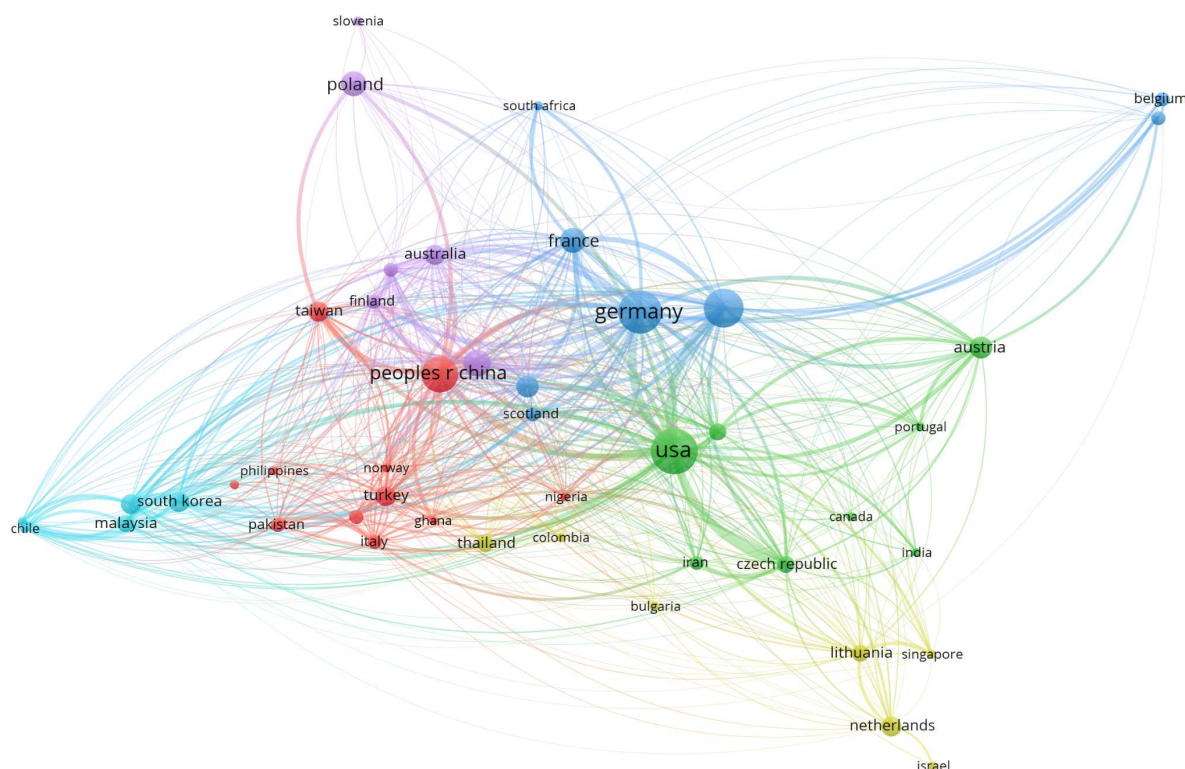
integrar novas perspectivas socioambientais em direção aos ODS, interligando nações por meio de processos colaborativos, conforme descrito a seguir.

4.2 Colaboração entre Países

Para mapear a colaboração entre países utilizou-se o recurso do *software* VOSViewer®, para sistematizar as tendências e os encadeamentos desenvolvidos através do recorte de dados selecionados. Optou-se em analisar o acoplamento bibliográfico, cuja funcionalidade mede a relação entre dois artigos que se utilizam da mesma referência e quanto maior o número de compartilhamentos, maior a similaridade (Grácio, 2016).

Para isso, selecionou-se a opção *Bibliographic Coupling*, unidade de análise *Countries*, método de contagem completa e frequência mínima delimitada em índice 1. O resultado do mapa elencou um conjunto de 45 países relacionados por meio de publicações entre si e representados por seis agrupamentos: *Cluster 1* (vermelho) 11 países; *Cluster 2* (verde) 8 países; *Cluster 3* (azul) 8 países; *Cluster 4* (amarelo) 7 países; *Cluster 5* (lilás) 6 países e *Cluster 6* (ciano) 5 países. A malha está representada na Figura 3.

Figura 3 - Consumo Sustentável: mapa de colaboração de países - WOS 2001 a 2022.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

4.2.1 Cluster 1 (vermelho) - Comportamento do Consumidor

Este acoplamento é composto por Gana, Itália, Japão, Nigéria, Noruega, Paquistão, China, Filipinas, Taiwan, Turquia e Vietnã. O Cluster 1 foi denominado de **Comportamento do Consumidor** por concentrar pesquisas que abordam as decisões de compras dos consumidores baseadas em fatores determinantes sobre a mudança comportamental para um padrão de consumo sustentável.

Taiwan apresenta o trabalho mais recente. Lin, Timmy, Tseng, Chang & Yang (2022), investigaram de que modo são impulsionados o comportamento do consumidor sustentável em compras de varejo, baseando-se no valor e na teoria do comportamento planejado, considerando, além de benefícios econômicos, o comportamento individual e adoção de valores como facilitador para se comprar em lojas de varejo que adotam práticas sustentáveis.

Neste grupo, destaca-se a China, cuja nação integra o maior índice de colaboração, com 12 publicações, 41 links de citações e 1565 conexões que representam a força total de relações entre as publicações. Contudo, apesar do registro sobre as pesquisas científicas na área do consumo sustentável, não há equivalência expressiva de evidências políticas e estratégicas da participação chinesa nos marcos ambientais evidenciados nas Tabelas 4 e 5.

4.2.2 Cluster 2 (verde) - Incentivos ao consumo sustentável

A formação deste *cluster* é composta por Estados Unidos, Áustria, Canadá, República Tcheca, Dinamarca, Índia, Irã e Portugal. O Cluster 2 foi denominado de **Incentivos ao consumo sustentável**, visto que a maioria das publicações deste grupo se concentra em pesquisar de que maneira fatores internos e/ou externos reagem, colaborando ou dificultando, a implementação e adoção de práticas sustentáveis.

Os EUA integram o maior índice de colaboração, sendo 19 publicações, 41 *links* e 3130 conexões. O Irã apresenta a pesquisa mais recente. Karimzadeh, Abbaszadeh & Kasparova (2019), investigaram incentivos e inibições que afetam o comportamento de consumo sustentável entre os consumidores de Urmia, resultando em um consumo sustentável paradoxal, em que os incentivos voltados à saúde, economia e meio ambiente colaboram entre si para encorajar o comportamento de consumo sustentável.

4.2.3 Cluster 3 (azul) - Cotidiano Sustentável

Este agrupamento compreende os seguintes países: Alemanha, Escócia, África do Sul, Bélgica, Brasil, Inglaterra, França e Suécia. O Cluster 3 foi denominado de **Cotidiano Sustentável**, dado que há uma associação de artigos que analisam o consumo sustentável

através das práticas cotidianas de consumo e de que maneira este comportamento, por vezes visto como inofensivo, pode contribuir para novos padrões de consumo.

A Alemanha possui o maior índice de colaboração (17 publicações, 43 *links* e 2344 conexões) e a Suécia, a publicação mais recente. Tullia (2022), analisa como os critérios de limpeza cotidiana são escolhidos pelos suecos e os avanços no consumo de água e de energia. Perceber como as convenções e práticas cotidianas de consumo interagem, a fim de desmistificar e combater o consumo insustentável. Evidenciaram-se dilemas culturais, dado os múltiplos significados que cada ação de consumo exerce dia a dia sobre cada consumidor.

O destaque deste grupo compreende os países Brasil e África do Sul, cujas nações se destacam pelo crescimento das suas economias em desenvolvimento, integrando um cenário diferente e fora do eixo europeu e a compreensão dos mecanismos sustentáveis.

4.2.4 Cluster 4 (amarelo) - Consumo Multifacetado

Formado por Bulgária, Colômbia, Israel, Lituânia, Países Baixos Europeu, Cingapura e Tailândia, este grupo foi nomeado **Consumo Multifacetado**, em função da diversificação de abordagens que apresentam o consumo como um fenômeno atual comprometido pelas atividades e causas sociais interligadas aos problemas de comportamento e estilos de vida.

A Lituânia possui o maior índice de colaboração (3 publicações, 33 *links* e 302 conexões) e a Bulgária, a pesquisa mais recente. Dimitrova, Ilieva & Angelova (2022), investigaram os efeitos do conjunto de fatores que influenciam no comportamento de consumo sustentável: conhecimento, materialismo, influências ambientais, promoção do consumo sustentável e intenção de comportamento de consumo. Esta combinação evidenciou que o conhecimento, sobretudo nos jovens, afetam o comportamento de consumo e se sentem motivados a fazer algum tipo de sacrifício para demonstrar comportamentos sustentáveis.

Neste grupo destacam-se Tailândia e Cingapura, cujas nações demonstram a incorporação de novos aportes sociais e econômicos, principalmente no campo da educação como alicerce para mudanças. O que sugere reflexões e ações acerca das questões ambientais e do consumo sustentável. Dados do Ministério da Educação do Brasil (Brasil, 2022) registrou uma parceria com Cingapura inspirada no modelo para transformar a educação nacional, aplicando estratégia de valorização e formação de professores.

4.2.5 Cluster 5 (lilás) - Educação para o consumo

Este *cluster* é formado por Austrália, Finlândia, Nova Zelândia, Polônia, Eslovênia e Suécia. Esta formação foi denominada **Educação para o consumo**, em virtude do campo do

conhecimento representar um poder decisório às práticas que viabilizam o consumo sustentável. Destaca-se o papel da educação como competências necessárias para gerar habilidades aos consumidores e atender às crescentes demandas de consumo consciente.

A Nova Zelândia possui o maior índice de colaboração (2 publicações, 38 *links* e 815 conexões) e a Finlândia destaca a publicação mais recente. Saari, Damberg, Frömbing, & Ringle (2021), pesquisaram como o conhecimento e a percepção de risco ambiental podem influenciar o comportamento de consumo sustentável. Os resultados indicaram uma associação entre o comportamento e a preocupação ambiental influenciada pelo aumento dos níveis de conhecimento e percepção de risco. Isso possibilita favorecer possíveis mudanças no comportamento de consumo e a transição para uma economia verde e circular.

Este agrupamento revela a educação como destaque a partir do investimento na educação básica. Dados da OCDE (2022) que elencaram os países que mais investem em educação, verificou-se que neste agrupamento todas as nações estão no *top 10* do *ranking* da Educação Mundial: Finlândia 1º, Suécia 3º, Polônia 5º, Austrália 7º, Eslovênia 9º e Nova Zelândia 10º. Promover transformações sociais a partir de uma sociedade provida de conhecimento, fortalece ações de desenvolvimento humano e transformação social (De Hoyos Guevara & Dib, 2021; Lavallo et al., 2019). Isto permite entender que o conhecimento pode elevar vários índices sociais e o contexto do consumo sustentável se integra neste modelo de investimento.

4.2.6 Cluster 6 (ciano) - Tecnologia para o consumo

Este grupo compreende Chile, Malásia, Romênia, Espanha e Coreia do Sul. O *Cluster* foi denominado **Tecnologia para o consumo**, devido a maioria das pesquisas trazerem os aportes tecnológicos como ferramenta que desperta novas oportunidades para se construir um consumo sustentável. Sobretudo, as questões sustentáveis provenientes dos acessos e interferências oceânicas, dado que, geograficamente as cinco nações têm o mar como referência e, possivelmente, algum benefício econômico.

A Espanha possui maior índice de colaboração com 4 publicações, 36 *links* e 603 conexões. O estudo mais recente, foi idealizado pela Coreia do Sul. Han (2020), desenvolveu uma teoria do comportamento de compra verde, com base no comportamento do consumidor frente a produtos de hospitalidade ecologicamente corretos, como hotéis e restaurantes. A teoria verificou que a atitude, a responsabilidade e a conduta social ativam diretamente a norma pessoal, configurando o comportamento do consumo, a consciência das consequências, imagem, visão de mundo ecológica e valor ambiental.

A partir da construção dos grupos, observa-se que as pesquisas contemporâneas sobre o consumo sustentável, além de multi e interdisciplinares, possuem um enfoque intenso envolvendo questões comportamentais, compartilhamento de problemas e identificação de intervenções em direção às possíveis soluções, em conformidade aos ODS.

Em destaque, os artigos mais recentes apresentaram conexões por uma amplitude de fatores (sociais, econômicos, políticos, ambientais, comportamentais, tecnológicos, etc.), além do envolvimento de múltiplos atores para promover práticas sustentáveis (Oliveira et al., 2021). As percepções ambientais caminham por vieses colaborativos e interrelacionados, fomentando elos em direção ao desenvolvimento sustentável (Ma et al., 2019).

As redes geradas demonstraram que a colaboração entre países é livre de fronteiras continentais. As instituições europeias apresentam um maior aporte colaborativo e os países do continente sul americano e do bloco asiático, um crescimento integrado à sustentabilidade.

Detalhando estes elementos, optou-se em desmembrar o período de estudo em dois momentos: 1) de 2001 até 2011 e 2) de 2012 até 2022 e relacionar aos eventos ambientais promovidos pela ONU (2022) nestes intervalos. A princípio identificaram-se os principais marcos ambientais na primeira década de estudo, conforme Tabela 4:

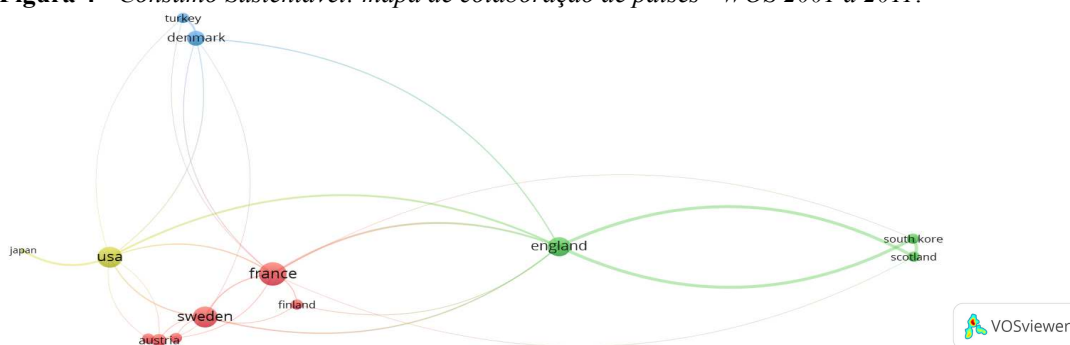
Tabela 4 - Principais marcos ambientais 2001 - 2011

Ano	Evento	País
2001	Convenção de Estocolmo	Suécia
2002	Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável - Rio + 10	África do Sul
2003	Conferência das Partes - COP 9	Itália
2004	Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (2005 - 2014)	EUA
2005	Programa de Barbados das Nações Unidas - Estratégia de Maurício	Ilhas Maurício
2006	4º Fórum Mundial da Água	México
2007	Conferência das Partes - COP 13	Indonésia
2008	Redução de Emissões por Desmatamento e Degradação Florestal em Países em Desenvolvimento UN-REDD	Suíça
2009	Conferência das Partes - COP15	Dinamarca
2010	Fórum Ministerial Global sobre Meio Ambiente do PNUMA	Indonésia
2011	Conferência das Partes - COP 17	África do Sul

Fonte: adaptado pelas autoras a partir de ONU (2023)

Com recurso do *software* VOSViewer®, aplicou-se a funcionalidade acoplamento bibliográfico de países, método de contagem completa e frequência mínima delimitada em 1, o resultado elencou 16 países em colaboração, conforme demonstrado na Figura 4. Quantitativamente, no intervalo 2001 a 2011, constatou-se uma maior colaboração entre países europeu e discreta participação asiática, africana e americana.

Figura 4 - Consumo Sustentável: mapa de colaboração de países - WOS 2001 a 2011.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Relacionando a Tabela 4 e a Figura 4, há maior incidência de eventos na Europa, o que pode explicar um envolvimento intenso de instituições deste continente. Embora o principal fórum de discussão da década tenha ocorrido na África do Sul (2002), país integrante do eixo em desenvolvimento, não se evidenciou maiores destaques entre as nações africanas, latino-americano e da Oceania. Esta lacuna não significa ausência absoluta, mas pequenas participações que não geraram visibilidades acadêmicas no intervalo estudado. Na sequência, os marcos ambientais entre 2012 a 2022, conforme Tabela 5:

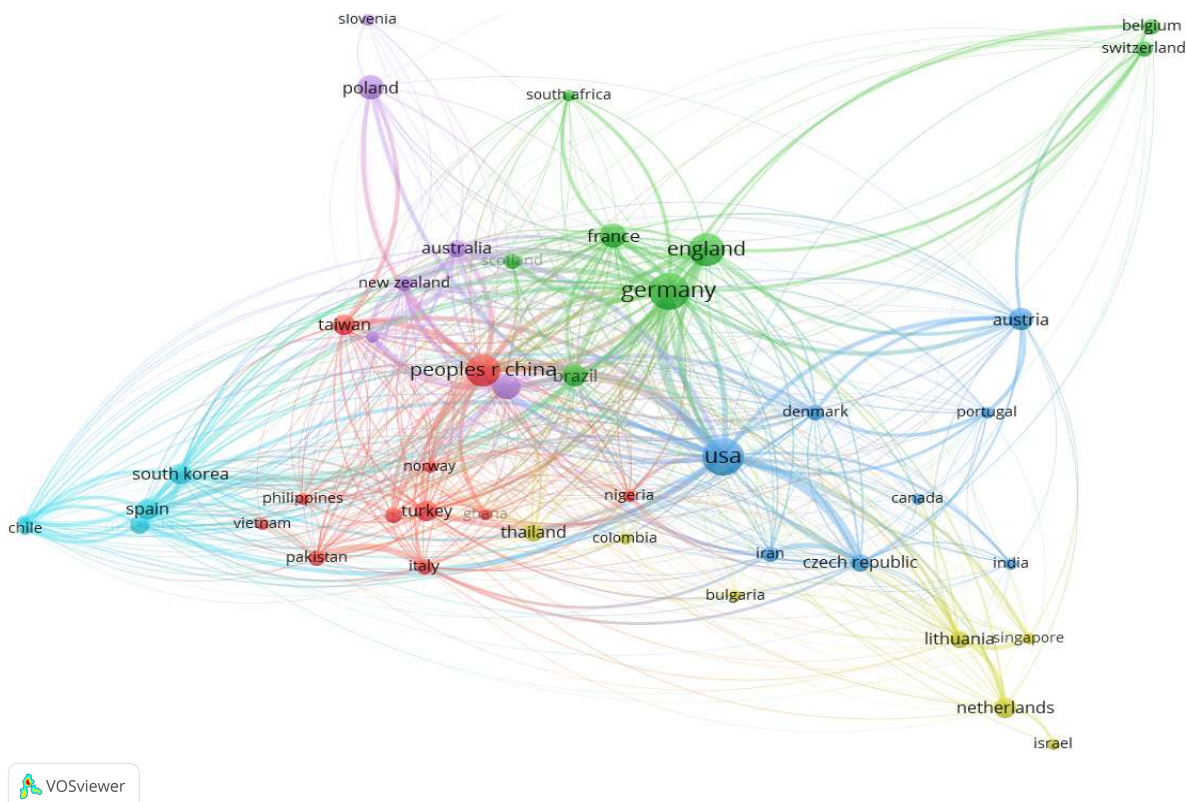
Tabela 5 - Principais marcos ambientais 2012 - 2022

Ano	Evento	País
2012	Plataforma Intergovernamental sobre Biodiversidade e Serviços Ecosistêmicos	Alemanha
2012	Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável - Rio + 20	Brasil
2013	Conferência das Partes - COP 19	Polônia
2014	Cúpula Mundial do Clima	EUA
2015	Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável	França
2015	Conferência das Partes - COP 21	França
2016	Selvagem pela Vida - PNUMA	Quênia
2017	Conferência das Partes - COP 23	Alemanha
2018	8º Fórum Mundial da Água	Brasil
2019	Cúpula de Ação Climática	EUA
2019	Conferência das Partes - COP 25	Espanha
2021	Cúpula Mundial de Líderes pelo Clima	EUA
2022	9º Fórum Mundial da Água	Senegal
2022	Conferência das Partes - COP 27	Egito

Fonte: adaptado ONU (2023)

Para o segundo intervalo (2012-2022), aplicou-se o recurso do *software* VOSViewer®, ativando a mesma funcionalidade (acoplamento, contagem e frequência), conforme Figura 5.

Figura 5 - Consumo Sustentável: mapa de colaboração de países - WOS 2012 a 2022.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O resultado elencou 45 países em rede. Relacionando a Tabela 5 e a Figura 5, notou-se uma ampliação das convenções reafirmando as estratégias a serem executadas. Constatou-se neste intervalo uma continuidade de eventos na Europa e um maior envolvimento dos EUA. Projetou-se um maior engajamento com o continente africano, configurando uma integração de países fora da Europa, agregando novas dimensões. Isso pode explicar a força que os marcos ambientais exercem sobre as diretrizes políticas coletivas, registrando um movimento atrativo e integrativo. A exemplo dos fóruns mundiais que levaram os desafios ambientais e engajamento outras nações aos interesses sustentáveis.

4.3 Identificação de Palavras-Chave

Para esta aplicabilidade utilizou-se o *software* VOSViewer® para gerar a rede de termos mais frequentes, indicando relações por *clusters* (Van Eck & Waltson, 2017).

Para isso, selecionou-se a função *Co-ocurrence*, unidade *All keywords* e método de contagem completa. A rede gerada encontrou o termo consumo sustentável 69 vezes. Em curso, identificaram-se expressões coadjuvantes ao entendimento do tema: comportamento, escolha, identidade, impacto; valor, atitude, modelo, consumo, consumidor, entre outros sintagmas identificados como variantes expressivas que colaboram para os estudos e a representação nominal. Totalizaram-se 737 palavras-chave, sendo 46 vocábulos o limite de

A literatura demonstrou que a trajetória do termo consumo sustentável está relacionada a mais de um elo ligado aos diversos entendimentos (Silva et al., 2021) que as definições científicas possibilitam alcançar. A rede bibliométrica corroborou que o tema decorre em progresso e, associado a outros sintagmas da literatura, ampliou as percepções e os direcionamentos para práticas e estilos de vida condizentes com as perspectivas dos ODS.

Constatou-se nesta agenda de pesquisa que o termo consumo sustentável representa uma forte simbologia estratégica, agregando amplas percepções aos conceitos e às convenções políticas e socioambientais. Isto pode ser verificado na formação dos *clusters* que reuniram os agrupamentos dos países, fortalecendo esforços conjuntos para elevar ações em favor, não apenas das problemáticas ambientais, mas, promover uma relação de entendimento que modifique o atual sistema de consumo em descompasso com a sustentabilidade.

Destacou-se a força que os valores sociais exercem sobre as responsabilidades do consumidor para os atos de consumo sustentável, de modo a evidenciar a formação de identidades como parte de um compromisso social (Barbosa & Campbell, 2006; Oliveira et al., 2016; Portilho, 2005). Isto pode ser verificado na diversificação de sintagmas atrelados ao conceito do consumo, em formato de convenções sociolinguísticas, conforme pode ser observado nas formações dos *clusters* de palavras-chaves.

Relativo aos ODS, notou-se que os indicadores estimados pela Agenda 2030 fortaleceram as pesquisas, integrando a participação de nações em desenvolvimento socioeconômico para a consciência ambiental e a preocupação com o meio ambiente de forma globalizada. Os avanços das convenções ambientais podem ser verificados no entrelaçamento entre os marcos ambientais e a colaboração entre os países que evoluíram entre as décadas em estudo. Assim como, a demanda em fortalecer compromissos coletivos por meio de políticas e estratégias para construir novos entendimentos sobre padrões de consumo e estilos de vida atualizados aos contextos e às exigências socioambientais.

5 Considerações finais

O objetivo deste artigo foi descrever a trajetória política e estratégica do termo consumo sustentável, no intervalo de 2001 a 2022 na plataforma WOS, analisando como as evoluções teóricas estão relacionadas dentro das perspectivas e metas transformadoras para os ODS. Para isso, elaborou-se um estudo bibliométrico a partir das perspectivas socioambientais do consumo sustentável e, com o recurso do VOSViewer®, mapeou-se a colaboração entre países e a identificação de palavras-chave conectadas ao tema para a construção de redes.

Os resultados evidenciaram que as principais pesquisas abordaram publicações voltadas aos conceitos científicos e às convenções sobre práticas de consumo sustentável. Todavia, notou-se que os achados datam de períodos que antecedem aos ODS, configurando que a abordagem entre consumo e sustentabilidade vêm despertando interesses longínquos.

Portanto, isso configura uma construção teórica emergente alinhada ao conceito do consumo sustentável, permitindo integrar novas perspectivas socioambientais em direção aos ODS, interligando políticas e estratégias. Assim como, convenções de práticas de consumo e estilos de vida correlacionados aos marcos ambientais ocorridos durante o intervalo em estudo (2001-2022). Observaram-se significativas participações de instituições europeias e colaboração de nações em desenvolvimento socioeconômico e com vistas à sustentabilidade.

A construção de redes bibliométricas demonstrou que o termo consumo sustentável, associado a outros elementos da literatura, despontou no séc. XXI uma trajetória teórica significativa, sobretudo, concepções geradas a partir dos ODS.

Como agenda de pesquisa, possibilitou visualizar uma trajetória política e estratégica sobre o termo consumo sustentável, estruturando a evolução temática do conceito às convenções, através de uma rede colaborativa de países e palavras-chave. Como também, verificar enunciações políticas através dos marcos ambientais que fortaleceram ações conjuntas, avançando novos olhares e percepções para a promoção do consumo sustentável e socialmente justo e em conformidade aos ODS.

Como limitação deste estudo, destacou-se que a formação da base de dados considerou unicamente a plataforma referencial WOS, porém sua ampla representabilidade no âmbito de pesquisas acadêmicas, atenuou a restrição. Isso porque, diante da amplitude temática, a agenda também apreciou o caráter sociocomportamental como uma das premissas, cuja ênfase envolve os contextos socioculturais que fortalecem o conceito científico.

Referente às pesquisas futuras, sugere-se a combinação de outros indicadores bibliométricos, como análise de coautoria e análise de cocitação, a fim de identificar e mapear diferentes panoramas que a amplitude da temática permite evidenciar, tanto a partir da literatura, quanto das convenções ambientais. Bem como, o envolvimento dos diversos atores que se apresentam diante do novo perfil de consumidores conscientes, a fim de relacionar contribuições teóricas atuais que promovam maior robustez científica sobre o consumo sustentável.

CAPÍTULO 2

ARTIGO II: MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: MUITO ALÉM DA INQUIETAÇÃO SOCIAL

MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: MUITO ALÉM DA INQUIETAÇÃO SOCIAL²

Resumo

Novos ecossistemas de consumo emergem com o intuito de conter a trajetória da insustentabilidade que inquieta a sociedade contemporânea, os denominados estilos de vida para consumo. O objetivo geral deste artigo é relacionar as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013) com categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável. Para isso, foi realizado um estudo teórico-conceitual, por meio de uma pesquisa qualitativa, a partir das dimensões estruturais apresentadas por Scherer-Warren (2013) sobre redes e movimentos sociais. Busca-se relacionar estas dimensões e as categorias de análises contemporâneas, envolvendo o encontro de ações e a sistemática dos movimentos sociais voltada à promoção do consumo sustentável. Os resultados evidenciaram que a contemporaneidade de objetivos relacionam os movimentos sociais e o consumo sustentável pelo pensamento coletivo atento às transformações sociais, na busca de melhoria da qualidade de vida sem prescindir os recursos ambientais. Com ações em favor de um mundo social e ambientalmente mais equilibrado, os movimentos sociais fomentam identificações, empenhos e interferências coletivas voltadas à promoção do consumo sustentável como fontes geradoras de reflexões críticas, determinantes para o bem estar da população e o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Consumo Sustentável; Movimentos Sociais; Estilo de Vida Sustentável.

Abstract

New consumption ecosystems emerge in order to contain the trajectory of unsustainability that unsettles contemporary society, the so-called lifestyles for consumption. The general objective of this article is to relate the dimensions of social movements (material, symbolic and political) presented by Scherer-Warren (2013) with categories of analysis aimed at promoting sustainable consumption. To this end, a theoretical and conceptual study was conducted, through qualitative research, based on the structural dimensions presented by Scherer-Warren (2013) on networks and social movements. An attempt was made to relate these dimensions and contemporary analysis categories, involving the meeting of actions and the systematic of social movements aimed at promoting sustainable consumption. The results showed that the contemporary objectives relate social movements and sustainable consumption by collective thinking attentive to social transformations, seeking to improve the quality of life without neglecting environmental resources. With actions in favor of a socially and environmentally more balanced world, social movements foster collective identifications, commitments and interferences aimed at the promotion of sustainable consumption as sources generating critical reflections, determining for the population's well-being and sustainable development.

Keywords: Sustainable Consumption; Social Movements; Sustainable Lifestyle.

² Artigo submetido à Academia Revista Latinoamericana de Administración, em 16/12/2022, conforme Apêndice 2.

1 Introdução

Promover o consumo sustentável requer uma série de direcionamentos, cujo enfoque está contido entre os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) que integram a Agenda 2030, a maior proposta do séc. XXI, englobando as pessoas e o planeta em prol da prosperidade do mundo (ONU, 2021).

Como unidade que integra a vida humana (Miranda, 2012), a afirmação que o consumo é um elemento vital existe na historicidade da formação social e resiste, sobretudo, diante de um sistema capitalista globalizado e em permanente expansão; considerando-se que não é possível viver sem consumir (Barbosa, 2004).

Para Bauman (2009, p. 41) o consumo “é uma característica e uma ocupação dos seres humanos” e o consumismo “é um atributo da sociedade”, associando a um tipo de arranjo social, resultante de anseios humanos, capaz de modificar estruturas e transformar consumidores em mercadorias.

Considerando um fenômeno multifacetado (Oliveira, Correia & Gómez, 2016), analisar o consumo como uma atividade social e cultural possibilita compreender, a partir das percepções ambientais, uma interligação com os problemas relativos aos níveis de comportamento e estilos de vida, que ao mesmo tempo empodera e explora uma sociedade para o consumo (Portilho, 2005, 2020; Silva & Silva, 2014).

Diante de múltiplos entendimentos para se constituir uma visão contemplando consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade, observa-se um destaque voltado às instituições não governamentais e, mais especificamente, os movimentos sociais, cujas ações funcionam como elos nas relações entre os fenômenos socioambientais (Lavalle, Carlos, Dowbor, & Szwako, 2019; Oliveira et al., 2018). Assim como, um fortalecimento conceitual integrado por meio de argumentos econômicos e políticos que convergem aos movimentos de cidadania e de sustentabilidade (Lima, 2016; De Hoyos Guevara & Dib, 2021).

A revisão da literatura apresenta crescentes linhas de interesses (multidisciplinaridade) contemplando os estudos sobre os movimentos sociais. No Brasil, estas pesquisas ganham robustez com a implementação de políticas sociais como ferramenta de cidadania, equidade e justiça (Azevedo, 2013; Ferraz, 2019; Lavalle et al., 2019). Destacam-se, por exemplo, os trabalhos desenvolvidos por Maria da Glória Gohn, Ilse Scherer-Warren e Angela Alonso, que despontam a produção acadêmica e consolidam a autoria feminina neste campo de estudo. Na literatura internacional, evidenciam-se as produções de Sidney Tarrow, Charles Tilly, Alberto Melucci, Manuel Castells, entre outros pesquisadores do enfoque socioambiental. (Szwako, Dowbor & Araújo, 2022).

Ao considerar a pluralidade da literatura sobre os movimentos sociais, este trabalho se debruça sobre os entendimentos, debates e diálogos apresentados por Scherer-Warren (2013), no sentido de trazer a contemporaneidade dos movimentos sociais por suas dimensões (material, simbólica e política), configurando definições e robustez de atuações que vão além das questões sociais; possibilitando uma integração socioambiental em direção aos alicerces do consumo sustentável.

Desse modo, considera-se como *gap* de pesquisa o estudo referente ao panorama atual das ações desenvolvidas por movimentos sociais que fomentam iniciativas voltadas ao consumo sustentável em contextos específicos. Isto significa, compreender os elementos que vinculam as ações aos atores, investigando de que maneira as atividades executadas por movimentos sociais estão relacionadas às iniciativas de promoção do consumo sustentável.

Assim, o objetivo geral deste artigo é relacionar as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013), com as categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável. Para isso, foi realizado um estudo teórico-conceitual, por meio de uma pesquisa qualitativa, a partir das dimensões estruturais sobre redes e movimentos sociais e a literatura contemporânea sobre o consumo sustentável. Nesta conexão, importa analisar a trajetória da insustentabilidade que inquieta a sociedade moderna, os denominados estilos de vida para consumo, tendo como base eixos socioambientais, políticos e econômicos e avançar nas discussões sobre possibilidades para o enfrentamento dos desafios decorrentes.

Em termos estruturais este artigo está organizado em cinco seções. Além desta introdução, a seção seguinte articula o processo de formação de argumentos e discursos que gerenciam o encontro do consumo sustentável ao comportamento de consumo. A terceira seção descreve os caminhos e encontros dos movimentos sociais, enfatizando a importância das ações coletivas e os valores sociais construídos. A quarta seção, apresenta a sistemática dos movimentos ambientais com ênfase nas dimensões estruturais contemporâneas estruturadas por Scherer-Warren (2013) e as categorias de análise em relação ao consumo sustentável. A última seção contempla as considerações finais.

Este artigo visa contribuir com os estudos sobre a participação de organizações da sociedade civil e o envolvimento das dimensões que fundamentam ações voltadas ao consumo e ao desenvolvimento sustentável. Bem como, propiciar uma reflexão sobre os impactos socioambientais que inquietam a sociedade sobre as demandas de promoção do consumo e estilos de vida ao longo de mudanças estruturais e comportamentais, conforme seção seguinte.

2 Comportamento, Consumo e Sustentabilidade: argumentos articulados entre si

A insustentabilidade que inquieta a sociedade moderna vem sendo discutida há tempos. Notadamente, os discursos chegam primeiro aos atores antes das ações (Rojo, 1999) e as construções de argumentos sem a efetiva prática, não atingem resultados. Observam-se décadas de teorias e discursos acerca das limitações ambientais e comprovações científicas sobre o esgotamento dos recursos naturais disponíveis no planeta (Abramovay, 2012).

A relação entre o consumo e a sustentabilidade está evidente, dia a dia mais intensa e necessária (Portilho, 2005a). No entanto, para se efetivar essa dinamicidade de entendimentos e percepções, é importante que o processo dialógico produza sentidos (Marcuschi, 2016). A arte de argumentar requer um pensamento lógico que construam sentidos para a vida, a partir deles (Koch, 2010). A função sociointeracionista da linguagem permite que os sujeitos sejam entendidos e, por estarem inseridos em contextos sociais (instituições, ideologias, crenças etc.), é possível haver ações colaborativamente na sociedade (Marcuschi, 2016).

Portanto, argumentar possui uma dinamicidade intensa para produzir efeitos. Para as ciências exatas, a construção de argumentos válidos é um dos princípios da lógica que define o argumento como um conjunto de enunciados que estão relacionados uns com os outros e, portanto, forma-se um raciocínio lógico (Strecker, 2005).

Para fins de entendimento, a Tabela-verdade idealizada por Wittgenstein³ (1889-1951) permite construir um raciocínio lógico na formação de sentenças declarativas, configurando uma proposição lógica verdadeira. Matematicamente é possível considerar o argumento “consumo sustentável” por meio de um operador lógico condicional. Para isso, determina a função que a primeira parte da condicional (consumo consciente - “p”) é uma condição suficiente para obtenção de um resultado necessário (comportamento sustentável - “q”), interligando as proposições em uma relação de causalidade, conforme Tabela 1.

Tabela 1- Tabela-verdade - Operador Lógico Condicional

p	q	p → q
V	V	V
V	F	F
F	V	V
F	F	V

Fonte: Lima (2019)

³ Ludwig Joseph Johann Wittgenstein (1889-1951) filósofo austríaco, naturalizado britânico. Um dos principais autores da virada linguística na filosofia do séc.XX. Suas principais contribuições foram nos campos da lógica, filosofia da linguagem, filosofia da matemática e filosofia da mente. Lopes, F. (2014). Números, nomes e operadores lógicos em *some remarks on logical form*. *Analytica-Revista de Filosofia*, 18(1), 175-195.

Para as proposições compostas condicionais que contenham os conectivos “se” e “então” só será falsa a estrutura quando houver a condição suficiente, mas o resultado necessário não se confirmar. Ou seja, quando a primeira parte for verdadeira, e a segunda for falsa. Nos demais casos, a condicional será verdadeira (Lima, 2019). Isto significa que uma condição suficiente gera um resultado necessário (Lima, 2019). Desse modo, considerando a sentença declarativa “se consumo consciente, então comportamento sustentável”, construiu-se a tabela verdade com as seguintes proposições:

Se consumo consciente, **então** comportamento sustentável \rightarrow V = Desejável

Se consumo inconsciente, **então** comportamento sustentável \rightarrow F = Impossível

Se consumo consciente, **então** comportamento insustentável \rightarrow V = Possível

Se consumo inconsciente, **então** comportamento insustentável \rightarrow V = Insuportável

Portanto, o raciocínio lógico construído corrobora que promover o consumo sustentável requer uma série de direcionamentos. A proposição determinante em que a primeira parte da condicional (consumo consciente) é uma condição suficiente para obtenção de um resultado necessário (comportamento sustentável), compreende o interesse de vincular dimensão e ação integrados por princípios para haver a promoção do consumo sustentável. Um exemplo desta integração encontra-se nos ODS, que versam sobre os desafios a serem executados por todo o mundo com o intuito de conter os avanços da insustentabilidade.

Trazendo a construção lógica para o argumento “consumo sustentável”, considera-se estar diante de uma proposição verdadeira, visto que a atualidade vive esta possibilidade de argumentos em busca de ações efetivas. A premissa sugere contemplar alternativas para uma sociedade de conhecimento, além da sociedade da informação, fortalecendo ações de desenvolvimento humano e transformação social (De Hoyos Guevara & Dib, 2021; Oliveira et al. 2021). Infere-se a construção de argumentos regenerando a ideia de que o “consumo” deve conter uma relação de interdependência, cuja condição suficiente necessita ser “sustentável”.

No campo filosófico, convém não esquecer os princípios revolucionários enunciados por René Descartes (1596-1650), em cuja obra *Discurso do Método*⁴ (1637) inaugura um pensamento mais racionalista, fazendo uso de inspirações da cientificidade em que a lógica, a matemática e a filosofia corroboram entre si para promover transformações sociais. Conceitua

⁴ *Discurso do Método*, René Descartes (1637), considerado um marco fundamental para a ciência moderna. Aborda-se uma filosofia prática que promove a união entre a ciência e a técnica, dando origem à racionalização científica da técnica. Essa unificação possibilita artefatos e soluções em vista da melhoria das condições de vida, modificações na configuração da cultura de nossos modos de vida (Mariconda, 2018). Descartes, R. (2020). *Discurso do método & Ensaio*. trad. Pablo Rubén Mariconda et al.: São Paulo: Editora Unesp.

que é possível distinguir conhecimentos verdadeiros de falsos, a fim de se construir ideias práticas e objetivas, relacionando as ciências e o comportamento humano que irão contribuir à clareza de atitudes para a modernidade (Descartes, 2020).

Notavelmente, a demanda da cientificação dos argumentos construídos sobre “consumo sustentável” está permeando a sociedade de maneira global e local, sendo esta multidimensionalidade um fator atual em destaque. Isso porque, a percepção individual do consumidor vem consolidando uma conscientização mais apurada acerca de atos e atitudes sustentáveis (De Hoyos Guevara & Dib, 2021). Dado que o compartilhamento de conhecimento desenvolve possibilidades e internaliza experiências mais práticas capazes de evidenciar percepções, transformar comportamentos e a sociedade (Freire, 1987).

Observa-se que a evolução interpretativa da temática do consumo segue despontando grandes desafios em torno de diferentes contextos. A construção de entendimentos que relacionam o “eu” consumidor no mundo de hiperconsumo, vêm elucidando horizontes no campo teórico-interpretativo voltado às práticas sobre a sustentabilidade (Hohendorff, 2022).

Assim, para promover ações com vistas à sustentabilidade é importante trazer à sociedade argumentos com validação lógica que promovam efeitos integrativos, construindo sentidos que desmontem a premissa da insustentabilidade, de forma a reconsiderar pensamentos, ressignificar conceitos e comportamentos para o consumo.

A partir de direcionamentos à promoção do consumo sustentável, destacam-se as ações dos movimentos sociais e as iniciativas de sustentabilidade, conforme seção a seguir.

3 Entre caminhos e encontros: movimentos sociais em ação

A cronologia da civilização humana, segundo a abordagem histórica de Harari (2014), relata que a evolução mundana é constituída por revoluções humanas, frutos de esforços e conquistas. Menciona que o séc. XXI iniciou a maior das revoluções: a superioridade dos humanos com relação aos limites de todos os ecossistemas do planeta, incluindo a capacidade de criação e destruição (Harari, 2014).

As transições em cenários sociais suscitaram a formação de uma expressão universal que justificasse a dimensão de ações realizadas por instituições não governamentais. Segundo Fernandes(1994), integraram-se os termos “movimentos”, por sua natureza instável e mutante, e "sociais" em razão do distanciamento estatal. A flexão do plural, representa a natureza múltipla e autônoma, fundamentada em projetos de vida e de sociedade, gerando identidades.

A historiografia descreve que a formação dos movimentos sociais emerge com as aspirações humanas de justiça, como fontes da mudança social (Castells, 2013;

Scherer-Warren, 2013). Frutos de inquietações que se erguem para transformar sociedades (Gohn, 2014), os movimentos sociais são conduzidos por um conjunto de causas estruturais e motivos individuais mobilizados para um objetivo comum (Castells, 2013). Despertando um sentimento de pertencimento, os movimentos sociais são constituídos por indivíduos e, portanto, é salutar compreender quando, como e por que uma pessoa ou grupo decide comungar ideais em prol de uma sociedade mais justa (Castells, 2013).

Em caminhos de transformações sociais, Alonso (2009), afirma que os movimentos sociais revelam peculiaridades a partir da base da coordenação de indivíduos e das ações planejadas, demonstrando estratégias organizacionais e gestão coletiva coesa. A trajetória aponta que as características dos movimentos lograram fluidez a partir de atuações concatenadas, solidárias e ordeiras (Abramovay, 2010; Alonso, 2009; Layrargues, 2020a, 2020b). O que antes era percebido apenas como engajamentos em lutas de classes ou sentimentos de indignação, também passou a evidenciar demandas por mudanças na sociabilidade e na cultura, promovendo ações em termos de emoções coletivas, a exemplo dos movimentos de etnia, gênero, estilo de vida, meio ambiente, entre outros (Alonso, 2009; Barbosa, Lopes, Falcone & dos Santos, 2022; Layrargues & Puggian, 2018).

Na política, o termo “movimento social”, segundo Tilly (2012), adquiriu percepções pelo mundo por meio do encontro entre ações, demandas e atores que encadeiam o conjunto social (valor, unidade, números e comprometimento) e as políticas cambiantes que tornam possível a formação dos movimentos sociais como um importante veículo de participação sociopolítica, demarcando a expansão de oportunidades democráticas (Tilly, 2012). Incorporam-se aos movimentos uma coletânea de práticas que os diferenciam de outras formas de promoção sociopolítica, a exemplo da mobilização, do ativismo, da intervenção, etc., cujos aspectos identificam o envolvimento ativo dos atores sociais (Alonso 2022).

No Brasil, os movimentos sociais têm um papel fundamental na consolidação da democracia (Fleig et al., 2006; Werner, 2005). Isso porque, a sociedade brasileira ainda compartilha comportamentos excludentes (elitistas, autoritários, paternalistas, etc.) (Cançado et al., 2015) e, a partir do momento em que a participação social evidenciou espaços de vozes e argumentos, iniciou-se um processo democrático: a força cidadã (Lavalle et al. 2019; Lima, 2016).

Reiterar os fundamentos em direção a uma sociedade moderna, implica excluir práticas ultrapassadas de gestão, de ações individuais e coletivas que reproduzem comportamentos excludentes e desiguais, acentuando contrastes sociais (Tenório, 2005). Para tanto, a gestão social e a participação cidadã emergem como um diferencial na administração

moderna, tanto na esfera pública quanto na iniciativa privada, em favor de uma sociedade mais justa e democraticamente engajada aos seus interesses de forma participativa e dialógica (Ferraz, 2019; Oliveira, Gomes Júnior, Teodósio & Correia, 2021; Tenório, 2020).

A contemporaneidade dos movimentos sociais brasileiros apresenta gestões governamentais participativas, principalmente na primeira década do séc. XXI, que possibilitou reconhecer as dimensões dos movimentos sociais como sujeitos políticos e interlocutores engajados nos interesses públicos (Abramovay, 2010; Ferraz, 2019). Destaca Lopez, Lopes, Souto, & Sant’Ana (2014) um expressivo movimento de interação entre as organizações da sociedade civil e os governos de modo a fortalecer a legitimidade de colaboração e parceria, possibilitando políticas públicas inclusivas.

Dados do Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada (IPEA, 2020), sobre a trajetória do governo federal brasileiro até meados de 2017, sinalizaram mudanças sociais positivas, sobretudo, no início do séc. XXI com a criação de secretarias especiais da Presidência da República. Com *status* ministerial e elevação destes postos na estrutura organizacional, a temática social teve viés prioritário na agenda de condução de políticas públicas. A exemplo, a criação da Secretaria de Direitos Humanos, Secretaria de Políticas para as Mulheres e Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Barbosa & Pompeu, 2017). Contudo, convém destacar a interrupção destas ações durante a gestão 2018 até 2022, quando as pautas sociais perderam forças e visibilidade.

Em relação às concepções sobre justiça social e virtude cívica, sobretudo em tempos de dificuldades, aponta Sandel (2020, p.16), que “uma boa sociedade se mantém unida. Em vez de fazer pressão para obter mais vantagens, as pessoas tentam se ajudar mutuamente”. Acentua que há vícios sociais que necessitam ser desencorajados, na medida do possível, em prol de um bem comum. Abordar a justiça social envolve analisar critérios de acordo com cada realidade de mundo, levando-se em consideração o bem estar, a perspectiva de liberdade e o conceito de virtude, em que cada um desses ideais sugere uma forma de pensar sobre o que é justiça e seus efeitos em fazer a coisa certa (Sandel, 2020).

No caminho das tecnologias de informação e comunicação, os movimentos sociais passaram a ter uma maior visibilidade, pois encontram um espaço para exposição, articulação e mobilização de forma mais intensa, participativa e democrática (Castells, 2013; De Hoyos Guevara & Dib, 2021; Volpato et al., 2019). Isso porque, a amplitude da tecnologia, os debates e discussões coletivas ganharam maior engajamento social, publicizando lutas que, dada as divulgações da imprensa e mídias digitais, possibilitam maior legitimidade e reconhecimento às ações coletivas (Castells, 2013; Oliveira et al., 2020; Volpato et al., 2019).

Os movimentos sociais sempre existiram e sempre existirão (Gohn, 2008, 2011), representados por caminhos de forças sociais organizadas em ações de atividades e experimentações que se encontram. Portanto, são argumentos, discursos e ações que precisam chegar à sociedade de forma nítida, desmistificada e ressignificada por valores e comprometimentos a fim de desenvolver ações por um mundo mais equilibrado.

Entre caminhos e encontros, os movimentos sociais apontam para o alargamento de demandas em função das transformações da sociedade (Castells, 2013; Scherer-Warren, 2013). Em um novo modo de pensar, os movimentos sociais ambientais emergem nesta seara científica como fonte de interesse e pesquisa, conforme apresentado no item seguinte.

4 "Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura": o dinamismo dos movimentos sociais ambientais

De geração em geração, transmitindo sabedoria, os ditados populares resistem ao tempo, possibilitando refletir sobre aquilo que está sendo associado e o sentido de compreensão, incluindo a valoração moral estruturada por uma lógica social (Lemle & Pederneira, 2020). Assim, conectar expressões populares aos movimentos sociais, por sua função sociocultural, implica a construção de saberes como parte da mobilização do discurso popular através da história e a dimensão comunicacional da cidadania (Peruzzo, 2013).

Representando persistência e foco, a expressão “água mole em pedra dura, tanto bate até que fura” une-se à natureza dos movimentos sociais a partir do argumento apresentado por Castells (2013) sobre a formação dinâmica e a resistência dos movimentos como alavancas da mudança social. Aponta que alçar novas formas para organizar a sociedade necessita da ativação dos indivíduos articulados em processos de comunicação (discurso - “água mole”), de propósitos (foco - “pedra dura”) e de mobilização emocional fortalecidos pela esperança de mudança (persistência - “tanto bate até que fura”). Acrescenta que o olhar voltado ao futuro é fundamental para constituir apoio e entusiasmo entre os atores (Castells, 2013).

A insustentabilidade socioambiental sinaliza inquietações contemporâneas relativo ao avanço de limites ecossistêmicos (Abramovay, 2010, 2012), quando a proteção ambiental passou a ser o cerne de convenções e legislações (Leal, Quintanilha & Nabozny, 2021). As estratégias desenvolvidas pelos marcos ambientais e projetos políticos encontram os discursos dos movimentos sociais e as questões ambientais, sinalizando articulações em sistemas de redes e parcerias (Castells, 2013; Scherer-Warren, 1993, 2013). A sociedade civil e a gestão governamental voltam-se às percepções ambientais considerando os modos de produção e de consumo, os problemas sociais e os impactos socioambientais (Scherer-Warren, 2013).

O início dos movimentos ambientais, segundo Campos (2008), não tem uma origem definida. Os relatos históricos estimam que surgiram em lugares, tempos e por motivos diferentes, envolvendo questões locais, a exemplo da poluição hídrica, da caça predatória, ameaça à biodiversidade, etc. (McCormick, 1992). Aponta que a ampliação e a visibilidade dos movimentos ambientais foram estimulados a partir da influência de fatores diversos como o progresso científico e industrial, mobilidade urbana, mudanças nas relações sociais e econômicas, entre outros mecanismos de interferências socioambientais (McCormick, 1992).

Nas décadas de 1950 e 1960 era comum o envolvimento de outras categorias de indignação combinadas aos movimentos ambientais, por exemplo, os protestos contra os testes nucleares, a injustiça racial, as guerras civis, etc. (McCormick, 1992). Contudo, considerando que as inquietações ambientais decorrem através de manipulações da sociedade, principalmente a exploração irrestrita dos recursos naturais (Abramovay, 2011), a política da ecologia revela-se na década de 1970 acrescentada às pautas sociais, no sentido de rever ações decorrentes das práticas de produção e de consumo, despertando para os impactos gerados (Jatobá, Cidade & Vargas, 2009; McCormick, 1992).

Ainda nos anos 1960, importa destacar as pesquisas de Rachel Carson (1969), cuja obra “Primavera Silenciosa” referencia um marco científico para o engrandecimento dos movimentos ambientais pelo mundo (Pereira, 2012; Richardson, 2021). Alerta-se para as alterações significativas ao meio ambiente promovidas pelo homem, sobretudo os efeitos químicos de “controle da natureza”, a exemplo dos agrotóxicos e das modificações genéticas. Sinalizam-se os impactos socioambientais e uma preocupação iminente de que a saúde pública esteja em rota de colisão com o desenvolvimento humano (Carson, 1969; Richardson, 2021; Saccomani, Marchi & Sanches, 2018).

A partir dos anos 1980 as contestações da crise ambiental ganham amplitude e ultrapassam a ideia de soluções técnicas para lidar com os problemas ambientais (Jatobá, Cidade & Vargas, 2009). Em tempo, afirma-se que a relação das estruturas sociais e políticas também participam da cultura do passivo ambiental, associando degradação ambiental, opressão social e contextos político-econômico (Rios, Perez & Ricoldi, 2018).

As desigualdades socioeconômicas identificam-se aos movimentos ambientais a partir da premissa de relações desiguais de justiça social e de poder entre suas diferentes motivações e interesses (Scherer-Warren, 1993). Em pauta, a exploração de recursos naturais e exportação de matéria-prima promove conflitos entre a economia e o meio ambiente, além de consequências sociais profundas (Guimarães & Cartea, 2020; Jatobá, Cidade & Vargas, 2009).

No âmbito internacional, a União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN, 2022), fundada em 1948, na França, registra-se como a pioneira organização mundial com foco na proteção ambiental, reunindo governos e sociedade civil. Configurando a maior e mais diversificada rede ambiental, ainda em atuação, promove estratégias de proteção, cooperação e ferramentas de orientação à conservação do meio ambiente. Envolve aos desafios globais para os ODS, atua em todo o planeta com projetos de segurança alimentar e hídrica, mudanças climáticas e erradicação da pobreza (IUCN, 2022).

No Brasil, a política ambiental governamental se faz presente com a aprovação do Código Florestal Brasileiro (Decreto n. 23.793, 1934), de responsabilidade do Ministério da Agricultura, revogado pela Lei 4.771 (1965). Após a Constituição Federal de 1988, a legislação florestal sofreu alterações e revogações, sendo a última há dez anos. A Lei n. 12.651 (2012) dispõe sobre a preservação da vegetação nativa e estabelece normas gerais sobre a proteção da vegetação, áreas de Preservação Permanente e as áreas de Reserva Legal; a exploração florestal, o suprimento de matéria-prima, o controle da origem dos produtos florestais, prevenção dos incêndios florestais e prevê instrumentos econômicos e financeiros.

Segundo Pereira (2013), a legislação ambiental brasileira em vigor desalenta os critérios de proteção e conservação de recursos naturais. Uma vez que, as medidas impostas são elaboradas por setores legislativos e órgãos ambientais, prescindindo de aspectos antropológicos e reafirmando os enfoques econômicos. Isto favorece o surgimento de conflitos e polêmicas densas em torno da pauta de interesses governamentais, econômicos, sociais e os movimentos ambientais preocupados em minimizar os impactos (Pereira, 2013).

Uma análise das ações governamentais brasileiras, referente ao nível de contribuição das políticas públicas adotadas para a promoção do consumo sustentável, aponta Oliveira et al. (2021), que avanços legais e iniciativas socioambientais foram formuladas ao longo das últimas décadas, principalmente, após a Constituição Federal de 1988. Contudo, as divergências em um país de natureza ampla como o Brasil, a descontinuidade dessas ações revela possíveis conflitos de interesses e ideologias, que geram retrocessos e lacunas dentre as problemáticas socioambientais (Oliveira et al., 2021).

Estima-se que o primeiro movimento ambiental no Brasil surgiu na década 1950 com fundação da União Protetora da Natureza (UPN), sediada no Rio Grande do Sul, embora só oficializada nos anos 1970. Mesma época em que organizações não-governamentais internacionais chegam ao país com ações voltadas à preservação da natureza, a exemplo da *World Wildlife Fund* (WWF), cujos projetos destacam-se até a atualidade (Gerhardt, 2011).

Ainda na década de 1970, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) inicia projetos de gestão e defesa do meio ambiente pelo mundo, agregando governos e organizações da sociedade civil em formato de redes e parcerias (ONU, 2022). Gerenciando marcos ambientais como estratégias delineadas por ações que visam encorajar parcerias de proteção ambiental, sendo os ODS o maior desafio em pauta (ONU, 2022).

Desse modo, percebe-se que os movimentos sociais ambientais se desenvolvem em bases que vão além das inquietações sociais, cuja ideologia converge em direção a uma sociedade ciente do passivo ambiental e, ao mesmo tempo, fortalecida de conhecimentos e perspectivas de um futuro mais igualitário, justo e humano, em condições de ser construído e se desenvolver (Gohn, 2014, 2020; Layrargues & Puggian, 2018).

Da indignação discursiva aos atos de ativismo, nota-se que os movimentos sociais seguem uma trajetória transformadora pautada no discurso sociointeracionista (Gohn, 2011, 2014). Dialogando as concepções sobre a problemática socioambiental (“água mole”) em torno da lógica científica que remete aos crescentes desafios (“pedra dura”), cada vez mais necessários e ousados, fomentando empenhos e interferências coletivas voltadas à promoção do consumo sustentável (“tanto bate até que fura”).

A seguir, apresenta-se a sincronia de objetivos em torno dos movimentos sociais e a sistemática da promoção do consumo sustentável.

4.1 Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: sincronia de objetivos

Os avanços sociodiscursivos e as ações de reestruturação social que aproximam as pessoas em prol de uma vida mais justa e equilibrada (Castells, 2013), demonstram a robustez que os movimentos sociais representam para a trajetória da humanidade por seu processo de transformação em seu tempo histórico (Lavalle, Carlos, Dowbor, & Szwako, 2019).

Gohn (1997, 2014) define os movimentos sociais como espaço de ações coletivas, de caráter sócio-político e cultural, que se organizam para expressar suas demandas. A autora qualifica os movimentos sociais do séc. XXI como um instrumento de participação popular, de desenvolvimento e reelaboração de novos aportes teóricos, erguendo espaços plurais que reforçam a democracia por sua vitalidade e o fortalecimento de uma nova arena de colaborações entre a sociedade e o estado (Gohn, 2014, 2021).

Para este trabalho, considera-se consumo sustentável “o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (Brasil, 2015). Esta definição soma-se ao PNUMA que descreve o consumo sustentável como “aquele em que o uso de serviços e produtos

correspondem às necessidades básicas de toda a população, além de trazer qualidade de vida e reduzir os danos provocados ao meio ambiente” (ONU, 2022).

A partir dos desafios para se desenvolver ações de sustentabilidade, é possível destacar a atuação e os direcionamentos integrados por movimentos sociais, delineando conjunturas, estruturas e parcerias, que impulsionam sentidos em direção às lutas da sociedade no presente (Gohn, 2011; Lima, 2016). Pressupõe-se que, a relação movimentos sociais e consumo sustentável se conecta pela contemporaneidade de objetivos que integra um pensamento coletivo, atento às transformações sociais e em conter desequilíbrios socioambientais, na busca de melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Scherer-Warren (2013) destaca três dimensões contemporâneas que configuram as definições e os ideários que trazem robustez aos movimentos sociais no Brasil: 1) vida material (ser); 2) valor simbólico (saber); 3) empoderamento político (poder). Reforça-se que mesmo diante de diferenças e diversidades de interesses, são formadas redes inter-organizadas de mobilizações com troca de saberes e experiências que convergem para projetos de mudança social (Castells, 2013; Gohn, 2014; Scherer-Warren, 1993, 2013).

A dimensão vida material (ser), Scherer-Warren (2013) afirma que as condições materiais de existência que estruturam o ser social e a sociedade, fundamentam e trazem singularidades aos movimentos sociais, logrando amplitude e que passam a ser vistos por seus discursos, compartilhando saberes e novas formas de ser movimento (Scherer-Warren, 1993, 2013). Para Tawfeiq (2022), o aprofundamento dos desequilíbrios sociais (sistêmicos e/ou estruturais) sinalizam uma preocupação intergeracional (Sachs, 2004) e a necessidade de mudanças para alçar melhorias na qualidade de vida da população, baseado nos ideais de desenvolvimento sustentável. A dimensão material infere que o sentimento de indignação que qualifica o ser movimento social (Castells, 2013) se projeta a partir de ações em termos de justiça coletiva, externalizando as divergências sociais que necessitam ser minimizadas.

De acordo com Barbosa (2021), a materialidade configura o aspecto constitutivo da vida social moderna. Desse modo, as ações voltadas para a promoção do consumo sustentável relacionam-se aos movimentos sociais através de mecanismos que despertam reflexões críticas sobre minimizar os aspectos e os efeitos do consumismo - a extravagância, o excesso, a impulsividade, o desperdício, etc. - e os fatores que caracterizam a "síndrome consumista" contemporânea (Baudrillard, 1995; Bauman, 2009).

Referente à dimensão simbólica (saber), Scherer-Warren (2013) destaca as conexões em rede de interações informais que aproximam as pessoas por singularidades e pertencimento. Afirma que os papéis desempenhados pelos movimentos nutrem condições

simbólicas de comportamentos ressignificados pelos saberes e as implicações sociais produzidas pelos atores que se percebem integrados. Para Alonso (2009), as motivações simbólicas estão voltadas para o reconhecimento de identidades coletivas (Gohn & Bringel, 2012; Melucci, 2006), cuja identificação é fruto de uma lógica de ação coletiva em que estão inseridos atores envolvidos com as mesmas percepções (Santos et al., 2021). Esta dimensão apresenta o valor simbólico que unifica forças por meio do processo de identidade coletiva configuradas em torno desta identificação, fortalecendo saberes que dinamizam os movimentos que se transformam por ações.

Nesta conexão de afinidade o consumo desempenha um papel de comunicação, pois o ato de consumir permite expressar identidade pessoal e social, contribuindo para a formação de identidade coletiva (Ravasi & Rindova, 2008). Frente às mudanças de valores e de culturas, a trajetória do consumo encontra simbolismo nas relações configurando expressão de identidade social, em cujo ambiente os consumidores declaram afinidades e pertencimento (Ravasi & Rindova, 2008). A identidade é, portanto, parte constitutiva da formação dos movimentos gerados em função desta identificação (Gohn & Bringel, 2012).

Referente às possibilidades de minimizar os impactos do consumismo, Costa e Teodósio (2011) apontam a conexão ao consumo sustentável a partir do envolvimento de mudanças de atitudes e comportamentos aliados à necessidade de transformação social. Neste aspecto, a dimensão simbólica e o consumo sustentável se relacionam por meio da promoção de estilos de vida, em que os atores se percebem integrados por um sistema de atitudes e composição de valores (Scherer-Warren, 2013). Esta articulação sugere a formação de redes (governo, sociedade civil, mercado), a fim de promover a sustentabilidade por meio da mobilização social, adoção de práticas de produção e consumo sustentáveis, ações de empoderamento cívico e o exercício da cidadania (Costa & Teodósio, 2011).

A dimensão política (poder) decorre das condições de exclusões sociais que reforçam o domínio dos movimentos por seus objetivos base: ações estruturantes, mudanças críticas de pensamento e políticas de inclusão (Scherer-Warren, 2013). As relações de equivalência deste tripé fortalecem a democracia dos processos de inserção da sociedade civil nas políticas públicas. Esta dimensão confere o poder emanado pelos movimentos sociais que, ao longo dos tempos, transcrevem sua força por meio de novas formas de mobilização (Alonso, 2022). Os movimentos sociais emancipam e empoderam a sociedade com a formação de atores críticos e participação sociopolítica (Cançado, 2015; Scherer-Warren, 2018).

Para Portilho (2020), o consumo político está associado à percepção e uso efetivo do consumo, a partir do poder de compra como forma de pressão política para promover

mudanças sociais. Neste aspecto, o consumo sustentável está relacionado ao poder de escolha exercido pelo consumidor consciente que, por meio de seleção crítica, de forma individual ou coletiva, faz escolhas considerando os mecanismos que fomentam critérios políticos, éticos, ambientais, valorizando as relações sociais de produção e de consumo (Portilho, 2020).

A seguir, dispõe-se uma tabela síntese das dimensões estruturais dos movimentos sociais (material, simbólica e política), buscando estabelecer relações com as categorias de análises do consumo sustentável, fortalecidas pela dinamicidade dos movimentos que transformam uma sociedade, conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2

Dimensões e categorias dos movimentos sociais

MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL		
DIMENSÕES	CATEGORIAS DE ANÁLISE	AUTORES
VIDA MATERIAL (SER)	Estilo de vida	Barber (2007) Oliveira et al. (2018, 2021)
	Transformação social	Alonso (2009, 2022) Scherer-Warren (2013, 2018) Lavalle et al. (2019) Tawfeiq (2022)
VALOR SIMBÓLICO (SABER)	Troca de saberes	Gohn, (2014) Sandel (2020)
	Identidade coletiva	Fernandes (1994) Gohn (2008) Gohn & Bringel (2012) Santos et al.(2021) Ravasi & Rindova (2008) Melucci (2006)
	Redes / formação de redes	Castells (2013) Gohn (2014) Scherer-Warren (1993, 2013)
	Caráter Multi-identitário	Gohn (1997, 2008, 2011)
POLÍTICO (PODER)	Participação sociopolítica	Tilly, (2012) Scherer-Warren (2013, 2018) Cançado (2015)
	Emancipação social	Fávero (2007) Scherer-Warren (2013, 2018) Bettine & Gutierrez (2021, 2022)
	Cidadãos críticos	Fleig et al. (2006) Werner (2005) Alonso (2009) Layrargues (2020a, 2020b) Bettine & Gutierrez (2021, 2022)

Novas formas de mobilização	Volpato et al. (2019) Gohn (2013, 2014, 2022) Scherer-Warren (2013, 2018)
Empoderamento	Tilly, (2012) Scherer-Warren (2013, 2018) Gohn (2014, 2022)

Fonte: Dados a partir da revisão teórica.

A primeira dimensão, vida material, que especifica o ser movimento social, é baseada no critério das condições materiais de vida e existência, delinea o processo histórico-estrutural das lutas desempenhadas (exclusão, desigualdade, qualidade de vida, etc.), cujas singularidades permitem perceber os movimentos como ferramenta de persistência e a necessidade de transformar uma sociedade (Alonso 2009, 2022; Gohn, 2014, 2018; Scherer-Warren, 2013, 2014, 2022; Lavallo et al., 2019).

A conexão da dimensão material ao movimento social e consumo sustentável está relacionada tanto ao estilo de vida quanto ao ao objetivo de transformação social percebido dentro de um processo evolutivo e integrado por mecanismos que promovem cidadania, equidade e justiça (Azevedo, 2013; Ferraz, 2019; Lavallo et al., 2019). O propósito é minimizar desigualdades, buscando equiparar estruturas sociais e políticas que promovam qualidade, estilos de vida e comportamentos de consumo (Oliveira et al. 2018, 2021a), de modo a tornar e fortalecer uma sociedade inclusiva e sustentável.

O valor simbólico caracteriza a dimensão dos movimentos sociais pelos saberes conectados entre a vida material e as implicações sociais produzidas. Nesta dimensão, os movimentos vinculam-se ao consumo sustentável pelo valor das ações promovidas e o sentimento de pertencimento ao meio que aproximam atores (Gohn, 2006; Gohn & Bringel, 2006; Melucci, 2006; Ravasi & Rindova, 2008; Santos et al., 2021).

A dimensão simbólica dos movimentos sociais possibilita uma ressignificação no processo de construção e integração de ações sustentáveis. São engajamentos que identificam atores, emancipam espaços, fomentam políticas públicas, construindo uma simbologia de integração e troca de saberes (Gohn, 2014; Sandel, 2020; Scherer-Warren, 2013, 2018).

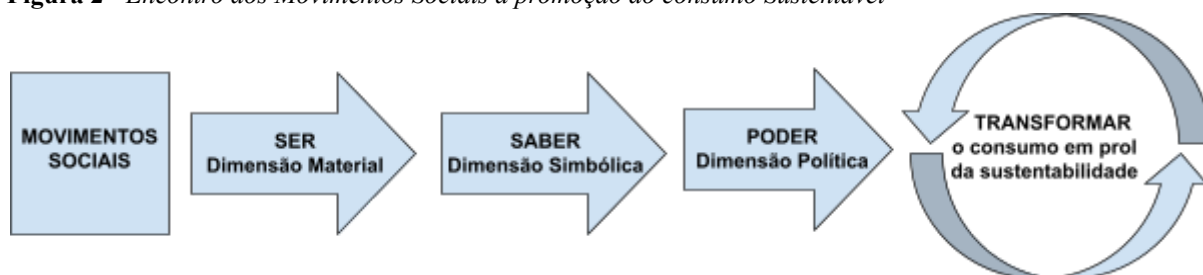
Pluriorganizados em redes, os movimentos sociais favorecem a participação sociopolítica, emergindo o poder político emanado pelos movimentos sociais e o consumo sustentável. As ações de planejamentos em torno da mudança de pensamentos e de ideais, expandem a formação de cidadãos críticos, que confere mudanças de paradigmas, atitudes e comportamentos de consumo (Alonso, 2009; Fleig et al. 2006; Layrargues, 2020a, 2020b).

Por meio de empoderamento e discursos emancipatórios os movimentos sociais, planejam estruturas de inclusão, novas formas de mobilização (Gohn, 2014; Layrargues, 2020a), autonomia política e o compartilhamento da democracia por meio da participação da sociedade civil nas decisões que incidem transformações de vida material, cultural, política e qualidade de vida (Layrargues, 2020b; Scherer-Warren, 2013, 2018). A conexão da dimensão política revela a robustez dos movimentos sociais por sua constituição e a continuidade em promover ações que tragam para a sociedade reflexões acerca dos modos de produção, de consumo, de descarte e de longevidade em ações sustentáveis.

4.2 Discussão

Com base nas informações construídas a partir da literatura pesquisada e as dimensões e categorias de análise descritas da Tabela 2, simboliza-se na Figura 2 as configurações desenvolvidas pela trajetória dos movimentos sociais que fomentam iniciativas voltadas à promoção do consumo sustentável.

Figura 2 - *Encontro dos Movimentos Sociais à promoção do consumo Sustentável*



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da revisão teórica.

A literatura revela a importância em propiciar análises integradas de atividades e de papéis nos amplos espaços sociais, econômicos, políticos, ambientais, comportamentais, entre outros (Gohn, 2011, 2014). Destaca-se a força da coletividade para a promoção de diálogos enérgicos sobre o sentimento dos atores e o desejo de expressar ações e inquietações resultantes de práticas convencionais de produção, de consumo e de oportunidades (Baudrillard, 1995; Bauman, 2009; Barber, 2007). São elementos que ascendem aos papéis sociais demonstrando a amplitude do movimento em si para o presente e a posteridade.

Para Fávero (2007), os movimentos sociais caminham em uma posição de destaque no contexto de formação social e do papel cidadão, de modo a impulsionar o desenvolvimento sustentável (Gohn, 2014; Guimarães & Cartea, 2020). A ideia é agir por meio de ações que buscam fomentar a promoção da emancipação social e do consumo sustentável, cuja estrutura de desenvolvimento compreende a dimensão da sustentabilidade social (sincronia de gerações configuradas nos mesmos propósitos) e a dimensão ambiental (provedores de recursos sem comprometer as gerações futuras) (Sachs, 2004).

A trajetória dos movimentos sociais inspiraram mudanças para a sociedade e suscitam novos desdobramentos frutos das evoluções sociais conquistadas (Gohn, 2022). Como também, aspiram inovações sociais com maior capacidade sócio-política em um processo de transformação, por meio da ruptura de paradigmas e instituição de valores voltados ao desenvolvimento sustentável (Correia, Oliveira, Feitosa & Gómez., 2018), integrando soluções que fomentem estruturas às gerações futuras (Layrargues & Puggian, 2018).

Portanto, o sentido e a evolução dos movimentos sociais como instituições que se desenvolvem em consonância aos projetos das sociedades, constituem fontes de inovação e matrizes geradoras de saberes (Alonso, 2009; Gohn, 2011, 2014). Demarca, portanto, o quão importante são os estudos referente aos movimentos sociais e as análises de ações coletivas, tendo em vista as bases de organização e expressão das demandas sociais, agindo por meio de estratégias e até de pressões governamentais (Alonso, 2009, 2022; Gohn, 2008, 2014, 2022; Scherer-Warren, 2013, 2018).

Desenvolver ações com base em argumentos e discursos que construam sentidos e pertencimento aos atores constitui uma das finalidades dos movimentos sociais (Gohn, 2011). Não apenas entidade coletiva que assume responsabilidades, repassa conhecimentos ou projetos sociopolíticos, tampouco, reprodução de comportamentos. Mas, compor movimentos em direção à consolidação de ações sociais que geram sentidos, por meio de iniciativas que despertam para estilos de vida e de consumo em consonância com as dinâmicas sociais e ambientais comprovadamente sustentáveis (Santos et al., 2021). Isso reforça a relevância que os movimentos sociais exercem para a sociedade (coletivo), pelo cidadão (individual) e para o meio ambiente, no sentido de construir alicerces que superem as inquietações sociais de modo a minimizar as desigualdades e fortalecer a estrutura de mundo com elos sustentáveis.

5 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo relacionar as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica e política) com as categorias de análise voltadas à promoção do consumo sustentável. Para isso, realizou-se um estudo teórico-conceitual, por meio de uma pesquisa qualitativa, a partir das dimensões estruturais apresentadas por Scherer-Warren (2013) sobre redes e movimentos sociais. Buscou-se relacionar as dimensões dos movimentos sociais (ser, saber e poder) e as categorias de análises contemporâneas, envolvendo o encontro de ações e a sistemática dos movimentos voltada à promoção do consumo sustentável.

Os resultados evidenciaram que a contemporaneidade de objetivos relacionam os movimentos sociais e o consumo sustentável pelo pensamento coletivo atento às

transformações sociais, na busca de melhoria da qualidade de vida, sem prescindir os recursos ambientais. Atuando por meio de discursos sociointeracionistas, construção de argumentos lógicos e ações em favor de um mundo social e ambientalmente equilibrado, os movimentos sociais fomentam identificações, empenhos e interferências coletivas voltadas à promoção do consumo sustentável como fontes geradoras de reflexões críticas, determinantes para o bem estar da população e o desenvolvimento sustentável (Scherer-Warren, 2013, 2018).

Muito além da inquietação social, os movimentos sociais atuam com múltiplos olhares para as questões coletivas, coerentes e sustentáveis e, por meio de parcerias, de compartilhamento de objetivos e de valores (Castells, 2013), fortalecem o equilíbrio socioambiental e a promoção do consumo sustentável. Isto permite compreender a amplitude e relevância que os movimentos exercem no processo transformador das sociedades (Alonso, 2022; Gohn, 2008, 2014). Bem como, as possibilidades e os direcionamentos para a promoção do consumo sustentável como campo de pesquisa em que práticas cotidianas de produção e de consumo revelam-se, propiciando reflexões críticas como indicadores na construção de uma sociedade moderna e justa em direção ao desenvolvimento sustentável.

Devido à amplitude da temática, a formação da base de dados deste trabalho considerou um número discreto de pesquisadores na literatura nacional e internacional, restringindo as dimensões e categorias de análise. Contudo, a representabilidade destas autorias na comunidade acadêmica promoveram destaques, atenuando as limitações.

Referente às pesquisas futuras, sugere-se a combinação de outros elementos, a exemplo da tripla dimensão analítica (espacialidade, temporalidade e sociabilidade) (Scherer-Warren, 2005, 2012), a fim de identificar novos panoramas que o dinamismo dos estudos sobre movimentos sociais e consumo sustentável possibilita evidenciar. Bem como, um paralelo entre as percepções dos movimentos sociais inseridos pela literatura internacional, principalmente a europeia, que exerceu influência no processo de formação latino-americana (Scherer-Warren, 1993), a fim de articular o contexto do consumo sustentável de forma local e global, promovendo maior robustez aos estudos que contemplam ações de sustentabilidade e inclusão social.

CAPÍTULO 3

ARTIGO III: MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE DE DIMENSÕES E AÇÕES NA ROTA DA SUSTENTABILIDADE

Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: uma análise de dimensões e ações na rota da sustentabilidade⁵

Resumo

Os movimentos sociais exercem importante papel no processo de transformação social sem prescindir os recursos ambientais. O objetivo deste trabalho é analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, a partir da atuação das organizações Instituto Akatu, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões estruturais propostas por Scherer-Warren (2013). Inicialmente, apresenta-se um levantamento documental em *websites* e redes sociais das organizações, retratando suas constituições e ações nas áreas de consumo sustentável. Considerando as dimensões dos movimentos sociais (material, simbólica, política) propostas por Scherer-Warren (2013), identificam-se as ações de promoção do consumo sustentável das organizações elencadas. Mediante estudo de caso múltiplo e abordagem qualitativa, firmam-se entrevistas semiestruturadas entre colaboradores que integram as organizações. Com o recurso do *software* ATLAS.ti sistematizam-se os dados coletados e as análises. Os resultados indicaram conformidades de ações em torno das áreas de consumo, atuando em eixos colaborativos, dimensionando mecanismos materiais, integrações simbólicas e participações sociopolíticas para promover o consumo sustentável, fortalecendo meios e reflexões junto aos consumidores por seus atos de consumo. Este trabalho justifica-se pela amplitude do tema como um campo emergente de pesquisa, sobretudo, após os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), considerando a necessidade de promover estratégias que contemplem a participação da sociedade na mudança dos padrões e níveis de consumo de modo a contribuir com a sustentabilidade.

Palavras-chave: Consumo Sustentável. Movimentos Sociais. Dimensões Sociais. Ações de Sustentabilidade.

Abstract

Social movements play an important role in the process of social transformation without neglecting environmental resources. The purpose of this paper is to analyze how social movements relate to the promotion of sustainable consumption, based on the actions of Instituto Akatu, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) and Greenpeace Brasil, considering the structural dimensions proposed by Scherer-Warren (2013). Initially, a documental survey of the organizations' websites and social networks is presented, depicting their constitutions and actions in the fields of sustainable consumption. Considering the dimensions of social movements (material, symbolic, political) proposed by Scherer-Warren (2013), actions to promote sustainable consumption of the listed organizations are identified. By means of a multiple case study and qualitative approach, semi-structured interviews are established among collaborators that integrate the organizations. The collected data and analyses were systematized using the ATLAS.ti software. The results indicated conformities of actions around the areas of consumption, acting in collaborative axes, sizing material mechanisms, symbolic integrations and socio-political participations to promote sustainable consumption, strengthening means and reflections among consumers for their acts of consumption. This work is justified by the breadth of the theme as an emerging field of research, especially, after the Sustainable Development Goals (SDGs), considering the need to promote strategies that contemplate the participation of society in changing the patterns and levels of consumption in order to contribute to sustainability.

Keywords: Sustainable Consumption. Social Movements. Social Dimensions. Sustainability Actions.

⁵ Artigo submetido à Revista Organizações & Sociedade em 27/02/2023, conforme Apêndice 3.

1 Introdução

Com base nas concepções da sociologia ambiental e dos estudos contemporâneos do consumo, a preocupação com as questões de sustentabilidade social e do meio ambiente se tornou mais evidente (Abramovay, 2022). As restrições ecossistêmicas e os impactos socioambientais, em função do aumento nos níveis de produção e de consumo, desencadearam uma exploração desordenada de recursos, degradação do meio ambiente e desigualdade no acesso às riquezas produzidas (Abramovay, 2012a, 2012b).

Relatórios da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2021), referente às perspectivas sobre o desenvolvimento global destacam que, para haver crescimento e desenvolvimento mundial, são necessárias prioridades sociopolíticas, mais investimentos em reformas econômicas e estruturais. Para tanto, otimizar a produtividade e o uso dos recursos naturais constitui uma condição para proporcionar qualidade de vida à geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras (Abramovay, 2022).

Para atender aos propósitos do séc. XXI, a Organização das Nações Unidas (ONU, 2021) e os países membros fortificaram estratégias de ação adotando uma ambiciosa política global a fim de alcançar o desenvolvimento sustentável, amplamente conhecida como Agenda 2030, composta por 5 eixos estratégicos (Pessoas, Prosperidade, Paz, Parcerias e Planeta) e 17 objetivos inter-relacionados. O ODS 12 compreende os padrões de produção e de consumo sustentáveis, com ênfase no uso eficiente dos recursos naturais, redução de desperdícios e perdas e a geração de resíduos e seus impactos (ONU, 2021).

Os estudos sobre o consumo sustentável despontam como parte integrante nesta seara de princípios e prioridades, assumindo um protagonismo a partir de diretrizes em prol de um desenvolvimento humano, limpo e sustentável (Barber, 2007; De Hoyos Guevara et al., 2021; Liu et al., 2017; Oliveira, 2014). Destaca-se neste conjunto a articulação da sociedade civil e das organizações sociais, a partir da atuação dos movimentos sociais e o reconhecimento de identidades coletivas (Gohn & Bringel, 2012; Melucci, 2006), em que estão inseridos atores envolvidos com as mesmas percepções (Santos et al., 2021).

Em face aos desafios contemporâneos para se constituir uma visão que compreenda questões relacionadas entre consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade, destaca-se a importância da atuação dos movimentos sociais, cujas ações colaborativas despertam para novos estudos que contemplam os fenômenos socioambientais e as mudanças comportamentais (Lavalle, Carlos, Dowbor, & Szwako, 2019; Oliveira et al., 2018).

Gohn (2014) qualifica os movimentos sociais do séc. XXI como um instrumento de participação popular consolidado, descortinando cenários sociais com desenvolvimento e

reelaboração de novos aportes teóricos. Destacam-se os ensejos políticos construídos pelo eixo da mobilização, autonomia em função de práticas coletivas e o vigor das redes sociais como campo de visualização e prospecção social. Ressalta-se uma repolitização dos movimentos sob novos paradigmas inspiradores de ações civis coletivas, despertando novas pesquisas acerca dos movimentos sociais por processos de transformação (Gohn, 2014, 2022).

Scherer-Warren (2013) apresenta as dimensões contemporâneas dos movimentos sociais, integrando o fortalecimento de ações e a sistemática em torno das transformações sociais e a promoção do consumo sustentável: vida material (ser), valor simbólico (saber) e empoderamento político (poder). Isto porque, como um espaço de ação social, o consumo revela uma diversidade de práticas e funções, materializado em sociedade, fruto de novas dinâmicas de cultura e relações sociais (Barbosa, França, Galindo, Corrêa & Portilho, 2019)

Desse modo, pressupõe-se haver uma relação entre as dimensões dos movimentos sociais e promoção do consumo sustentável. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável a partir da atuação das organizações Instituto Akatu, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões contemporâneas estruturadas por Scherer-Warren (2013).

Para isso, este artigo apresenta um estudo de caso múltiplo, de natureza exploratória e abordagem qualitativa. Disposto em cinco seções, além desta introdutória, a seção seguinte apresenta a dinâmica da relação movimentos sociais e consumo sustentável. A terceira seção descreve os procedimentos metodológicos adotados, evidenciando as organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil e as entrevistas realizadas. A quarta seção compreende a análise dos resultados com o apoio do *software* ATLAS.ti, como recurso tecnológico para auxiliar no alcance do objetivo. A última seção contém as considerações finais.

Destarte, a relevância deste estudo justifica-se pela amplitude do tema como um campo emergente de pesquisa, sobretudo, após os indicativos dos ODS, considerando a necessidade de promover estratégias que contemplem a participação da sociedade na tomada de decisões para o consumo.

2 Consumo Sustentável e Movimentos Sociais: sincronia de objetivos

Inerente à natureza humana e necessário ao metabolismo biológico, Bauman (2009, 2014, p. 31) descreve que não se pode escapar do consumo, pois “estar em movimento é nunca estar satisfeito”, corroborando Barbosa (2004), ao enfatizar que pode-se viver sem produzir, mas não sem consumir. A partir dos desafios para compreender o consumo na

contemporaneidade, considera-se analisá-lo como uma atividade sociocultural, possibilitando interligar os problemas relativos aos comportamentos dos consumidores e estilos de vida, que conduzem a sociedade para o consumo (Oliveira et al., 2018; Portilho, 2020).

Como um espaço autônomo de ação social, o campo de estudo do consumo vem se solidificando a partir de novos usos e ressignificações (Barbosa et al, 2019). Afirmar Portilho (2005, 2020), que o consumo permeia questões variáveis, partindo da produção para o consumo, o que implica perceber a importância do papel do consumidor nesta relação de causa e suas consequências em torno do eixo da sustentabilidade para a posteridade.

A literatura contemporânea sobre o consumo sustentável abrange contextos multidisciplinares (Liu et al., 2017; Araújo et al, 2019), avançando além dos quesitos ambientais e adentrando em eixos sociais, políticos, estratégicos, comportamentais, tecnológico, entre outras vertentes que tornam relevante compreender as acepções que envolvem os contextos sobre consumo, sociedade e comportamento (Barboza et al., 2022).

Abramovay (2011) descreve que a atualidade vem exigindo uma visão de consumo e do consumidor em grau maior de importância, com base na ideia da criação e partilha de valor. Afirmar que em toda cadeia de produção deve conter a intenção coletiva para o bem de todos os envolvidos e que não se pode mais produzir e deixar a cargo do consumidor decidir a melhor escolha para administrar a insustentabilidade Abramovay (2022).

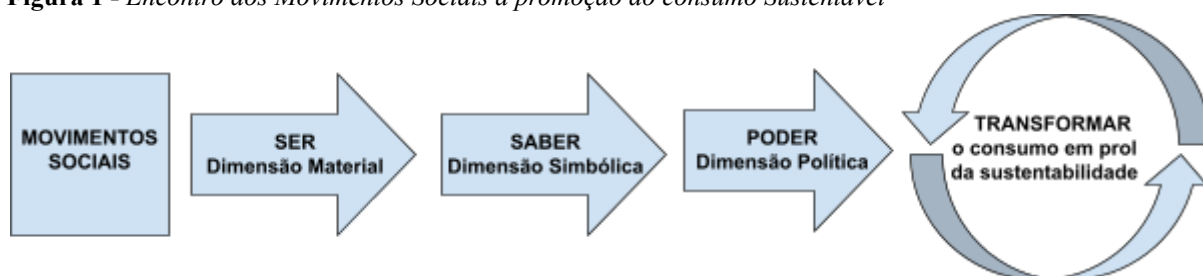
Para este trabalho, considera-se a definição de consumo sustentável como “o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (Brasil, 2015). Somando-se ao entendimento do PNUMA (2022) que explica o consumo sustentável segundo “aquele em que o uso de serviços e produtos correspondem às necessidades básicas de toda a população, além de trazer qualidade de vida e reduzir os danos provocados ao meio ambiente” (ONU, 2022).

Os movimentos sociais retratam uma série de transformações caracterizadas por vários cenários ao longo dos tempos e, em contextos modernos, ocasionadas por fenômenos como globalização econômica, políticas cambiantes e por influências socioculturais (Gohn, 1997, 2014). Este dinamismo histórico e evolutivo, que revela os movimentos sociais em ciclos de mudanças, demanda a necessidade de novas estratégias de intervenção para enfrentar entraves políticos e gerar oportunidades à sociedade (Gohn, 2014). Assim, os movimentos sociais e o consumo sustentável estão relacionados pela contemporaneidade de objetivos que integram a coletividade, as transformações sociais e as contenções de desequilíbrios socioambientais, na busca de melhoria da qualidade de vida sem prescindir os recursos ambientais.

No processo de elaboração dos ODS, uma das questões importantes são os chamados ‘meios de implementação’, que desencadeiam os desafios de transformar os compromissos assumidos em políticas e ações concretas, configurando as estratégias da Agenda 2030 (Menezes, 2019). A partir do ODS 12 desta agenda (padrões de produção e de consumo responsáveis) (ONU, 2021), sobre o uso eficiente dos recursos naturais, desperdícios e perdas, geração de resíduos e seus impactos; promover o consumo sustentável se insere nos arcabouços teóricos e empíricos no sentido de gerar interesses ao consumidor, desenvolvendo estratégias que impactem as práticas cotidianas de consumo em termos de sustentabilidade.

A partir da literatura pesquisada, a Figura 1 apresenta o encontro dos movimentos sociais que fomentam iniciativas voltadas à promoção do consumo sustentável.

Figura 1 - *Encontro dos Movimentos Sociais à promoção do consumo Sustentável*



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da revisão teórica.

Sugere-se, portanto, uma perspectiva relacional dos objetivos do consumo sustentável aos papéis que os movimentos sociais exercem na sociedade, acentuado pelo pensamento coletivo e as transformações sociais. Para melhor compreensão, a seguir, são abordadas as dimensões contemporâneas dos movimentos sociais propostas por Scherer-Warren (2013) e a vinculação com as categorias de análise do consumo sustentável identificadas na literatura .

2.1 Dimensão Vida Material

O que é a dimensão material? Para Scherer-Warren (2013) a dimensão vida material dos movimentos sociais especifica o ser movimento com base nos critérios das condições materiais de vida e existência que qualifica o processo histórico-estrutural das lutas desempenhadas pelos movimentos (exclusão, desigualdade, ambiental, político, etnia, etc.). Consiste em uma ferramenta de persistência e na necessidade de transformar uma sociedade.

A dimensão material se relaciona com o consumo sustentável através de categorias de análise que compreendem estilo de vida e transformação social (Alonso 2009, 2022; Barber, 2007; Lavallo et al., 2019; Oliveira et al, 2018; Scherer-Warren, 2013; Tawfeiq, 2022). Isto porque a dinâmica do consumo moderno configura formação de identidades dos indivíduos e

a construção de relações sociais, delineando redes de desejos e compartilhamentos em consonância com os novos padrões de consumo (Pereira & Calgaro, 2021).

2.2 Dimensão Valor Simbólico

O que é a dimensão simbólica? Os movimentos sociais estruturam-se simbolicamente pelos saberes conectados entre a vida material e as implicações sociais produzidas: troca de saberes, identidade coletiva, formação de redes e caráter multi-identitário. Prospera-se a reafirmação social no processo de construção de ações, engajamentos que identificam atores, emancipam espaços, fomentam políticas públicas, construindo uma simbologia de integração e troca de saberes (Gohn, 2014; Sandel, 2020; Scherer-Warren, 2013, 2018).

O consumo sustentável e os movimentos sociais vinculam-se pelo valor das ações promovidas e o sentimento de pertencimento ao meio que aproximam atores (Gohn, 2006, 2014; Gohn & Bringel, 2006; Melucci, 2006; Ravasi & Rindova, 2008; Santos et al., 2021). Isto porque, o ato de consumir está representado como um fenômeno cultural que gera identidades, podendo interferir nas decisões e nos modos de consumo (Barbosa & Campbell, 2006; Castells, 2013; Oliveira et al., 2016; Scherer-Warren, 2013).

2.3 Dimensão Empoderamento Político

O que é a dimensão política? Como espaço de ações coletivas (Gohn, 2014), os movimentos sociais contribuem com alicerces de participação sociopolítica (Portilho, 2020), emancipação social, cidadãos críticos, mobilização e empoderamento (Oliveira et al. 2018), estas categorias conectam os movimentos sociais e o consumo sustentável pela dimensão política. Através de empoderamento e discursos emancipatórios, planejam-se estruturas de inclusão, novas formas de mobilização, autonomia política e o compartilhamento da democracia por meio da participação da sociedade civil nas decisões que incidem transformações de vida material, cultural, política e qualidade de vida (Gohn, 2014; Layrargues, 2020a, 2020b; Oliveira et al. 2018, 2021; Scherer-Warren, 2013, 2018).

O consumo político, a partir do entendimento de Echegaray (2012) e Portilho (2020), está dimensionado pelos movimentos na construção de valores, relacionado à percepção e uso do consumo por seu poder de compra e significativas formas de pressões políticas (mercado e estado) para promover mudanças. Ressalta-se a politização dos movimentos sociais que despertam novas articulações por processos de transformação social (Gohn, 2014, 2020).

Observa-se que as dimensões contemporâneas teorizadas por Scherer-Warren (2013) refletem os papéis qualificados aos movimentos sociais, fomentando estruturas de

transformação da sociedade, o que inclui o consumo. As relações levantadas na literatura, que compõem o modelo teórico deste estudo, estão sintetizadas na Tabela 1.

Tabela 1 - *Dimensões e categorias dos movimentos sociais*

MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL		
DIMENSÕES	CATEGORIAS DE ANÁLISE	AUTORES
VIDA MATERIAL (SER)	Estilo de vida	Barber (2007) Oliveira et al. (2014, 2018, 2021)
	Transformação social	Alonso (2009, 2022) Scherer-Warren (2013, 2018) Lavalle et al. (2019) Tawfeiq (2022)
VALOR SIMBÓLICO (SABER)	Troca de saberes	Gohn, (2014) Sandel (2020)
	Identidade coletiva	Fernandes (1994) Gohn (2005, 2008, 2011) Gohn & Bringel (2012) Santos et al.(2021) Ravasi & Rindova (2008) Melucci (2006)
	Redes / formação de redes	Castells (2013) Gohn (2014) Scherer-Warren (1993, 2013)
	Caráter Multi-identitário	Gohn (1997, 2008, 2011)
	Participação sociopolítica	Tilly, (2012) Scherer-Warren (2013, 2018) Cançado (2015)
POLÍTICO (PODER)	Emancipação social	Fávero (2007) Scherer-Warren (2013, 2018) Bettine & Gutierrez (2021, 2022)
	Cidadãos críticos	Fleig et al. (2006) Werner (2005) Alonso (2009) Layrargues (2020a, 2020b) Bettine & Gutierrez (2021, 2022)
	Novas formas de mobilização	Volpato et al. (2019) Gohn (2014, 2022) Scherer-Warren (2013, 2018)
	Empoderamento	Tilly, (2012) Scherer-Warren (2013, 2018) Gohn (2014, 2022)

Fonte: Dados a partir da revisão teórica.

A conexão consumo sustentável e movimentos sociais decorre dos objetivos coletivos contemporâneos e a continuidade de ações que levem a sociedade refletir acerca dos modos de produção, de consumo, de descarte e de longevidade. Desse modo, os aspectos levantados na literatura foram utilizados como marco conceitual para a realização deste estudo, a seguir aplicado nos procedimentos metodológicos.

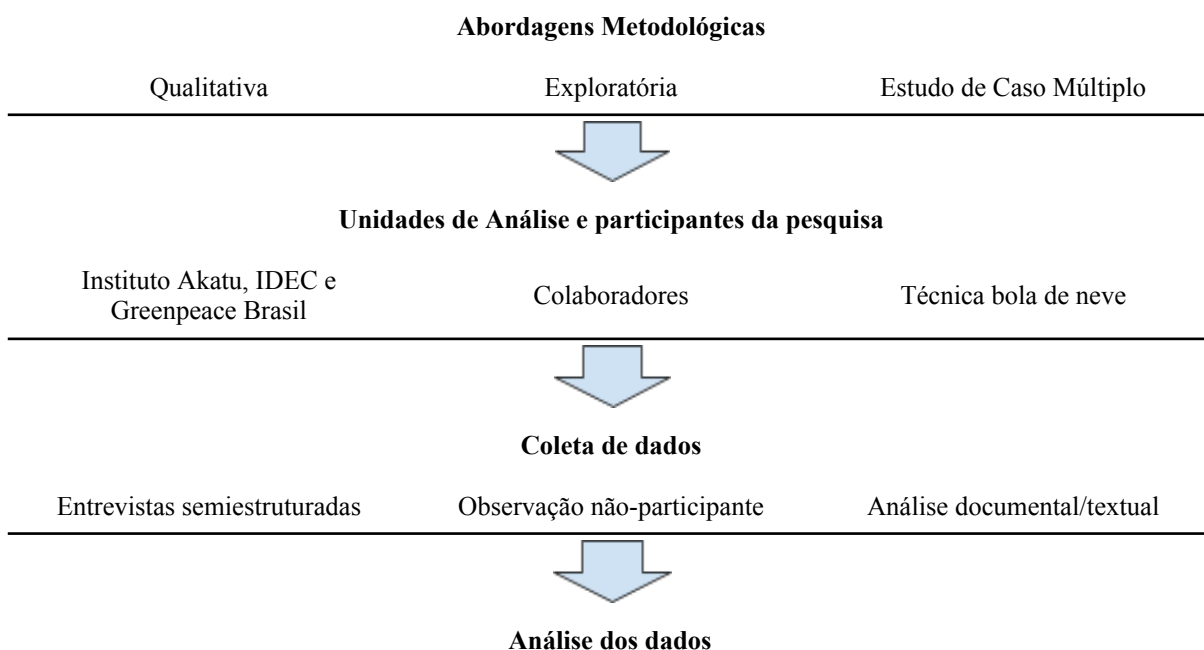
3 Procedimentos Metodológicos

O objetivo desta pesquisa foi analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, a partir da atuação das organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões material, simbólica e política.

Para analisar um fenômeno social contemporâneo com intervenções de variáveis complexas, optou-se em realizar um estudo de caso múltiplo, de natureza exploratória e abordagem qualitativa. Este tipo de pesquisa compreende abordagens práticas, indutivas e adaptativas, delineando um encadeamento de evidências com elevação da pesquisa qualitativa ao enfoque de confiabilidade e validade científica (Villarreal Larrinaga, 2017; Yin, 2016).

A abordagem qualitativa visa captar dados através das percepções dos colaboradores que integram as organizações escolhidas, cujas evidências não comportam quantificações (Creswell, 2010; Villarreal Larrinaga, 2017). Quanto à natureza exploratória, a partir de uma visão holística sobre a promoção do consumo sustentável e as ações desenvolvidas pelo Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, investiga-se o contexto real para melhor compreender o fenômeno estudado (Creswell, 2010). A Figura 1 sintetiza os procedimentos.

Figura 1 - *Procedimentos Metodológicos*



Fonte: Elaboração própria, 2022

Inicialmente, realizou-se uma pesquisa documental, verificando as publicações em *websites* e redes sociais (Instagram® e Facebook®) de cada organização, no intervalo entre setembro até novembro de 2022, analisando o processo de constituição e atuações sustentáveis (projetos, campanhas, ações, parcerias, etc.). Após esta contextualização, a pesquisa avança em um estudo de caso múltiplo, analisando as experiências, evidências e a percepção dos colaboradores em suas atividades ao exercício da promoção do consumo sustentável, mediante entrevistas semiestruturadas e observação não participante. O processo de seleção dos respondentes aconteceu por meio de verificação entre colaboradores que atuam nas organizações e as entrevistas, através de contato prévio por redes sociais e *e-mails*, apresentando o conjunto da pesquisa e o questionário semiestruturado, conforme Tabela 2.

Tabela 2 - Caracterização dos entrevistados

Entrevistado/ Organização	Função	Atividades	Data
E1 Akatu	Coordenador de Conteúdo	Inovação e inclusão digital para formação de redes colaborativas e construtivas.	05/12/2022
E2 Akatu	Diretor Executivo	Sensibilização, integração e empoderamento para mobilizar o consumo consciente.	05/12/2022
E3 Akatu	Assistente de Educação e Comunidades	Educação ampla e sustentável, dialógica e transformadora por estilos de vida sustentáveis.	12/12/2022
E4 IDEC	Coord. Programa de Consumo Sustentável	Saúde pública pela segurança alimentar adequada e saudável.	10/12/2022
E5 IDEC	Assessor de Projetos	Monitoramento de políticas públicas, promoção de mudanças e políticas para melhorar a vida dos consumidores.	12/12/2022
E6 Greenpeace	Fotógrafo e Ativista	Fotografias, documentários, reportagens, ativismo, preservação do meio ambiente e da humanidade.	08/12/2022
E7 Greenpeace	Assistente de Sustentabilidade	Defesa da sustentabilidade e justiça social através da inovação e mobilização social.	09/12/2022
E8 Greenpeace	Economista, Historiador e Ativista	Articulações de ações na Amazônia Legal.	13/12/2022

Fonte: Elaboração própria, 2022.

Com a técnica “bola de neve”, os entrevistados indicaram outros colaboradores, considerando a linha de pesquisa e a diversidade entre os informantes (Costa, 2018). O quantitativo de respondentes seguiu o modelo de saturação teórica proposto por Eisenhardt

(1989), quando ocorre de novas entrevistas que não mais agregarem conteúdos significativos, implica em saturação dos elementos informativos (Guerra, 2010).

Referente à interpretação dos resultados, o procedimento adotado compreendeu a análise de conteúdo de Bardin (2016) que consiste em três etapas: 1- pré-análise, correspondente à organização e leitura dos achados; 2- exploração do material, consiste no processo de codificar e categorizar as variáveis e 3- tratamento dos resultados obtidos e interpretação feita por meio de inferências junto à literatura (Bardin, 2016).

O recurso do software ATLAS.ti constituiu uma ferramenta de apoio aos estudos dos fenômenos sociais, estruturando de forma sistemática as dimensões e categorias de análise, através de representações em redes, favorecendo a gestão dos trabalhos (Klüber, 2014). Os resultados obtidos a partir destes elementos são apresentados na seção seguinte.

4 Pode entrar, a promoção do consumo sustentável já começou

A literatura sobre o desenvolvimento sustentável constata o eixo temático do consumo sustentável como campo de investigação científica, no sentido de dispor mecanismos voltados a promover mudanças nas práticas cotidianas de consumo, abrangendo questões de escolhas, comportamentos e responsabilidades (Portilho, 2010). Sobretudo, após os indicativos do ODS 12, que trata sobre padrões de produção e de consumo responsáveis, promovendo metas na Agenda 2030 que contemplam a participação da sociedade na tomada de decisões ao consumo inclusivo e sustentável. Desse modo, esta seção apresenta a caracterização do Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, como movimentos sociais que desenvolvem ações a favor de promover a sustentabilidade do consumo.

4.1 Instituto Akatu: por um consumo consciente

O Instituto Akatu foi idealizado pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em 2001. Por definição, a escolha do nome representa na língua Tupi “a = semente boa” e “katu = mundo melhor” (Akatu, 2022). Dedicar-se em difundir processos de mudança de comportamento do consumidor a partir de dois aspectos: educação e comunicação.

O Akatu é uma organização sem fins lucrativos, com natureza jurídica privada, constituída associação de defesa de direitos sociais. Legalmente, possui estatuto social, preservando uma política de privacidade sobre a divulgação de informações, parcerias, coleta de dados, entre outros mecanismos que abrangem a pauta da gestão ambiental, legislações vigentes e valorização do consumidor-cliente para a organização.

Nas redes sociais, Instagram® e Facebook®, são expostos conteúdos na mesma linha de divulgação da página oficial da internet, privilegiando aspectos sobre o consumo consciente, aguçando o interesse do consumidor por atos de consumo sustentáveis. Divulgam-se painéis de notícias, reportagens, dicas, pesquisas, parcerias, tecnologias, etc., no sentido de levar ao consumidor inspirações em formato de conhecimento e reflexões sobre atos de consumo, a exemplo do teste do consumo consciente⁶, que envolve grandes áreas de consumo como alimentação, habitação, transporte e consumo de bens duráveis e não duráveis.

Por que o consumo consciente? O Akatu explica que a motivação para ações de consumo consciente parte do princípio de que o Brasil, como um país emergente, o aumento da classe consumidora tende a crescer, sendo contributivo fomentar ideologias renovadas, principalmente, entre os que já se encontram na rota do consumo de massa. Afirma que consumidores conscientes fazem escolhas melhores para a sustentabilidade da vida (Akatu, 2022). Desse modo, considera-se o Instituto Akatu um movimento social que desenvolve ações relacionadas à promoção do consumo sustentável.

4.2 Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC): credibilidade, independência e cidadania

O IDEC surge em 1987, atuando em defesa do consumidor e em todos os segmentos onde exista a relação de consumo. É uma associação civil sem fins lucrativos, independente de governos, empresas e partidos políticos. Regida por Estatuto Social, Conselhos Diretor, Fiscal e Consultivo e uma Coordenação Executiva, possui natureza jurídica privada em defesa de direitos sociais. Financeiramente, conta com apoio e contribuições de associados, organizações, fundações independentes, doações e assinatura da Revista IDEC. Nas redes sociais, Instagram® e Facebook®, os conteúdos publicados seguem a estrutura do *website* oficial, veiculando informações, registros, estatísticas, princípios, etc., focando a pauta jurídica do consumo e suas relações.

Destaca-se a participação do IDEC na elaboração e implementação do Código de Defesa do Consumidor (CDC, Lei nº 8.078, 1990) e aplicação de normas correlatas, que versam as orientações e elaboração do plano de desenvolvimento institucional (Bissoli, 2016).

Por que a voz do consumidor? O IDEC integra comitês, comissões, câmaras técnicas, dialogando e construindo alicerces em defesa do direito de todos os consumidores. Entretanto,

⁶ O Teste do Consumo Consciente do Akatu é uma ferramenta que avalia o grau de consciência de pessoas ou comunidades quando consomem e oferece caminhos para tornar os consumidores mais conscientes, em busca do bem-estar para o cidadão, a sociedade e toda a vida no planeta. Recuperado de <https://tcc.akatu.org.br/>

esgotadas as tentativas consensuais, recorrem-se aos remédios jurídicos e constitucionais para defender a coletividade e o processo de cidadania por relações de consumo mais justas (IDEC, 2022). Enfatizando os termos credibilidade, independência e cidadania, o IDEC configura um movimento social que desenvolve ações relacionadas à promoção do consumo sustentável.

4.3 Greenpeace Brasil: ativismo, coragem e esperança de transformar a realidade

O Greenpeace Brasil atua no país desde 1992 por meio de ações que dialogam e confrontam governos, empresas e projetos que promovam ameaças ao clima global, sobretudo a Amazônia brasileira. Constituída associação sem fins lucrativos de caráter filantrópico, possui natureza jurídica privada e atua na defesa de direitos sociais. Suas ações são financiadas, exclusivamente, por doações de pessoas físicas arrecadadas através de múltiplos canais de comunicação. Nas redes sociais os conteúdos são semelhantes ao *site* oficial, destacando o ativismo em defesa do meio ambiente e dos ecossistemas naturais.

Por que transformar é uma escolha? O Greenpeace explica que os desafios ambientais em um país continental são enormes e há urgência em transformar vários segmentos que impactam o meio ambiente e a sociedade (economia, políticas, discursos, ações, educação, etc.) (Greenpeace Brasil, 2022). Portanto, o Greenpeace Brasil é um movimento social que desenvolve ações relacionadas à promoção do consumo sustentável.

São desafios contemporâneos que contemplam consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade, em redes colaborativas de ações (Castells, 2013; Scherer-Warren, 2013) que despertam evidências de como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável. Observou-se que as organizações selecionadas enaltecem compromissos de práticas e indicadores sustentáveis, envolvendo ações em favor de melhores escolhas aos atos de consumo e suas responsabilidades (Abramovay, 2022).

Considerando os objetivos contemporâneos, observa-se que o Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil estão sintonizados pela trajetória da insustentabilidade socioambiental que inquieta a sociedade moderna, os denominados estilos de vida para consumo, tendo como base eixos políticos, econômicos, socioambientais e as possibilidades de dependência por parte da escolha do consumidor.

A fim de especificar a contribuição efetiva das dimensões contemporâneas dos movimentos sociais para a promoção do consumo sustentável, atendendo ao objetivo desta pesquisa, identificaram-se relações de promoção do consumo nas organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil. Sobretudo, referenciando o modelo movimento-organização que fomenta

articulação com a sociedade civil e política por meio de parcerias e envolvimento de projetos sociais (Gohn, 1997, 2004), sistematizado, a seguir, na aplicabilidade do *software* ATLAS.ti.

4.4 Validação das dimensões e ações e o recurso do *software* ATLAS.ti

Analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, a partir da atuação das organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, é o objetivo desta pesquisa. Para isso, buscou-se relacionar as ações institucionais às dimensões contemporâneas teorizadas por Scherer-Warren (2013) (vida material, valor simbólico e empoderamento político) e categorias de análise que convergem à rota da sustentabilidade.

A lexicografia inicial viabilizada pelo *software* ATLAS.ti considerou a análise textual de oito entrevistas, elencando três dimensões, dispostas em onze categorias e 207 citações. A Tabela 3, estruturada pelo ATLAS.ti, apresenta a formação da análise inicial.

Tabela 3 - Formação da estrutura e relação de dados

		Entrevista... 26	Entrevista... 16	Entrevista... 25	Entrevista... 19	Entrevista... 19	Entrevista... 17	Entrevista... 11	Entrevista... 12	Totais
Material	2 41	3	4	11	9	8	3	2	1	41
Político	5 102	15	9	14	12	19	14	10	9	102
Simból...	4 64	12	8	13	8	10	7	1	5	64
Totais		30	21	38	29	37	24	13	15	207

Fonte: Tabela gerada no ATLAS.ti, com base nos dados da pesquisa (2023).

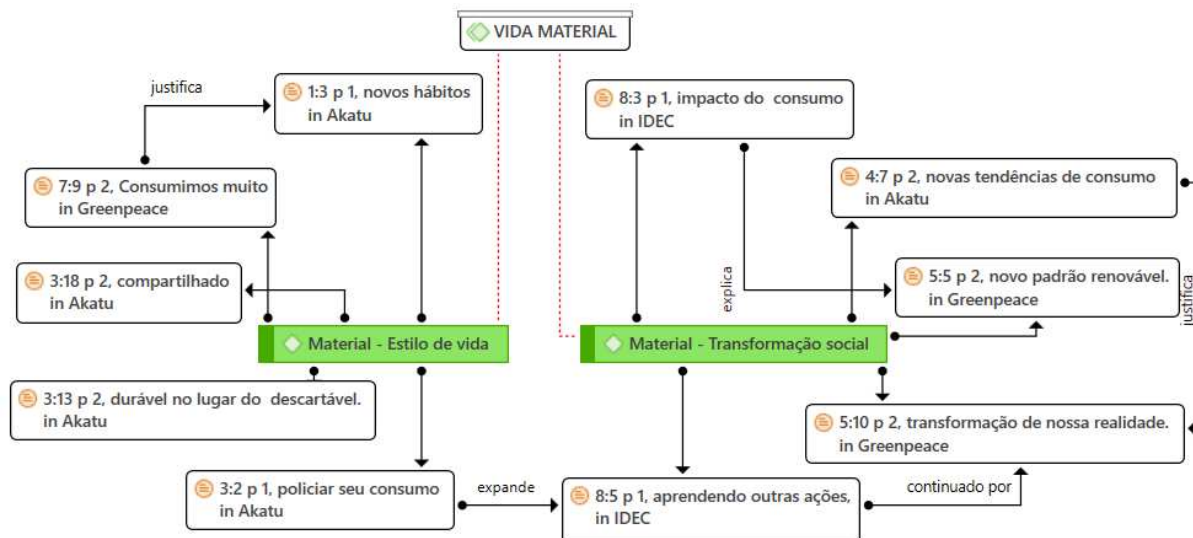
A partir das entrevistas, organizaram-se as três dimensões contemporâneas dos movimentos sociais. A dimensão material está composta por duas categorias de análise (estilo de vida e transformação social) e 41 citações dos respondentes. A dimensão Política é formada por cinco categorias (participação sociopolítica, emancipação social, cidadãos críticos, empoderamento e novas formas de mobilização) e 102 citações. A dimensão simbólica compreende quatro categorias (troca de saberes, identidade coletiva, formação de redes e caráter multi-identitário) e 64 citações. Destaca-se que a contextualização de cada dimensão e categorias de análise estão estruturadas com base na literatura, conforme Tabela 1 e as citações, compreendem trechos das falas dos entrevistados, conforme subseções a seguir.

4.4.1 Dimensão Vida Material

A dimensão Material aborda as condições materiais de vida e existência dos movimentos sociais, caracterizada pela construção histórica-estrutural das lutas, como ferramenta de persistência e a necessidade de transformação social (Scherer-Warren, 2013).

Verificou-se que a atuação das organizações investigadas compreendem esta dimensão em duas categorias: estilo de vida e transformação social, conforme observado pela Figura 3.

Figura 3 - Rede Dimensão Vida Material



Fonte: Software ATLAS.ti, com base nas entrevistas (2023)

A partir de hábitos e escolhas dos consumidores (Barber 2007; Holt, 2012), analisar os estilos de vida social compreende tornar-se reflexivo e reavaliar as práticas cotidianas de consumo, analisando o **impacto do consumo** para **gerar outras ações** (Simão et al., 2021). Com base nos dados levantados, constatou-se que isto reflete a atuação do Akatu na promoção de campanhas de comunicação e de aprendizagens voltadas ao **consumo consciente** e à transição de **novos hábitos de consumo**. Ação que também está evidenciada no IDEC, sobre a educação financeira doméstica através do projeto “Planilha de Orçamento Doméstico”, que visa instrumentalizar o consumidor a fazer **escolhas conscientes**. São ações que enaltecem o papel do movimento social e levam a sociedade a refletir sobre **estilos de vida** e as **consequências do consumo que impactam** no desenvolvimento socioambiental (Portilho, 2020).

A dimensão material está contida em movimentos sociais que promovem mudanças no **estilo de vida** dos consumidores, promovendo mecanismos para **novas tendências de consumo** (Pereira e Calgaro, 2021), como pode ser observado na fala do entrevistado E3.

Novas tendências de consumo estão surgindo e se estruturando na cabeça da juventude. Todo mundo tem que se adaptar ou vai ter que se adaptar aos novos hábitos, novos modelos de consumo (Entrevistado E3).

O que também pode ser observado na fala do E1, que traz o contexto da pandemia por COVID-19 como um fator que gerou **novos hábitos de consumo** com tendência a se efetivar.

Durante os últimos dois anos, por exemplo, com a Covid-19 e muitos indivíduos em casa, tivemos novos hábitos incluídos no dia a dia, como a não locomoção, busca por conexão com a natureza e alimentação saudável e sustentável (Entrevistado E1).

Estas afirmações refletem sobre a **materialidade do consumo** que configura o aspecto constitutivo da vida social moderna (Barbosa, 2021), relacionado aos movimentos sociais que atuam para minimizar os aspectos e os efeitos do consumismo (o excesso, a impulsividade, o desperdício, etc.) e os fatores que caracterizam a "síndrome consumista" (Baudrillard, 1995; Bauman, 2009). É possível perceber um direcionamento das ações das instituições investigadas em atuar nas discussões que envolvem a vida material dos consumidores, buscando refletir sobre as questões do "ser" na contemporaneidade.

Contribuindo com a categoria **estilo de vida**, o Greenpeace Brasil tem entre os objetivos levar reflexão acerca do **impacto do consumo** tanto para o desenvolvimento, como ao retrocesso socioambiental (Greenpeace Brasil, 2022). Isto pode ser demonstrado através dos incentivos relativos à captação de energia solar em larga escala, divulgando os benefícios da energia limpa ao desenvolvimento do país, aos brasileiros e ao meio ambiente (Greenpeace Brasil, 2022). O que está evidenciado na fala do E7.

No Greenpeace, participamos de negociações internacionais na ONU, denunciemos crimes ambientais, buscamos soluções para construir acordos para lidar com o impacto das hidrelétricas, da soja ou da pecuária no desmatamento da Amazônia.

(...)

Nas próximas décadas, a matriz energética e o perfil da produção e consumo mundial deverão passar por grandes transformações, migrando de um modelo ainda fortemente baseado nos combustíveis fósseis, para um novo padrão renovável. O mundo precisará de mais alimentos, de energia limpa e de materiais e compostos produzidos a partir da biodiversidade (Entrevistado E7).

Isto demonstra a busca dessas organizações, enquanto movimento social, em influenciar na formação do **consumo consciente**, levando o consumidor ao importante exercício de reflexão dos atos de consumo e a **transformação social** da cultura de consumo (Duarte, Góis & Portilho, 2012; Barbosa et al, 2019) diante dos desafios impostos para se buscar a sustentabilidade.

Considera-se que uma sociedade provida de conhecimento, fortalece ações de desenvolvimento humano e **transformação social** (De Hoyos Guevara & Dib, 2021; Lavallo et al., 2019). Assim, a transformação social, como categoria da dimensão material dos movimentos sociais, apresenta os seguintes indicadores de consumo sustentável: **novas tendências de consumo, novo padrão renovável e transformação da realidade**, reforçando o entendimento de Portilho (2005, 2010), que se baseia na implementação de **novas práticas**

individuais e coletivas como parte do processo integrado e inclusivo, para gerar **mudanças de comportamento** por padrões de consumo seguros e sustentáveis.

Neste contexto, destaca-se o princípio do Greenpeace Brasil (2022) que exalta a coragem e a esperança de **transformar a realidade** e, por compromisso, proteger o planeta através da **conscientização coletiva** (Pereira & Calgaro, 2021), cuja premissa está na fala do entrevistado E6.

O mundo está nos desafiando e uma dimensão de consumo nova precisa se instalar para transformar (...), buscando promover a mudança no comportamento do consumidor, pois pode ser um veículo para a transformação de nossa realidade. A gente pode usar nossa comunicação, a nossa fala, um trabalho como uma ferramenta para comunicar, chacoalhar e trazer uma transformação sobre o consumo potencialmente para a sociedade (Entrevistado E6).

Isso se relaciona com a necessidade de mudança na consciência dos consumidores, considerando o consumo enquanto prática social e cultural, evidenciado pelos níveis de comportamento e **estilos de vida** (Oliveira et al., 2018). A transformação social envolve **aprender com outras ações** (E5 IDEC), considerar o **impacto do consumo** (E4 IDEC) e considerar **novas tendências de consumo** (E3 Akatu). Isso pode reforçar o planejamento em torno da mudança de pensamentos e ideais dos consumidores para expandir a formação de cidadãos críticos, capazes de gerar mudanças de paradigmas, atitudes e **comportamentos de consumo** (Alonso, 2009; Fleig et al. 2006; Layrargues, 2020), conforme pode ser verificado nas reflexões de E6 e E7.

Se temos um cenário de consumo pela frente, tínhamos que estar pensando qual é a indústria que precisamos, quais as fontes principais buscamos, qual a sociedade que queremos ser (Entrevistado E6).

Temos um papel a desempenhar com comportamentos que não são mais admissíveis. Promover a mudança no comportamento do consumidor pode ser um veículo para a transformação de nossa realidade. (Entrevistado E7).

Romper meios de produção e consumo hegemônicos e em seu modo de pensar e viver, implica enfrentar os desafios rumo a uma transição civilizatória sustentável (Layrargues, 2020a, 2020 b) decorrente de uma transformação social. Para isso, se faz necessário potencializar mecanismos que prosperem perspectivas críticas, através de uma **educação ambiental transformadora e emancipatória** (Dias, 2004). Verifica-se que esta perspectiva está dinamizada nas ações do Akatu através do portal Edukatu, que convida o estudante-consumidor a desenvolver práticas de consumo por meio de um circuito de aprendizagem. A educação ambiental como indicador da transformação social na dimensão material também está presente na fala do entrevistado E1.

É preciso trabalhar sobre o tema [*educação*] com uma perspectiva crítica e que traga para a realidade dos educandos, só assim, eles se sentirão parte do processo e entenderão que são essenciais na luta pelo consumo consciente em nossa sociedade (Entrevistado E1).

No entendimento de Simão et al. (2021), o trabalho de conscientização ambiental que atua por meio da educação, reavaliação da cultura e valores do consumo, implica relacionar as **transformações sociais** aos **novos estilos de vida** cotidianamente adotados (Dias, 2004; Simão et al., 2021). Isto está evidenciado neste estudo nos indicadores **novas tendências de consumo**, **novo padrão renovável** e **transformação da realidade**, os quais estão referidos na missão do Akatu por meio de atividades que abordam a **mudança de comportamento do consumidor** em duas principais frentes de atuação: educação e comunicação (Akatu, 2022).

Na categoria transformação social, o IDEC evidencia ações que envolvem saúde, sociedade, governo e meio ambiente, a exemplo de intensos projetos voltados às informações nutricionais mais claras nos rótulos dos alimentos, assinalando restrições ao uso de agrotóxicos e alimentos transgênicos. As organizações sociais, enquanto movimentos sociais, podem pressionar as empresas a disponibilizar as informações nos rótulos e selos como uma forma de levar aos consumidores aspectos ambientais dos produtos e auxiliá-los nas **decisões de consumo** (Oliveira, 2014).

A partir do consumo sustentável, a transformação social compreende ações de uma série de atores (governos, empresas e sociedade civil), a fim de se estabelecer ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais (Costa & Teodósio, 2011; Oliveira et al. 2016, 2018, 2021a). Este tipo de ação está evidenciada pelo Akatu na fala de E1 e E6.

Acredito que com as empresas e outros atores sociais, trazendo aspectos importantes da alimentação, de forma mais clara e objetiva, pode ajudar na hora da escolha do consumidor. É o que o Instituto Akatu tem buscado fazer nos últimos 21 anos (Entrevistado E1).

É preciso envolver todos os atores que estão de alguma forma conectados, englobando toda a cadeia, do produtor ao consumidor final, sem deixar ninguém para trás. Serão necessárias diversas coalizões de atores nessa jornada. Afinal, uma economia sustentável só fará sentido se ela for realmente capaz de contemplar a todos. É assim que facilitamos a parceria entre empresas, organizações da sociedade civil e a academia. (Entrevistado E6).

Observou-se que no conjunto de indicadores em destaque nesta pesquisa, a dimensão material dos movimentos sociais está relacionada ao consumo sustentável através do contexto social dinamizado pelos comportamentos expressos nas falas dos entrevistados: promoção de **novos hábitos** (E1 Akatu), necessidade de **policar o consumo** (E2 Akatu), adotar práticas de **compartilhamento** (E2 Akatu), seguir a lógica do **durável no lugar do descartável** (E2 Akatu), refletir sobre o fato de que **consumimos muito** (E8 Greenpeace). Isto pode funcionar

como condições capazes de promover a transformação social, gerando **novas tendências de consumo** (E3 Akatu), adoção de **novo padrão renovável** (E7 Greenpeace), busca de **transformação da realidade** (E7 Greenpeace), evoluir enquanto sociedade **aprendendo com outras ações** (E5 IDEC) e continuar avaliando o **impacto do consumo** (E4 IDEC).

O papel do consumidor consciente tem apresentado muitos cidadãos que querem realmente fazer a diferença e a gente tem visto de verdade. Pessoas que, por exemplo, já não tem mais automóveis devido às questões climáticas, se preocupam com a poluição, procuram escolher equipamentos eletrônicos mais eficientes. Estão atentas de que apenas isso não é suficiente e já sabe que já estão aprendendo outras ações, como o da saúde, a questão da alimentação saudável e que ampliar as nossas escolhas depende primeiro de políticas públicas, de regulamentos que promovam o direito à informação (Entrevistado E5).

Então, como os movimentos sociais analisados afetam a dimensão da vida material dos consumidores e sua relação com o consumo sustentável? Como ferramenta de persistência e a necessidade de **transformar uma sociedade**, configurando fontes da mudança social (Castells, 2013; Scherer-Warren, 2013). Em função destas transformações, surgem **novas percepções** e formas alternativas para se trabalhar as questões do consumo, considerando a realidade socioambiental em **um novo modo de pensar e agir** (Abramovay, 2010; 2022).

Ao relacionar a dimensão da vida material com o consumo sustentável, constatou-se que, enquanto movimentos sociais, o Akatu, o IDEC e o Greenpeace Brasil sinalizam ações em torno do consumo sustentável com o propósito é promover mecanismos em consonância aos novos padrões de consumo e a sustentabilidade. Dado que a dinâmica do consumo moderno está configurado pela formação de relações sociais ocasionadas por fenômenos e influências socioculturais (Gohn, 1997, 2014), em que a participação da sociedade é um elo importante nessa rede por um mundo mais equilibrado (Gohn, 2014). Ações como estas buscam propagar a categoria estilo de vida sustentável, ou seja, o “ser” dos consumidores, revelando a inserção da dimensão material nessas discussões e a possibilidade do movimento social para transformar sociedades (Scherer-Warren, 2013) em prol da sustentabilidade.

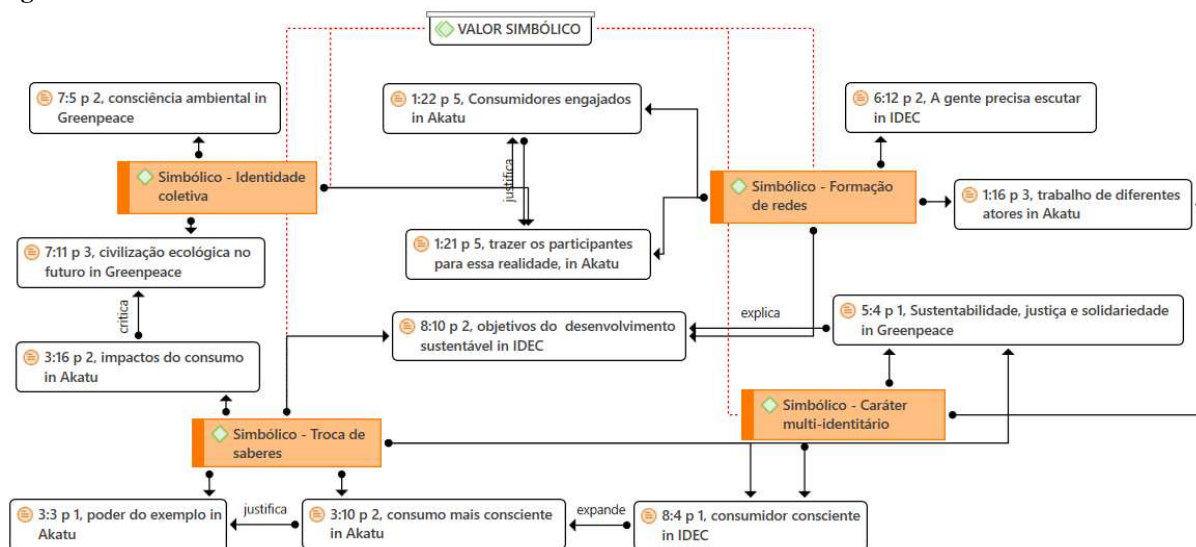
4.4.2 Dimensão simbólica

A dimensão simbólica compreende as conexões de interações informais que aproximam atores por singularidade e pertencimento, fortalecendo o saber dos movimentos sociais por suas ações (Scherer-Warren, 2013). Os papéis dos movimentos sociais nutrem condições simbólicas de comportamentos, ressignificados pelos saberes e as implicações sociais produzidas pelos atores que se percebem integrados (Scherer-Warren, 2013).

A partir das entrevistas, a atuação das organizações em estudo aborda a dimensão simbólica dos movimentos sociais a partir de quatro categorias de análise do consumo

sustentável: **identidade coletiva, troca de saberes, formação de redes e caráter multi-identitário**, conforme representado na Figura 4.

Figura 4 - Rede Dimensão Valor Simbólico



Fonte: Software ATLAS.ti, com base nas entrevistas (2023)

A categoria identidade coletiva que pode ser promovida a partir da articulação dos movimentos sociais em prol da sustentabilidade do consumo está representada pelos indicadores **“trazer os participantes para a realidade”** (E1 Akatu), **“consciência ambiental”** (E8 Greenpeace) e **“civilização ecológica”** (E8 Greenpeace). Estes indicadores reafirmam o entendimento de Ravasi & Rindova (2008) relativo à trajetória do consumo que encontra simbolismo nas relações sociais, configurando identidades, na qual os consumidores declaram afinidades e pertencimento. Este entendimento também está evidente na categoria formação de redes, a partir dos indicadores **“permitir consumidores engajados”** (E1 Akatu), **“necessidade de escutar os consumidores”** (E4 IDEC) e **“articular o trabalho de diferentes atores”** (E1 Akatu). Conforme a fala do entrevistado E1, que associa o papel dos movimentos às percepções e ações de identidade como mecanismo de inclusão.

Entender que cada consumidor possui um contexto diferente é essencial, pois é preciso entender que um hábito sustentável pode fazer sentido para uma realidade e para outra ser completamente fora de mão. Então, a necessidade de trazer os participantes para essa realidade, tornando-os próximos da criticidade de seu próprio contexto (cidade, bairro, etc), para ampliar para o contexto do país (Entrevistado E1).

Este entendimento, que referencia pertencimento e inclusão sustentável, também está na fala do entrevistado E8, quando traz a responsabilidade do movimento social no sentido de trazer os consumidores para a percepção da realidade.

Antes de tudo é preciso apontar que temos um cenário muito desigual em nosso país. A gente, que tem consciência ambiental, precisa colocar no centro da agenda a necessidade do agendamento social e do meio ambiente. Nós temos que fazer esse trabalho, que é um trabalho difícil, de catequese, trabalho e uso de renúncia, de resistência (Entrevistado E8).

Nas falas de E1 e E8, além de apresentar a **identidade coletiva**, a visão do **cidadão crítico** se faz presente. Isso corrobora o argumento de que construir relações sociais sustentáveis e inclusivas envolve promover mudanças na visão e execução de políticas públicas por padrões de consumo seguros e sustentáveis (Portilho, 2005, 2010).

Dados documentais também revelam que **engajar novos consumidores** está representado em alguns projetos do Akatu relativos à mobilidade urbana, que traz alternativas sustentáveis às boas práticas de deslocamentos, como: Bike Anjo, Ciclo Vivo, Ciclovias Sustentáveis (ciclovias com sensores que geram energia) e bicicletas compartilhadas, contribuindo para a saúde pública e a mobilidade urbana. O Greenpeace Brasil também promove este tipo de ação, através do observatório de mobilidade em parceria com usuários de transporte público, sociedade civil, academia e a gestão governamental, por meio de aplicação de políticas públicas, a exemplo da Política Nacional de Mobilidade Urbana (Lei nº 12.587, 2012). Nestas ações, nota-se que além de **trazer os participantes** (categoria identidade coletiva), o Greenpeace abrange a categoria formação de redes, integrando o **trabalho de vários atores** e categoria troca de saberes, relacionando as metas dos **ODS**.

Observou-se que o IDEC também contribui neste aspecto, com o manifesto pela criação do Sistema Único de Mobilidade (SUM), em parceria com o Instituto Movimento pelo Direito ao Transporte Público de Qualidade (MDT). Este projeto surgiu a partir da crise no transporte público, envolvendo movimentos sociais e pesquisadores para viabilizar soluções e elaborar um marco regulatório para o transporte público no país.

A articulação de mais de um indicador e as categorias troca de saberes e formação de redes, demonstram a atuação dos movimentos sociais relacionada à promoção do consumo sustentável em várias conexões. A categoria formação de redes está reforçada, através de redes de apoio, envolvendo outras organizações da sociedade civil, governos e sociedade como esforços conjuntos de promoção do consumo acessível, sustentável e perspectivas transformadoras em torno da justiça social e ambiental (Portilho, 2010, Oliveira et al., 2018).

A categoria formação de redes e troca de saberes possui em comum o indicador **objetivos do desenvolvimento sustentável**, evidenciando o **consumo sustentável** em torno dos saberes relacionados às grandes áreas de consumo, conforme as falas de E1, E4 e E5.

No caso da Educação, temos o exemplo da cidade de São Paulo, que no currículo escolar, tem apresentado a importância do consumo consciente e os ODS. Em outras áreas, sinto que temos a pauta do consumo consciente, mas que ainda precisa ser mais estruturada. E, para desenvolver tudo isso, como comentei anteriormente, em primeiro lugar, precisamos compreender que é um trabalho de diferentes atores sociais, para depois, mais ações sejam incluídas (Entrevistado E1).

O IDEC integra uma série de medidas em um conjunto de esforços alinhados com os objetivos do desenvolvimento sustentável. Por exemplo, o acesso à energia acessível, confiável e sustentável para todos e todas. Quando a gente fala em acesso à energia, estamos falando em dignidade e segurança em saúde (Entrevistado E4).

É papel nosso se colocar de forma transparente em relação e com responsabilidade sobre o que produzimos e consumimos. A gente precisa (...) criar as condições para fortalecer esses entendimentos dos objetivos do desenvolvimento sustentável na sociedade, agora, mais do que nunca (Entrevistado E5).

Além da relação com o ODS, os indicadores **sustentabilidade, justiça e solidariedade** levantados neste estudo, integram as categorias troca de saberes e caráter multi-identitário, configurando que os movimentos sociais investigados desenvolvem ações com as aspirações humanas de justiça e de mudança social (Castells, 2013; Scherer-Warren, 2013), conforme E6 e E7.

Cuidar das pessoas e do planeta não são ações exclusivas de governo, mas também da própria sociedade. Acredito que podemos solucionar a crise climática, por exemplo, gerando empregos de qualidade e renda digna. Sustentabilidade, justiça e solidariedade são fundamentais em uma economia que promove a prosperidade e a inovação (Entrevistado E6).

Temos a missão de lutar pelos Direitos Humanos, pelos povos indígenas, pelo meio ambiente, pela justiça social, pela desigualdade social que assola o mundo. Sem esse engajamento, nada de sustentável se segurará, muito menos os comportamentos de consumo. (Entrevistado E7)

O Greenpeace Brasil (2022) afirma que o poder transformador está nas mãos e na consciência de todos por um mundo mais justo, verde e pacífico, conforme exposto nas falas de E6 e E7. Nota-se que as dimensões política e simbólica se fazem presente nestes discursos, reforçando o entendimento de Gohn (2014) sobre a intervenção social emanada pelos movimentos sociais no enfrentamento de entraves políticos para **gerar oportunidades à sociedade**, redefinindo o papel dos movimentos sociais no conjunto do processo de desenvolvimento humano.

A categoria caráter multi-identitário e troca de saberes destaca em comum o indicador **consumidor consciente**, como valor social que expande a necessidade de um **consumo mais consciente**, materializado pelo **poder do exemplo**. Este conjunto marca a importância do movimento social e o poder de escolha exercido pelo **consumidor consciente** que, através de seleções críticas, faz escolhas valorizando as relações sociais na cadeia de produção e de consumo sustentáveis (Portilho, 2020). Isto pode ser observado na fala do entrevistado E3.

O poder do exemplo é muito forte. Quando o exemplo de consumo traz algo que todos percebem que é bom para a comunidade, para a sociedade, ele vai ser seguido. Mas, é mais do que isso, na verdade, as pessoas acham que são indivíduos que estão fazendo apenas aquilo que impacta neles. Na verdade, não é, fazer o bem por gosto leva de um lado criar um modelo de sociedade mais envolvida com a dinâmica das relações sociais e as necessidades coletivas (Entrevistado E3).

Nota-se que a maioria dos entrevistados aborda a formação do **consumidor consciente** como questão base para promover o **engajamento de novos consumidores** nas discussões e ações sobre consumo e sustentabilidade para se construir relações sociais e de **consumo mais conscientes**, o que configura a dimensão simbólica dos movimentos sociais. Trabalhar coletivamente na formação de sociedades mais justas, possibilita minimizar os **impactos do consumo** que geram as diferenças sociais (Scherer-Warren, 2018).

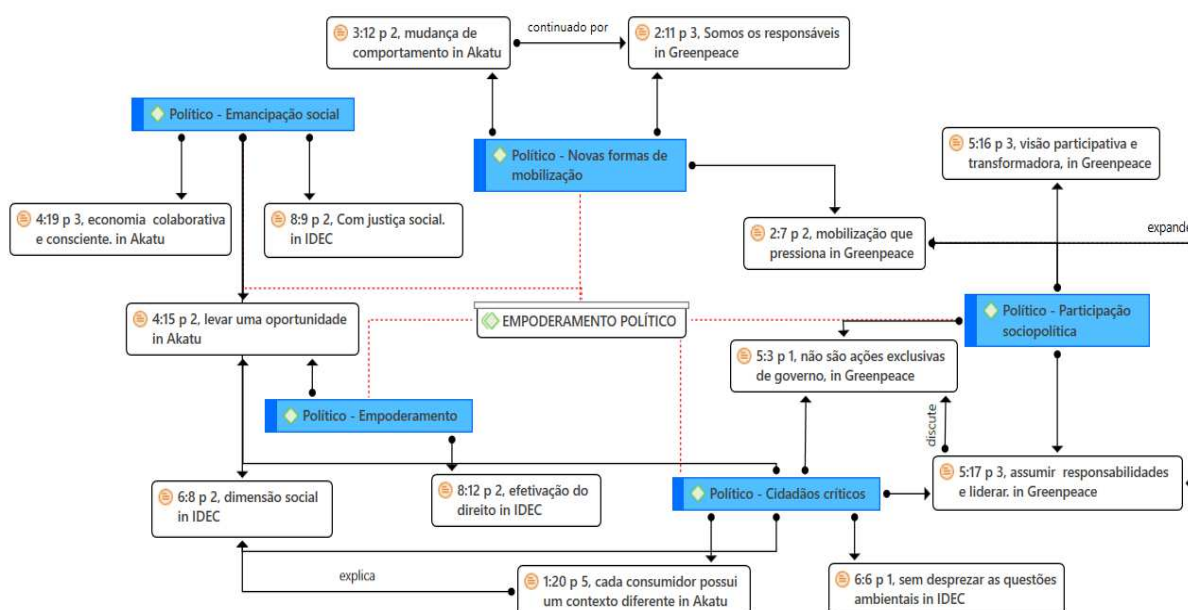
Atuações como estas relacionam as categorias de análise e indicadores destacados às ações sustentáveis, sistematizando o “saber” dos consumidores, enaltecendo a dimensão simbólica em torno de discursos simbolizados pelos saberes entre a vida material e as implicações sociais produzidas em favor da sustentabilidade (Scherer-Warren, 2013).

4.4.3 Dimensão Política

A dimensão política constata o poder emanado pelos movimentos sociais, transcrevendo a força de ações que emancipam e empoderam a sociedade (Scherer-Warren, 2013). Este domínio, que está apoiado em objetivos base (ações estruturantes, mudanças críticas de pensamento e políticas de inclusão), fortalecendo a democracia dos processos de inserção da sociedade civil nas políticas públicas (Scherer-Warren, 2013).

A relação com a promoção do consumo sustentável traz a dimensão política no eixo central das configurações, por meio de cinco categorias de análise: emancipação social, empoderamento, cidadãos críticos, participação sociopolítica e novas formas de mobilização; conforme representado na Figura 5.

Figura 5 - Rede Dimensão Empoderamento Político



Fonte: *Software* ATLAS.ti, com base nas entrevistas (2023)

Os movimentos sociais não são ilhas de acontecimentos, mas um conjunto de atividades com finalidades amplas em contextos socioambientais, políticos e econômicos, vinculadas pelo fortalecimento de **transformações sociais** (Gohn, 2014). A dimensão política está configurada no centro das categorias de análise e interligada às dimensões materiais e simbólica pelas bases estruturantes (**ações, mudanças e políticas**) que conferem o poder originado pelos movimentos sociais (Scherer-Warren, 2013).

Os discursos dos entrevistados constataram que a relação movimentos sociais e consumo sustentável desenvolvem forças para gerar **novas formas de mobilização que pressionam**, apresentando o poder dos movimentos que trazem a **responsabilidade** de agir para que aconteçam **mudanças de comportamentos** e sociais. Isto ratifica o entendimento de Scherer-Warren (2013) sobre os papéis desempenhados pelos movimentos, ressignificando comportamentos por meio de saberes e implicações sociais.

Na categoria emancipação social destacam-se os indicadores **economia colaborativa, justiça social e oportunidade**. Este conjunto confere a forma de agir da organização para modificar aspectos sociais e ambientais vigentes que necessitam de transformação, configurando o poder de ação e autogestão, conforme verificado nas falas dos entrevistados E3 e E4.

Há várias pessoas se ajudando para tornar a economia melhor, para ter um consumo mais consciente. Eu acho que os aplicativos de compartilhamento de diversos bens e serviços, hoje, estão na moda. Existe desde o uso de bicicletas compartilhadas, caronas, vagas de garagem, roupas compartilhadas. Há uma geração de trabalho montando o eixo da economia consciente, um modelo de negócio bem legal que faz parte da economia colaborativa e consciente. É levar uma oportunidade para quem ainda não chegou nada lá (Entrevistado E3).

Entendo o consumo sustentável e responsável como um caminho para mudança de modelo nas dimensões socioeconômica, cultural e ambiental. Ele é um meio para construção de sociedades em que a justiça social e ambiental caminhem juntas (Entrevistado E4).

Constata-se nestes trechos de fala que a autonomia confere ao movimento social meios para implementar mecanismos de transformação em múltiplos contextos. Isto pode ser verificado nas ações do Akatu relativas ao **desperdício de recursos naturais**, abordando a crise hídrica e elétrica e o comportamento de consumo que afeta o indivíduo, a sociedade e o meio ambiente, reforçando a adoção de hábitos de **consumo consciente**. O IDEC também aborda o desperdício cotidiano através da plataforma “Clima & Consumo”, ofertando uma tecnologia que compara gastos energia de eletrodomésticos, permitindo ao consumidor **refletir suas ações**. Do mesmo modo, o Greenpeace Brasil, que traz reflexões sobre a crise hídrica e elétrica, abordando hábitos de consumo e a carência de planejamento político.

A categoria empoderamento traz os indicadores **dimensão social, efetivação do direito e levar uma oportunidade**. Neste conjunto, as questões sociais se destacam como base para gerar mecanismos de transformação. Este entendimento está presente na missão do IDEC, que visa levar à sociedade as lutas em favor da consolidação de políticas públicas voltadas ao consumo, como ferramenta de **mobilização social, emancipação e ações** de jurisprudência. O Greenpeace Brasil também corrobora, protagonizando campanhas, abaixo-assinados, projetos educacionais, pressões políticas, entre outras ações que dinamizam a categoria empoderamento, conforme pode ser verificado na fala de E5.

A efetivação do direito à informação é um direito fundamental já estabelecido e, hoje, é muito difícil um consumidor fazer escolhas sustentáveis se ele não tem acesso às informações que ele deveria ter. A nossa parte de informar e mobilizar a população é muito importante. A gente vem fazendo campanhas, um trabalho verdadeiramente de formiguinha. E aí que você pode ter acesso às informações relevantes no nosso dia a dia, traduzindo esses grandes problemas com uma linguagem direta e simples e convidar os consumidores para se engajar nas campanhas (Entrevistado E5).

Observa-se nesta fala a conexão das categorias simbólica e política e dos indicadores **engajar novos consumidores e efetivação do direito**, fortalecendo o entendimento de Barbosa (2021) que destaca os movimentos sociais ampliando o ato do consumo em um espaço de direitos que podem ser reivindicados, legitimados e/ou contestados.

A dimensão política traz a força dos cidadãos críticos como categoria que visa **assumir responsabilidades**, reforçando o sentimento de indignação que qualifica o poder do movimento social em termos de justiça coletiva, para minimizar as divergências socioambientais (Scherer-Warren, 2013). Isto pode ser verificado na campanha do Akatu, em parceria com uma emissora de televisão, intitulada “5Rs: Repense, Reuse, Recuse, Recicle e Reduza”, levando perspectivas críticas relativas à geração de resíduos como responsabilidade de todos. Do mesmo modo, o Greenpeace Brasil traz a Justiça Climática para a pauta das reflexões, abordando a realidade global e as consequências que impactam a população de forma desigual. O que pode ser verificado na fala de E7.

De um jeito ou de outro, alguém vai ter que assumir essa responsabilidade e pagar essa conta. Quero poder acreditar que representantes e políticos tomem ações mais enérgicas quanto à crise climática e socioambiental como um todo. Porém, com os interesses desse sistema (capitalista), fico incrédula. Portanto, acredito que o papel principal acabe ficando nas mãos do “consumidor” (Entrevistado E7).

Desse modo, a categoria cidadãos críticos robustece a dimensão política e simbólica sobre as contribuições dos movimentos sociais como alicerces de participação sociopolítica (Portilho, 2020), emancipação social, cidadãos críticos, mobilização e empoderamento (Oliveira et al. 2018) em favor da sustentabilidade.

As categorias participação sociopolítica e novas formas de mobilização apresentam a dimensão política de forma mais intensa, através de indicadores que enaltecem os movimentos sociais por suas lutas e reconhecimento, transcrevendo a força de ações que emancipam e empoderam a sociedade (Scherer-Warren, 2013): **assumir responsabilidades, visão participativa, não são exclusivas do governo, mobilização que pressiona, somos todos responsáveis, mudança de comportamento.** Este conjunto está na fala de E6 e E7.

Questionar e agir deveria ser o papel de todo cidadão consciente. É lamentável que os políticos não levem a sério o trabalho que alertam os cientistas. Mas, acredito que está dentro da crise, também existe uma revolução. A atitude de jovens da geração *millenial* tem um papel importantíssimo nesse caminho. Apoiar as manifestações e todo tipo de mobilização que pressiona de forma coerente o rumo positivo para o futuro do Planeta (Entrevistado E6).

Olhamos o mundo pelo retrovisor e isso não é bom quando se busca melhorias de vida. Temos que assumir responsabilidades e liderar (Entrevistado E7).

É possível verificar nestas falas que a formação de cidadãos críticos é essencial para que a participação sociopolítica e novas formas de mobilização aconteçam. Os indicadores e falas remetem às ações consolidadas Greenpeace Brasil que articula abaixo-assinado na luta pelo fim do garimpo ilegal e proteção das terras indígenas brasileiras. Bem como, o projeto do Akatu, “ $\frac{1}{3}$ de tudo o que você compra vai para o lixo”, que envolve a responsabilidade de todos os consumidores relativo ao desperdício e descarte de alimentos, trazendo o impacto financeiro, social e ambiental, conferindo a participação sociopolítica. O IDEC também está nestes indicadores em torno da pauta jurídica, a exemplo das campanhas sobre informações nutricionais mais claras nos rótulos dos alimentos e rotulagem de transgênicos, mobilizando e pressionando governos para proteger os direitos dos consumidores.

Nestes conjuntos de indicadores destacados, nota-se que a dimensão política envolve uma dimensão social, reunindo **economia e oportunidade** como mecanismo de **justiça social**. A dimensão política busca **minimizar desigualdades sociais**, intensificando a necessidade de equiparar estruturas e políticas que promovam qualidade, **estilos de vida e comportamentos de consumo** (Oliveira et al. 2018, 2021). Trata-se de um processo evolutivo, integrado por mecanismos que promovem **cidadania, equidade e justiça** (Azevedo, 2013; Ferraz, 2019; Lavallo et al., 2019).

Estes indicadores reforçam o pensamento sobre os discursos emancipatórios, participação sociopolítica, novas formas de mobilização, reconhecendo o “poder” dos consumidores críticos. A dimensão política, que está no cerne dos objetivos sociais contemporâneos, avança em torno de ações e discursos fortalecidos pela **democracia** que se efetiva através da participação da sociedade civil nas decisões que incidem transformações

para uma **sociedade mais justa, sem desprezar as questões ambientais** (Layrargues, 2020; Scherer-Warren, 2013).

4.5 Discussão: olhares críticos dos movimentos sociais para 2030, na rota do consumo sustentável

Os discursos construídos ao longo das entrevistas neste estudo permitiram observar que há um **esperançar** sobre a potência dos movimentos sociais em torno da promoção do consumo sustentável, como fonte de articulação, mobilização e de incentivos. Não apenas por ideologia ou cultura, mas um **esperançar** no sentido de promover, de ser ativo, de pertencimento, da democracia ativa, de edificação de ações em contextos sociopolíticos, comportamentais, que articulam sentidos para a trajetória da sustentabilidade (Gohn, 2014).

A Tabela 4, a seguir, descreve uma síntese das dimensões, categorias e indicadores relacionados aos movimentos sociais e o consumo sustentável que foram identificados.

Tabela 4 – Síntese dos elementos dos Movimentos Sociais e do Consumo Sustentável

Dimensão	Categorias	Indicadores
Material	Estilo de Vida	Novos hábitos, Policiar o consumo, Consumismos, Compartilhar, Reciclar/reuso, Evitar desperdício;
	Transformação social	Impacto do consumo, Novas tendências de consumo, Novo padrão renovável, Transformação da realidade, Aprender com outras ações;
Simbólica	Identidade Coletiva	Trazer participantes, Consciência ambiental, Civilização ecológica;
	Troca de Saberes	ODS, Consumo consciente, Poder do exemplo; Impacto do consumo;
	Formação de Redes	Trazer participantes, Consumidores engajados, Precisa escutar, Diferentes atores, ODS;
	Caráter Multi-identitário	Consumidor consciente, Sustentabilidade, Justiça e Solidariedade, Diferentes atores;
Política	Emancipação Social	Economia Colaborativa, Justiça Social, Oportunidade;
	Empoderamento	Dimensão Social, Efetivação do Direito, Oportunidade;
	Cidadãos Críticos	Assumir responsabilidades, Contextos diferentes, Não são exclusivas do governo;
	Participação Sociopolítica	Assumir responsabilidades, Visão participativa, Não são exclusivas do governo;
	Novas formas de mobilização	Mobilização que pressiona, Somos todos responsáveis, Mudança de comportamento.

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A relação entre as três dimensões contemporâneas dos movimentos sociais e os indicadores adaptados ao contexto da sustentabilidade do consumo, reforçam a percepção do consumo como um fenômeno multifacetado, conforme destaca Oliveira et al., (2016) e, portanto, analisá-lo como uma atividade social e cultural evidencia a sua interligação com os problemas relativos aos comportamentos do consumo e estilos de vida sustentáveis (Portilho, 2020; Silva & Silva, 2014), os quais são seara de atuação dos movimentos investigados neste estudo.

Para Scherer-Warren (2013), as dimensões vida material, valor simbólico e empoderamento político dignificam as implicações sociais produzidas pelos movimentos sociais para a sociedade. Isto se vincula ao consumo sustentável pelo valor das ações promovidas pelas organizações sociais investigadas e o sentimento coletivo de pertencimento ao meio que aproxima os atores. Portanto, este contexto que relaciona os movimentos sociais e o consumo sustentável apresenta indicadores valiosos ao processo de desenvolvimento, com ênfase às questões sociais e ambientais. O que instrumentaliza mecanismos aos diversos atores sociais, organizacionais e institucionais para auxiliar na promoção do consumo sustentável, em conformidade com os ODS e a consolidação de estratégias que contemplem a participação da sociedade na tomada de decisões ao consumo sustentável e inclusivo.

Cabe ressaltar que as ações dos movimentos sociais, vinculados à promoção do consumo sustentável, perpassam aos ensejos políticos construídos pelo eixo da mobilização, autonomia em função da materialidade de práticas coletivas e o vigor simbólico das redes e parcerias, como campo de visualização e prospecção social, delineando um cenário de desenvolvimento caracterizado pela modernidade que Gohn (2014, 2020) destaca.

Destarte, as organizações pesquisadas compartilham objetivos coletivos relacionados à promoção do consumo sustentável. Contudo, observou-se que cada instituição possui uma linha de abordagem no complexo eixo de execução das ações sustentáveis. O Akatu prospecta a linha comportamental em torno da estratégia educacional para a formação de cidadãos conscientes (dimensão simbólica). O IDEC viabiliza com maior propriedade a pauta jurídica em defesa de relações de consumo mais justas e sustentáveis (dimensão política). Enquanto o Greenpeace Brasil, envolve as questões ambientais por meio do ativismo, da preservação dos recursos, da consciência das limitações ecossistêmicas, na condução de estilos de vida responsáveis (dimensão material). São eixos segmentados em formato de redes e parcerias unindo esforços colaborativos, configurando os movimentos sociais na rota da sustentabilidade do consumo.

A análise das entrevistas e das ações promovidas denotam discursos otimistas, entusiastas com os movimentos e os debates de novas formas de se fazer e agir para o consumo, fomentando um olhar para a Agenda 2030 e, mais especificamente, em conformidade com o ODS 12. Embora, cada instituição elabore estratégias para abordar a pauta do consumo, isolados ou coletivamente, constata-se um avanço nas questões de incentivos à sustentabilidade. Os discursos dos entrevistados enfatizam um trabalho intenso, resultados positivos e crescentes que agregam a presença de mais consumidores, fortalecendo o papel multiplicador e a construção de redes voltadas ao consumo consciente. Assim, identifica-se novas formas de integração e convivência, em consonância com a dimensão simbólica dos movimentos sociais apresentada por Scherer-Warren (2013).

Isso permite compreender a amplitude e relevância que os movimentos sociais exercem no desenvolvimento das sociedades (Gohn, 2014). A sincronia de ações dimensionadas pelos movimentos sociais estudados compreendem bases que podem promover o consumo sustentável, atuando por meio de ações que fomentam parcerias e iniciativas voltadas ao consumidor e os aspectos do consumo, bem como aos processos de produção e aos mecanismos de regulação e regulamentação. Evidenciam-se contextos que buscam conciliar os interesses socioambientais de atores sociais, organizacionais e institucionais e minimizar as diferenças insustentáveis, a fim de prosperar uma sociedade mais justa, humana e solidária.

Contudo, é importante realçar que a bandeira de apoio ao consumo sustentável, flamulada em tempos de consumismo, aponta para abordagens que despertam reflexões sociais e ambientais mais profundas. Sobretudo, subentende-se estar diante de uma sociedade que já é detentora do consumo para uma parte da população, necessitando repensar anseios e adaptar necessidades em torno de comportamentos e estilos de vida sustentáveis; enquanto outra parte vive em condições de subconsumo para atender suas necessidades básicas.

5 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo analisar como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável a partir da atuação das organizações Instituto Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões contemporâneas estruturadas por Scherer-Warren (2013).

Para isso, realizou-se um estudo de caso múltiplo, de natureza exploratória e abordagem qualitativa. Após análise documental e das ações promovidas pelas organizações, considerando as variáveis do consumo, relacionaram-se as dimensões dos movimentos sociais

material, simbólica e política. As entrevistas abordaram as percepções de colaboradores que atuam nas organizações selecionadas, considerando parcerias com governos e sociedade e os aspectos envolvendo o conjunto consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade.

Com recurso do ATLAS.ti sistematizaram-se os dados coletados, viabilizando os elementos da análise qualitativa, as tendências lexicográficas e os encadeamentos multivariados. A análise relacional apresentou avanços sociodiscursivos, levando visibilidade às ações de promoção do consumo sustentável, através de dimensões que estruturam organizações, sociedade, governos e os movimentos sociais na rota da sustentabilidade. Os discursos apresentam convergências de entendimentos de acordo com literatura pesquisada, inerentes às ações das organizações e os mecanismos de promoção do consumo sustentável.

Os resultados indicaram conformidades de ações em torno das áreas de consumo cotidiano, acentuando a importância em erguer mecanismos e infraestruturas sociais, tendo os ODS como direcionamento para enfrentar os desafios socioambientais. Este conjunto de ações permite ampliar a gestão da sustentabilidade como modelo de continuidade coletiva, a partir de dimensões estruturais que consolidam mecanismos em favor do consumo sustentável.

Construindo parcerias de fortalecimento, percepções integrativas entre consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade e, visando objetivos coletivos e transformações sociais, observou-se que o Akatu, o IDEC e o Greenpeace Brasil são organizações da sociedade civil que atuam na promoção do consumo sustentável. Em eixos colaborativos, dimensionam-se mecanismos materiais, integrações simbólicas e participações sociopolíticas para alavancar responsabilidades sustentáveis. Fortalecem-se meios, reflexões e compromissos junto aos consumidores por seus atos de consumo em consonância com os ODS. Isto permite construir múltiplos olhares voltados ao bem-estar da sociedade, contribuindo para o fortalecimento de atos de consumo justos e sustentáveis.

Portanto, são movimentos sociais que se relacionam com a promoção do consumo sustentável, como um elo fortalecedor entre teorias e práticas sustentáveis. Os indicadores destacados constituem perspectivas de novas formas e padrões de produção, de consumo, de descarte e de longevidade, configurando uma renovação de ações na rota da sustentabilidade.

Este artigo delimitou-se a investigar três organizações da sociedade civil que desenvolvem ações voltadas ao consumo sustentável e relacioná-las em três dimensões contemporâneas dos movimentos sociais. Como desdobramento, sugere-se ampliar a investigação para outros movimentos sociais que explorem a temática, investigando outras dimensões e ações provocadas pelas transformações sociais e a realização de estudos comparativos. Bem como, investigar junto aos consumidores o papel ativo que esses

movimentos provocam em torno de mudanças de hábitos contributivos em razão de um consumo inclusivo e sustentável.

CONCLUSÃO

A pesquisa desenvolvida nesta dissertação objetivou explorar como os movimentos sociais e suas dimensões contemporâneas (material, simbólica e política) se relacionam com a promoção do consumo sustentável. A partir das contribuições teóricas foi possível selecionar os elementos que nortearam o objetivo da pesquisa e a composição da dissertação no formato três artigos.

O artigo I descreveu a trajetória política e estratégica do termo consumo sustentável nas últimas duas décadas (2001 a 2022) para compreender como as evoluções teóricas estão relacionadas dentro das perspectivas e metas transformadoras dos ODS. Através de um estudo bibliométrico, os resultados evidenciaram que as principais pesquisas científicas antecedem aos ODS, o que sugere uma construção teórica emergente sobre o consumo sustentável, integrando ODS e interligando as políticas do consumo por suas práticas e estilos de vida. Com o recurso do *software* VOSviewer, evidenciaram-se redes colaborativas de países e palavras-chave, revelando significativas participações europeias e a colaboração de nações em desenvolvimento socioeconômico. Demonstrou-se uma trajetória política estruturada pela evolução conceitual do consumo sustentável e as convenções estratégicas dos marcos ambientais fortalecidos por ações conjuntas, avançando novos olhares e percepções para a promoção do consumo sustentável, socialmente justo e em conformidade aos ODS.

O artigo II relacionou as dimensões contemporâneas dos movimentos sociais (material, simbólica e política) apresentadas por Scherer-Warren (2013) com as categorias de análise, envolvendo a sistemática dos movimentos sociais voltada à promoção do consumo sustentável. Através de um estudo teórico-conceitual, os resultados evidenciaram que a contemporaneidade de objetivos relacionam os movimentos sociais e o consumo sustentável pelo pensamento coletivo, atentos às transformações sociais, na busca de melhoria da qualidade de vida sem prescindir os recursos ambientais. Os movimentos sociais fomentam identificações, empenhos e interferências coletivas voltadas à promoção do consumo sustentável como fontes geradoras de reflexões críticas, determinantes para o bem estar da população e o desenvolvimento sustentável.

Na sequência, o artigo III analisou como os movimentos sociais se relacionam com a promoção do consumo sustentável, a partir da atuação das organizações Akatu, IDEC e Greenpeace Brasil, considerando as dimensões estruturais propostas por Scherer-Warren

(2013): material, simbólica e política. A escolha destas organizações ocorreu em função da representabilidade e significativas ações desenvolvidas em prol do fortalecimento e promoção do consumo sustentável. Através de uma pesquisa qualitativa e estudo de caso múltiplo, identificaram-se as ações de promoção do consumo sustentável nas organizações selecionadas e realizaram-se entrevistas entre colaboradores que as integram. Com recurso do *software* ATLAS.ti, os resultados indicaram haver conformidades de ações em torno das áreas de consumo trabalhadas por estes movimentos sociais, atuando em eixos colaborativos, dimensionando mecanismos materiais, integrações simbólicas e participações sociopolíticas para promover o consumo sustentável, fortalecendo mecanismos e reflexões junto aos consumidores por seus atos de consumo.

Observou-se que o conjunto dos movimentos sociais pesquisados compartilham objetivos contemporâneos relacionados às dimensões e à promoção do consumo sustentável. O Akatu prospecta a linha comportamental em torno da estratégia educacional para a formação de cidadãos conscientes (dimensão simbólica). O IDEC viabiliza com maior propriedade a pauta jurídica em defesa de relações de consumo mais justas e sustentáveis (dimensão política). Enquanto o Greenpeace Brasil, envolve as questões ambientais por meio do ativismo, da preservação dos recursos e da consciência das limitações ecossistêmicas e na condução de estilos de vida responsáveis (dimensão material). São ações segmentadas em formato de redes e parcerias, unindo os movimentos sociais por esforços colaborativos, configurados pelas dimensões material, simbólica e política na rota do consumo sustentável.

Portanto, as análises desenvolvidas entre os movimentos sociais e o consumo sustentável se integram à amplitude temática na atualidade, como um campo emergente de investigação, contribuindo na esfera do consumo cotidiano e sustentável, considerando a necessidade de instrumentalizar a participação da sociedade nas decisões sustentáveis.

A coletânea de dados, relacionando os movimentos sociais e o consumo sustentável, possibilitou compreender a capacidade de agir da sociedade (ser) por atuações edificadas nas participações sociopolíticas (poder) e os comportamentos de consumo, a partir da promoção de estratégias que contemplem a participação da sociedade na mudança dos padrões e níveis de consumo de maneira a contribuir com a sustentabilidade (saber). Compreender a força das organizações da sociedade civil no contexto do consumo sustentável, envolve a valorização de novas formas de pensar e agir, a partir de ações que tragam a participação da sociedade na tomada de decisões ao consumo inclusivo e sustentável.

Desse modo, constituindo uma visão contemporânea conectando consumo, comportamento, sociedade e sustentabilidade, constatou-se que esta dissertação contribui com

trajetórias inclusivas e sustentáveis, a partir dos movimentos sociais e as práticas do consumo sustentável. Apresentaram-se os impactos que os movimentos sociais podem gerar na sociedade quando se abordam questões de consumo consciente. Isto evidenciou a necessidade de aprofundar conhecimentos sobre uma temática multidimensional, explorando as dimensões (material, simbólica e política) e ações engajadas por movimentos sociais, cujas bases permitem visualizar que as atuações estão articuladas em sistemas de redes e parcerias, compreendendo percepções entre os modos de consumo e os problemas sociais.

Esta dissertação limitou-se a explorar três movimentos sociais que desenvolvem ações voltadas ao consumo sustentável e relacioná-los em três dimensões contemporâneas. Como desdobramento, sugere-se ampliar os estudos para diferentes organizações sociais, relacionando outras dimensões e a combinação de novos entrantes decorrentes das transformações sociais; possibilitando novos panoramas que o dinamismo dos estudos sobre movimentos sociais e consumo sustentável possibilita evidenciar. Bem como, investigar junto aos consumidores o papel ativo que os movimentos provocam em torno de mudanças de hábitos contributivos em razão de um consumo local, global, inclusivo e sustentável.

Referências

- Abramovay, R. (2010). Desenvolvimento sustentável: qual a estratégia para o Brasil?. *Novos estudos CEBRAP*, 97-113. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002010000200006>
- Abramovay, R. (2011). A era da inovação e do limite. [Entrevista]. *Ideia Sustentável*. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária, USP.
- Abramovay, R. (2012a). Desigualdades e limites deveriam estar no centro da Rio+ 20. *Estudos avançados*, 26, 21-34. <https://doi.org/10.1590/S0103-40142012000100003>
- Abramovay, R. (2012b). *Muito além da economia verde*. São Paulo: Editora Abril.)
- Abramovay, R. (2022). Colocar a democracia no coração das decisões econômicas. *Revista Ciência & Cultura*. Recuperado de <https://revistacienciaecultura.org.br/?p=3408>
- Abramovay, R., Almeida, V.M., Cardoso, F.C., & Conroy, M.E. (2010). Movimentos sociais e ONGs na construção de novos mecanismos de mercado. *Economic sociology_the european electronic newsletter*, 11, 24-30. https://econsoc.mpifg.de/17213/econ_soc11-2
- Akenji, L. (2014). Consumer scapegoatism and limits to green consumerism. *Journal of Cleaner Production*, 63, 13–23. <http://doi:10.1016/j.jclepro.2013.05.022>
- Akatu. (2019). *O Akatu*. São Paulo. <https://akatu.org.br/o-akatu/>
- Alonso, A. (2009). As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. *Lua Nova: Revista cultura e política*, 49-86. <https://doi.org/10.1590/S0102-64452009000100003>
- Alonso, A. (2022). Entrevista: Angela Alonso / Entrevistada por Barbosa, Lopez, Falcone & Santos. *Revista Humanidade em Diálogos*.
- Angelocci, M.A., Pereira, B.G., Manzoni, J.E., & Martucci, K.C. (2021). Aderência do Consumidor em Relação aos Produtos Verdes: Um Estudo Comparativo. *Revista FSA*, 18(5), 3-17. doi:10.12819/2021.18.5.1
- Antonetti, P., & Maklan, S. (2014). Sentimentos que fazem a diferença: como a culpa e o orgulho convencem os consumidores da eficácia das escolhas de consumo sustentável *Journal of Business Ethics*, 124(1), 117-34. <https://doi:10.1007/s10551-013-1841-9>
- Araújo, A., Oliveira, V., & Correia, S. (2021). Consumo Sustentável: Evolução Temática de 1999 a 2019. *Revista de Administração Mackenzie*, 22(2), 1-34. <http://doi:10.1590/1678-6971/eRAMG210209>
- Azevedo, M. (2013). Igualdade e equidade: qual é a medida da justiça social?. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 18(1), 129-50. <https://doi.org/10.1590/S1414-40772013000100008>
- Barber, J. (2007). Mapping the movement to achieve sustainable production and consumption in North America. *Journal of Cleaner Production*, 15(6), 499–512. <http://doi:10.1016/j.jclepro.2006.05.010>
- Barbosa, G., Lopes, I., Falcone, J., & dos Santos, T. (2022). Entrevista: Angela Alonso. *Humanidades em diálogo*, 11, 10-29.
- Barbosa, L. (2004). *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Barbosa, L. (2021). Daniel Miller e os estudos de consumo no Brasil. *Sociologia & Antropologia*, 10, 1071-1085. <https://doi.org/10.1590/2238-38752020v10314>
- Barbosa, L., & Campbell, C. (2006). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Ed.FGV.
- Barbosa, L., França, I. L., Galindo, F., Corrêa, S. C. & Portilho, F. (2019). Editorial sobre consumo e gênero. *Consumer Behavior Review*, 3, (Special Edition), 1-4. ISSN: 2526-7884
- Barbosa, S. C., & Pompeu, J. C. (2017). Trajetória recente da organização do governo federal. Recuperado de <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8094>
- Barboza, E.N., Silva, V.F., Marques, A.T., Gadelha, H.S., Castro Filho, H.M., Santos, S.A., & Silva, M.M.F. (2022). Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ambientalmente sustentáveis: estudo de caso. *Research, Society and Development*, 11(2), e39011225441. <http://doi:10.33448/rsd-v11i2.25441>

- Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de consumo*. São Paulo: Edições 70.
- Bauman, Z. (2009). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2014). *A riqueza de poucos beneficia a todos nós?*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bettine, M. & Gutierrez, G. (2021). Paradigmas e estruturas de pensamento: uma breve passagem por Habermas, Foucault e Bourdieu. *Em Sociedade*. 1. 23-35.
- Bettine, M. & Gutierrez, G. (2022). Epistemologia da pesquisa em mudança social. *Sobre os Cadernos PROMUSPP*, 67.
- Boff, L. (2012). *Sustentabilidade: o que é, o que não é?*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Brasil. Ministério da Educação (2022). Internacional. *Brasil se inspira em modelo de Singapura para transformar a educação nacional*.
<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/brasil-se-inspira-em-modelo-de-singapura-para-transformar-a-educacao-nacional>
- Brasil. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. (1934). *Decreto n.23.793, de 23 de janeiro de 1934*. Aprova o Código Florestal que com este baixa. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1930-1949/d23793.htm
- Brasil. Presidência da República. Casa Civil. (1990). Lei nº 8.078, de 11 de novembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm
- Brasil. Presidência da República. Secretaria Geral. Subchefia para Assuntos Jurídicos. (2015). Lei 13.186, de 11 de novembro de 2015. Institui a política de educação para o consumo sustentável.
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13186.htm
- Buenstorf, G., & Cordes, C. (2008). O consumo sustentável pode ser aprendido? Um modelo de evolução cultural. *Ecological Economics*, 67(4), 646-57.
doi.org/10.1016/j.ecolecon.2008.01.028
- Campos, P. C. (2008). Ecologia Humana: O Pressuposto da Ética na Preservação do Meio Ambiente. Breve História Sobre Origens e Conceitos do Movimento Ambientalista. *Perspectiva Teológica*, 40(112), 343.
<https://doi.org/10.20911/21768757v40n112p343/2008>
- Cançado, A. C., Pereira, J. R., & Tenório, F. G. (2015). Fundamentos Teóricos da Gestão Social. *DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate*, 5(1), 4–19.
<https://doi.org/10.24302/drd.v5i1.703>
- Carson, R. (1969). *Primavera Silenciosa*. São Paulo: Gaia.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança. Movimentos Sociais na era da internet*. São Paulo: Zahar.
- Correia, S. N., Oliveira, V. M., Feitosa, M. J., & Gómez, C. R. (2018). Inovação Social para o Desenvolvimento Sustentável: um caminho possível. *Administração Pública E Gestão Social*, 10(3), 199–212. <https://doi.org/10.21118/apgs.v10i3.5228>
- Costa, B. R. (2018). Bola de Neve Virtual: O Uso das Redes Sociais Virtuais no Processo de Coleta de Dados de uma Pesquisa Científica. *Revista Interdisciplinar De Gestão Social*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.9771/23172428rigs.v7i1.2464>. Recuperado de <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/24649>
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança. Movimentos Sociais na era da internet*. São Paulo: Zahar.
- Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. (2001). *Agenda 21 (global)*. Ministério do Meio Ambiente – MMA.
<http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/ag21global/>.
- Costa, D. V. & Teodósio, A. S. S. (2011). Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des) articulação da comunicação de organizações da sociedade

- civil, do estado e das empresas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 12, 114-145. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712011000300006>
- De Hoyos Guevara, A.J., Garostidi, I.Z., & Alegria, R. (2019). Strategic Foresight for Sustainable Development. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 8(3). <https://doi.org/10.5585/geas.v8i3.15776>
- De Hoyos Guevara, A.J., & Dib, V.C. (2021). De uma sociedade de conhecimento a uma sociedade de consciência, um apelo à conscientização está a caminho. *Sustentabilidade*, 13 (5), 2706. <https://doi.org/10.3390/su13052706>
- Descartes, R. (2020). *Discurso do método & Ensaios*. trad. Pablo Rubén Mariconda et al.: São Paulo: Editora Unesp.
- Dias, G.F. (2004). *Educação Ambiental: princípios e práticas*. São Paulo: Gaia.
- Dias, R. (2011). *Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Dimitrova, T., Ilieva, I., & Angelova, M. (2022). Exploring Factors Affecting Sustainable Consumption Behaviour. *Administrative Sciences*, 12(4), 155. <https://doi.org/10.3390/admsci12040155>
- Duarte, F., Góis, J., & Portilho, F. (2012). Empresariado, responsabilidade socioambiental e consumo: um estudo de caso sobre o Instituto Akatu para o consumo consciente. *Revista VITAS-Visões Transdisciplinares sobre Ambiente e Sociedade*. http://www.uff.br/revistavitas/images/Empresariado_responsabilidade_socioambiental
- Echegaray, F. (2012). Votando na prateleira: a politização do consumo na América Latina. *Opinião Pública*, 18, 44-67. <https://doi.org/10.1590/S0104-62762012000100003>
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building Theories from case study research. *The Academy of Management Review*, v.14, n.4, p.532-550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- EMF & Company, M. (2014). *Towards the Circular Economy : Accelerating the scale-up across global supply chains* *World Economic Forum*. Geneva: [s.n.]. http://www3.weforum.org/docs/WEF_ENV_TowardsCircularEconomy_Report_2014.pdf
- Favero, C. C. (2007). Os movimentos sociais e a questão do desenvolvimento. *Informe GEPEC*, 7(2).
- Fernandes, R.C. (1994). *Privado porém público: o terceiro setor na América Latina* – Rio de Janeiro: Relume.
- Ferraz, ATR (2019). Movimentos sociais no Brasil político contemporâneo: crise econômica e crise. *Serviço Social & Sociedade*, 346-63. <https://doi.org/10.1590/0101-6628.182>
- Fleig, D.G., Oliveira, L.C.F.dS, & Brito, M.Jd (2006). Democracia, participação e gestão social: desafios da construção dos programas de ação temática de uma organização não governamental. *Organizações & Sociedade*, 13(38), 119-38. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302006000300008>
- Freire, P. (1987). *Pedagogia do Oprimido*. 17.ed. Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra
- Geiger, S. M., Fischer, D., & Schrader, U. (2018). Measuring what matters in sustainable consumption: An integrative framework for the selection of relevant behaviors. *Sustainable development*, 26(1), 18-33. <https://doi.org/10.1002/sd.1688>
- Gerhardt, M. (2011). Um olhar sobre a história dos movimentos ecologistas no Rio Grande do Sul. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH*. São Paulo
- Gohn, MdG. (1997). *Teoria dos Movimentos Sociais Paradigmas Clássicos e Contemporâneos*. São Paulo. Edições Loyola.
- Gohn, MdG. (2008). *O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias*. 2. ed. São Paulo: Cortez.
- Gohn, MdG. (2011). Movimentos sociais na contemporaneidade. *Revista Brasileira de Educação*, 16(47), 333-61. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782011000200005>

- Gohn, MdG. (2013). *Movimentos Sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro. Vozes.
- Gohn, MdG (2014). A produção sobre movimentos sociais no Brasil no contexto da América Latina. *Política & Sociedade*, 13(28), 79.
<https://doi.org/10.5007/2175-7984.2014v13n28p79>
- Gohn, MdG. (2022). *Ativismos no Brasil: Movimentos sociais, coletivos e organizações sociais civis-Como impactam e por que importam?*. Petrópolis-RJ. Editora Vozes.
- Guerra, J. H. (2010). Proposta de um protocolo para o estudo de caso em pesquisas qualitativas. *Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, 30, 1-13.
- Grácio, M. C. (2016). Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual. *Encontros Bibli: Revista eletrônica De Biblioteconomia E Ciência Da informação*, 21(47), 82-99. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2016v21n47p82>
- Guimarães, M., & Cartea, P. A. (2020). Há Rota de Fuga para Alguns, ou Somos Todos Vulneráveis? A Radicalidade da Crise e a Educação Ambiental. *Ensino, Saúde e Ambiente*. DOI: <https://doi.org/10.22409/resa2020.v0i0.a40331>
- Greenpeace Brasil. (2019). *Observatórios de Mobilidade Urbana. Análise qualitativa das ferramentas existentes e proposta de unidade dentro desse universo*. São Paulo.
<https://www.greenpeace.org/brasil/publicacoes/observatorios-de-mobilidade-urbana/>
- Han, B.C. (2017). *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Han, H. (2020). Theory of green purchase behavior (TGPB): A new theory for sustainable consumption of green hotel and green restaurant products. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2815-2828. <https://doi.org/10.1002/bse.2545>
- Harari, Y.N. (2014). *Sapiens: uma breve história da humanidade*. L&PM Pocket
- Harari, Y. (2018). *21 lições para o século 21*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Hoff, H. (2009). Global water resources and their management. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 1(2), 141-7. <http://doi:10.1016/j.cosust.2009.10.001>
- Hohendorff, R. (2022). Momento de reflexão: Eu consumidor no mundo atual de hiperconsumo e as questões de consumo sustentável (ODS 12)!. *A implementação das diretrizes das nações unidas de proteção ao consumidor em matéria de consumo sustentável, no direito brasileiro*, 67.
- Holt, D. (2012). Constructing Sustainable Consumption From Ethical Values to the Cultural Transformation of Unsustainable Markets. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 644. 236-255. <http://doi:10.1177/0002716212453260>.
- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. (2022). Recuperado de <https://idec.org.br/>
- Jatobá, S., Cidade, L., & Vargas, G. (2009). Ecologismo, ambientalismo e ecologia política: diferentes visões da sustentabilidade e do território. *Sociedade e estado*, 24, 47-87.
<https://doi.org/10.1590/S0102-69922009000100004>
- Klüber, T. E. (2014). Atlas. ti como instrumento de análise em pesquisa qualitativa de abordagem fenomenológica. *ETD Educação Temática Digital*, 16(01), 05-23.
- Koch, I.V. (2010). *Ler e compreender: os sentidos dos textos*. São Paulo: Contexto
- Lavalle, A.G., Carlos, E., Dowbor, M., & Szwako, J., (2018). Movimentos sociais e institucionalização: políticas sociais, raça e gênero no Brasil pós-transição [online]. Rio de Janeiro: EDUERJ. <https://books.scielo.org/id/v4cnf>
- Lavalle, A. G., Carlos, E., Dowbor, M., & Szwako, J. (2019). Movimentos sociais, institucionalização e domínios de agência. *Movimentos sociais e institucionalização: políticas sociais, raça e gênero no Brasil pós-transição*, 21-88.
- Layrargues, P. P., & Puggian, C. (2018). A educação ambiental que se aprende na luta com os movimentos sociais: defendendo o território e resistindo contra o desenvolvimentismo capitalista. *Pesquisa em Educação Ambiental*, 13(1), 131-153. DOI: <http://dx.doi.org/10.18675/2177-580X>.

- Layrargues, P. P. (2020a). Manifesto por uma educação ambiental indisciplinada. *Ensino, Saúde e Ambiente*. <https://doi.org/10.22409/resa2020.v0i0.a40204>
- Layrargues, P. P. (2020b). Pandemias, colapso climático, antiecológismo: Educação Ambiental entre as emergências de um ecocídio apocalíptico. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, 15(4), 1-30. <https://doi.org/10.34024/revbea.2020.v15.10861>
- Layrargues, P. P. (2022). Ecologia política da sociedade de consumo e a ‘produção destrutiva’ no limiar do colapso ambiental. *Revista Trabalho Necessário*, 20(43), 01-40. DOI: <https://doi.org/10.22409/tn.v20i43.54650>
- Leal, F. G., Quintanilha Veras Neto, F., & Nabozny, G. (2021). Ecologia política e conflitos ambientais: lutas por justiça ambiental. *Germinal: Marxismo E educação Em Debate*, 13(2), 535–549. <https://doi.org/10.9771/gmed.v13i2.44945>
- Lemle, M., & Pederneira, IL (2020). Expressões idiomáticas e ditados populares: a natureza dos saberes. *Revista Linguística*, 16(Esp.), 10-25. DOI: <https://doi.org/10.31513/linguistica.2020.v16nEsp.a21904>
- Lima, R. R. (2016). Aspectos da cidadania no Brasil. *Revista Direitos Emergentes Na Sociedade Global*, 5(2), 146–155. <https://doi.org/10.5902/2316305423479>
- Lima, C.S.de.(2019). *Fundamentos de Lógica e Algoritmos: Apostila de Lógica*. Apodi, RN: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. <https://docente.ifrn.edu.br/cleonelima/disciplinas/fundamentos-de-programacao-2.8401.1m/fundamentos-de-logica-e-algoritmos-1.8401.1v/apostila-prop-osicoes-tabelas-verdade-conectivos-logicos>.
- Lin, Y. T., Tseng, T. H., Chang, A., & Yang, C. C. (2022). A value adoption approach to sustainable consumption in retail stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50 (11), 1412-1435. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2021-0326>.
- Liu, X., Wang, C., Shishime, T., & Fujitsuka, T. (2012). Consumo sustentável: comportamentos de compra verde de residentes urbanos na China. *Desenvolvimento Sustentável*, 20(4), 293-308. <http://doi: 10.1002/sd.484>
- Liu, Y., Qu, Y., Lei, Z., & Jia, H. (2017). Understanding the evolution of sustainable consumption research. *Sustainable Development*, 25(5), 414–430. <http://doi:10.1002/sd.1671>
- Longoria, L.C., López-Forniés, I., Sáenz, D.C., & Sierra-Pérez, J. (2021). Promoting sustainable consumption in Higher Education Institutions through integrative co-creative processes involving relevant stakeholders. *Sustainable Production and Consumption*, 28, 445-58. <http://doi.org/10.1016/j.spc.2021.06.009>
- Lopes, F. (2014). Números, nomes e operadores lógicos em some remarks on logical form. *Analytica-Revista de Filosofia*, 18(1), 175-195.
- Lopez, F., Lopes, L. F., Souto, B. & Sant’Ana, D. (2014). A interação entre organizações da sociedade civil e governo federal: Colaboração nas políticas públicas e aperfeiçoamentos regulatórios possíveis. *Brasil em desenvolvimento - Estado planejamento e políticas públicas*. v. 2. Brasília, DF: Ipea. Recuperado de <http://www.secretariageral.gov.br/atuacao/mrosc/artigos/brasil-em-desenvolvimento-2014-ipea.pdf>
- Ma, Y., Rong, K., Luo, Y., Wang, Y., Mangalagiu, D., & Thornton, T. F. (2019). Value co-creation for sustainable consumption and production in the sharing economy in China. *Journal of Cleaner Production*, 208, 1148–1158. <http://doi:10.1016/j.jclepro.2018.10.135>
- Marcuschi, L.A. (2008). *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial.
- McCormick, J. (1992). *Rumo ao paraíso: a história do movimento ambientalista*. Rio de

- Janeiro: Relume-Dumará.
- Menezes, H. (2019). Os objetivos de desenvolvimento sustentável e as relações internacionais. *UFPB: João Pessoa*.
- Miranda, N. (2012). “Consumo, ergo sum” (ou consumo, logo existo). *Confluências Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito*, 13. 185. 10.22409/conflu13i1.p20154.
- Mont, O. (2004). Institucionalização de padrões de consumo sustentáveis baseados no uso compartilhado. *Ecological Economics*, 50(1-2), 135-53.
<http://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.03.030>
- Moreira, P. S. da C., Guimarães, A. J. R., & Tsunoda, D. F. (2020). Qual ferramenta bibliométrica escolher? um estudo comparativo entre softwares. *P2P E INOVAÇÃO*, 6(2), 140–158. <http://doi:10.21721/p2p.2020v6n2.p140-158>
- Oliveira, V.M. (2014, dezembro). Promoção do consumo sustentável no contexto brasileiro: uma análise dos papéis dos governos, das empresas e da sociedade civil. Recife-PE, Brasil. *Tese de Doutorado do Programa de Pós Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE*. Recife, PE, Brasil.
- Oliveira, V. M., Correia, S. É. N., & Gomez, C. R. P. (2016). Cultura de consumo, sustentabilidade e práticas empresariais: como as empresas podem contribuir para promover o valor simbólico da sustentabilidade nas atividades de consumo?. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade: GeAS*, 5(1), 61-77. doi 10.5585/geas.v5i1.335
- Oliveira, V. M., Gómez, C. R.P., & Correia, S. É. N. (2018). Os papéis da sociedade civil como protagonista no processo de promoção do consumo sustentável: Uma análise baseada na percepção de especialistas brasileiros. *Organizações & Sociedade*, 25(85), 229–246. doi:10.1590/1984-9250853
- Oliveira, V.M., Gomes Júnior, A.A., Teodósio, A.S.S., & Correia, S.É.N. (2021). Avanços e retrocessos nas ações governamentais de promoção do consumo sustentável. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 26(84). <http://dx.doi.org/10.12660/cgpc.v26n84.81400>
- Oliveira, V. M., Correia, S. É. N., & Gomez, C. R. P. (2021a). Papéis Trisetoriais na Promoção do Consumo Sustentável: O Caso de Xanxerê - SC. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 17(1). <https://doi.org/10.54399/rbgr.v17i1.6169>
- Oliveira, V. M., Costa, D. V., Teodósio, A. S. S., & Correia, S. É. N. (2022). Collaborative consumption as sustainable consumption: The effects of Uber's platform in the context of Brazilian cities. *Cleaner and Responsible Consumption*, 100064.
<https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100064>
- Organização das Nações Unidas. (2020). *A ONU e o meio ambiente*.
<https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>.
- Organização das Nações Unidas. (2021). *Mundo precisa fazer mais para cumprir metas ambientais até 2030, revela relatório*. <https://brasil.un.org/pt-br/128602-mundo-precisa-fazer-mais-para-cumprir-metas-ambientais-ate-2030-revela-relatorio>.
- Organização das Nações Unidas. (2022). *Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil*.
<https://brasil.un.org/pt-br/about/about-the-un>.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2008). OECD Environmental Outlook to 2030. <https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/oecd-environmental-outlook-to-2030.htm>
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2021). *Perspectivas sobre o Desenvolvimento Global 2021: Do Protesto ao Progresso?*, OECD Publishing, Paris,
<https://doi.org/10.1787/405e4c32-en>.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2022). *Educação*. OECD Publishing, Brasil, <https://www.oecdbetterlifeindex.org/pt/quesitos/education-pt/>

- Oppliger, E. A., Ronda, I. C. B. P. de S., & Oliveira, A. K. M. de. (2020). O modelo estrutural da sustentabilidade: uma discussão acerca dos elementos, hierarquia e representação do sistema ambiental. *Paisagem E Ambiente*, 31(45), e169058. <http://doi.org/10.11606/issn.2359-5361.paam.2020.169058>
- Panzone, L., Hilton, D., Sale, L., & Cohen, D. (2016). Socio-demographics, implicit attitudes, explicit attitudes, and sustainable consumption in supermarket shopping. *Journal of Economic Psychology*, 55, 77-95. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2016.02.004>
- Pereira, E. M. (2012). Rachel Carson, ciência e coragem. *Revista Ciência Hoje*, 50.
- Pereira, V. C. (2013). O novo código florestal brasileiro: dilemas da consciência ecológica em torno da proteção ambiental. <http://repositorio.furg.br/handle/1/4277>
- Pereira, A. & Calgaro, C. (2021). *A sociedade consumocentrista e seus impactos socioambientais*. EDUCS
- Peruzzo, C. (2013). Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, 11(1), 161-181. DOI: <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v11i1.6980>
- PNUMA (2021). *Sobre o PNUMA*. <https://www.unep.org/pt-br/sobre-onu-meio-ambiente>
- Pott, C. M., & Estrela, C. C. (2017). Histórico ambiental: desastres ambientais e o despertar de um novo pensamento. *Estudos avançados*, 31, 271-283. <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.31890021>
- Portilho, F. (2005 a). Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPEBR*, 3(3), 01-12. <http://doi.org/10.1590/S1679-39512005000300005>
- Portilho, F. (2005 b). *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania*. São Paulo: Cortez.
- Portilho, F. (2010). Consumo, Política e Cidadania. *Revista do Idec*, (148), 8-10. Recuperado de <https://idec.org.br/em-acao/revista/148/materia/consumo-politica-e-cidadania>
- Portilho, F. (2020). Ativismo alimentar e consumo político—duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. *Redes. Revista do Desenvolvimento Regional*, 25(2), 411-432. <https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.15088>
- Ravasi, D. & Rindova, V. (2008). Symbolic value creation. *Handbook of New Approaches to Organization*. 270-284. 10.4135/9781849200394.n49.
- Raworth, K. (2019). *Economia Donut: uma alternativa ao crescimento a qualquer custo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Richardson, S. (2021). Vencendo as barreiras entre a natureza e o homem. *História da Pensilvânia: A Journal of Mid-Atlantic Studies*, 88(1), 114-30. <https://doi.org/10.5325/pennhistory.88.1.0114>
- Rios, F., Perez, O. & Ricoldi, A. (2018). Interseccionalidade nas mobilizações do Brasil contemporâneo. *Lutas Sociais*. 22. 1. <https://doi.org/10.23925/ls.v22i40.46648>
- Rojo, R. (1999). *Agir, obedecer e as formas de dizer a ação: as interações familiares na construção das ações, da linguagem e do sujeito social*. São Paulo. D.E.L.T.A.
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbing, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, 189, 107155. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Sachs, I. (2008). *Desenvolvimento: incluindo, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Saccomani, R., Marchi, L. & Sanches, R. (2018). Primavera Silenciosa: uma resenha. *Revista Saúde em Foco*, 10, 739-748. Recuperado de <https://portal.unisepe.com.br/sao-lourenco/saude-em-foco/ano-2018/>

- Sahakian, M., Rau, H., & Wallenborn, G. (2020). Making “Sustainable Consumption” Matter: The Indoor Microclimate as Contested Cultural Artifact. *Cultural Sociology*, 14(4), 417-37. <https://doi.org/10.1177/1749975520932439>
- Sandel, M. (2020). *Justiça: o que é fazer a coisa certa*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira.
- Sanne, C. (2002). Willing consumers or locked-in? Policies for a sustainable consumption. *Ecological economics*, 42(1–2), 273-287. [http://doi:10.1016/S0921-8009\(02\)00086-1](http://doi:10.1016/S0921-8009(02)00086-1)
- Santos, D., Farias, R., & Andion, M. (2021). Os novos movimentos sociais: o caso do Movimento ODS Santa Catarina. *Revista Grifos*, 30(52), 1-20. <https://doi.org/10.22295/grifos.v30i52.5208>
- Scherer-Warren, I. (1993). *Redes de movimentos sociais*. vol. 1. Edições Loyola.
- Scherer-Warren, I. (2005). Redes sociais: trajetórias e fronteiras. *Redes, sociedades e territórios*, 2, 29-50.
- Scherer-Warren, I. (2006). Das mobilizações às redes de movimentos sociais. *Sociedade e estado*, 21, 109-130. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922006000100007>
- Scherer-Warren, I. (2008). Redes de movimentos sociais na América Latina: caminhos para uma política emancipatória?. *Caderno CRH*, 21, 505-517. <https://doi.org/10.1590/S0103-49792008000300007>
- Scherer-Warren, I. (2012). *Redes emancipatórias: nas lutas contra a exclusão e por direitos humanos*. Editora Appris.
- Scherer-Warren, I. (2013). Redes e movimentos sociais projetando o futuro. *Revista Brasileira de Sociologia - RBS*, 1(1), 187-218. <https://doi.org/10.20336/rbs.29>
- Scherer-Warren, I. (2018). *Redes emancipatórias: nas lutas contra a exclusão e por direitos humanos*. Editora Appris.
- Sen, A. (2010). *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo. Companhia das Letras.
- Sen, A. (2022). *Uma casa no mundo*. São Paulo. Companhia das Letras.
- Seyfang, Gill. (2005). Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?. *Environmental Politics*. 14. 290-306. <http://doi.10.1080/09644010500055209>.
- Silva (em memória), D.A., Nelson, A.V.M., & Silva, M.A.R. (2017). Do Desenvolvimento como Crescimento Econômico ao Desenvolvimento como Liberdade: A Evolução de um Conceito. *Desenvolvimento em Questão*, 16(42), 42. <http://doi:10.21527/2237-6453.2018.42.42-71>.
- Silva, A. W., El-Aouar, W. A., Severo, E. A., Castro, A. B & Silva, C. G.(2021). Quem é o Consumidor Sustentável? Uma Revisão Sistemática da Literatura Internacional sobre os Fatores Influenciadores do Consumo Sustentável. *Desenvolvimento em Questão*, 19(54), 104–122. <http://doi:10.21527/2237-6453.2021.54.104-122>
- Silva, M., & Silva, T. (2014). A Promoção do Consumo Sustentável por um Movimento de Transição. *Revista de Administração e Negócios da Amazônia*, 6(1), 55-69. <http://dx.doi.org/10.18361/2176-8366/rara.v6n1p55-69>
- Silva, M. E., de Oliveira, A. P. M., & Gómez, C. R. P. (2013). Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 12(2), 173-190. DOI: <https://doi.org/10.5329/RECADM.2013012>
- Silveira, J. H. P. (2017). *Sustentabilidade e responsabilidade social. Artigos Brasileiros*. Belo Horizonte, MG: Poisson.
- Simão, N.M., Nebra, S.A., & Santana, P.H. (2021). A educação para o consumo sustentável como estratégia para redução de resíduos sólidos urbanos. *Revista Brasileira de Pesquisa Animal e Ambiental*, 4(1), 1007-20. <http://doi:10.34188/bjaerv4n1-082>

- Spaargaren, G. (2003). Sustainable consumption: A theoretical and environmental policy perspective. *Society & Natural Resources*, 16(8), 687–701. <http://doi:10.1080/08941920309192>
- Strecker, H. (2005). Lógica - Argumento - Um conjunto de enunciados entre si. *Pedagogia & Comunicação*. <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/logica---argumento-um-conjunto-de-enunciados-articulados-entre-si.htm>.
- Szwako, J., Dowbor, M. & Araújo, Ramon. (2022). A produção de artigos acadêmicos sobre movimentos sociais publicados nos periódicos brasileiros (2000–2017): tendências e inovações. <https://doi.org/10.17666/bib9201/2020>.
- Tawfeiq, R. (2022). Do Crescimento Econômico ao Desenvolvimento Sustentável. *Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas*, 29, 1-14. Recuperado de <https://revistas.uepg.br/index.php/sociais/article/view/17723>. DOI: 10.5212/PublicatioCi.Soc.v.29.2021.17723
- Teixeira, R. O., Zhouri, A., & Motta, L. (2020). Os estudos de impacto ambiental e a economia de visibilidades do desenvolvimento. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 36. <https://doi.org/10.1590/3610501/2020>
- Tenório, F.G., & Araújo, E.T.D. (2020). Mais uma vez o conceito de gestão social. *Cadernos EBAPEBR*, 18(4), 891-905.
- Tilly, C. (2012). Movimentos sociais como política. *Revista Brasileira De Ciência Política*, (3), 133-160. Recuperado de <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/1677>
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605–630. [http://doi:10.1016/S0167-4870\(02\)00120-4](http://doi:10.1016/S0167-4870(02)00120-4)
- Tullia, Jack. (2022). Tolos soberanos? Representações, convenções e consumo (in)sustentável. *Journal of Consumer Culture*, 22 (2), 331–358. <https://doi.org/10.1177/1469540520935945>
- UNCED (s.d.). *Agenda de publicações essências 21*. https://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_00.shtml
- União Internacional para a Conservação da Natureza. (2022). *Sete décadas de experiência*. Recuperado de <https://www.iucn.org/about-iucn/history>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111, 1053-1070.
- Vera, L.A., Gosling, M.D. & Shigaki, H.B. (2019). Teoria da Cultura do Consumo: possibilidades de marketing no Brasil e em estudos. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 18(1), 15. <http://doi:10.12660/rgplp.v18n1.2019.78889>
- Villarreal Larrinaga, O. (2017). É desejável, necessário e possível realizar pesquisas utilizando estudos de caso?. *Cuadernos de Gestión*, 17 (1), 147-171. DOI: 10.5295/cdg.140516ov
- Volpato, A.N., Luvizotto, C.K., & Versuti, C.D. (2019). Visibilidade Como Estratégia, Estratégias de Visibilidade: Movimentos sociais contemporâneos na internet. *Revista ECO-Pós*, 22(1), 352-83. DOI:10.29146/ecopos.v22i1.15992
- Werner, R.C.D. (2005). Cidadania no Brasil: o longo caminho. *Revista de Administração Contemporânea*, 9(1), 246. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552005000100015>
- Yin, R. (2016). *Pesquisa qualitativa do início ao fim*. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Dirceu da Silva - Porto Alegre, RS: Penso.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: Green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable Development*, 18(1), 20–31. <http://doi:10.1002/sd.394>
- Zhouri, A., & Laschefski, K. (Eds.). (2010). *Desenvolvimento e conflitos ambientais*. Editora Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Apêndice 1 – Comprovante de submissão do artigo 1

27/02/2023, 23:30

#23955 Sinopse



CAPA SOBRE PÁGINA DO USUÁRIO PESQUISA ATUAL ANTERIORES NOTÍCIAS DIRETRIZES PARA AUTORES MANUAIS PARA AVALIADORES / AUTORES
 TERMO DE PRIVACIDADE E CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO POLÍTICA CROSSMARK NOMINATA AVALIADORES MEMBRO COPE INDEXADORES
 GOOGLE ACADÊMICO - ÍNDICE H ALTMETRICS PORTAL DE PERIÓDICOS UNINOVE CHAMADAS ESPECIAIS - PRAZO 31.12.2022 CHAMADA DE ARTIGOS 1
 CHAMADA DE ARTIGOS 2 CHAMADA DE ARTIGOS 3

Capa > Usuário > Autor > Submissões > #23955 > **Resumo**

#23955 Sinopse

RESUMO AVALIAÇÃO EDIÇÃO

Submissão

Autores	Eridinaide Machado Negromonte, Verônica Macário de Oliveira	
Título	CONSUMO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO ÀS CONVENÇÕES. TRAJETÓRIA POLÍTICA E ESTRATÉGICA DE 2001 A 2022	
Documento original	23955-106476-1-SM.DOCX 27/02/2023	
Docs. sup.	Nenhum(a)	INCLUIR DOCUMENTO SUPLEMENTAR
Submetido por	Sra. Eridinaide Machado Negromonte	
Data de submissão	fevereiro 27, 2023 - 11:22	
Seção	Artigos	
Editor	Nenhum(a) designado(a)	

Situação

Situação	Aguardando designação
Iniciado	27/02/2023
Última alteração	27/02/2023

Metadados da submissão

[EDITAR METADADOS](#)

Autores

Nome	Eridinaide Machado Negromonte
ORCID iD	https://orcid.org/0000-0002-4868-8698
URL	http://lattes.cnpq.br/7485099196041900
Instituição/Afiliação	Universidade Federal de Campina Grande
País	Brasil
POLÍTICA DE CONFLITO DE INTERESSES	—
Resumo da Biografia	—
Contato principal para correspondência.	

Nome	Verônica Macário de Oliveira
ORCID iD	https://orcid.org/0000-0003-4194-9047
URL	http://lattes.cnpq.br/5942955873045875
Instituição/Afiliação	Universidade Federal de Campina Grande
País	Brasil
POLÍTICA DE CONFLITO DE INTERESSES	—
Resumo da Biografia	—

Título e Resumo

Título	CONSUMO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO ÀS CONVENÇÕES. TRAJETÓRIA POLÍTICA E ESTRATÉGICA DE 2001 A 2022
Resumo	Este artigo teve como objetivo descrever a trajetória política e estratégica do termo consumo

<https://periodicos.uninove.br/geas/author/submission/23955>



e-ISSN: 2316-9834

QUALIS-CAPES

» **A3**

Scopus

CiteScore 2021

Clarivate®

JCR (Clarivate Analytics)

IDIOMA

Selecione o idioma

Português (Brasil) ▼

Submeter

USUÁRIO

Logado como:

eridinaide

» Meus periódicos
 » Perfil
 » Sair do sistema

» Funções do Usuário

COPE

Member since 2020
 JM14467

TAMANHO DE FONTE

NOTIFICAÇÕES

» Visualizar
 » Gerenciar

AUTOR

Submissões
 » Ativo (1)

Apêndice 2 – Comprovante de submissão do artigo 2

15/12/2022 22:44

ScholarOne Manuscripts



Academia Revista Latinoamericana de Administracion

#Lar

✍️ Autor

Clique no botão "Retornar ao Painel" abaixo para visualizar o manuscrito enviado OU clique no link "Sair" no canto superior direito da tela para sair da sua conta.

Confirmação de envio

Impressão

Obrigado pela sua submissão

Submetido para

Academia Revista Latinoamericana de Administração

ID do manuscrito

ARLA-12-2022-0243

Título

MOVIMENTOS SOCIAIS E CONSUMO SUSTENTÁVEL: MUITO ALÉM DA INQUIETAÇÃO SOCIAL

Autores

Negromonte, Eridinaide

Oliveira, Veronica

Data Enviada

16-dez-2022

[Author Dashboard](#)

Apêndice 3 – Comprovante de submissão do artigo 3

28/02/2023, 10:22

Yahoo Mail - [O&S] Agradecimento pela submissão

[O&S] Agradecimento pela submissão

De: Revista Organizações & Sociedade (revistaoes@ufba.br)

Para: enegromonte@yahoo.com.br

Data: segunda-feira, 27 de fevereiro de 2023 às 21:59 BRT

ERIDINAIDE NEGROMONTE:

Obrigado por submeter o manuscrito, "Movimentos Sociais e Consumo Sustentável: Uma análise de dimensões e ações na rota da sustentabilidade" ao periódico Organizações & Sociedade. Com o sistema de gerenciamento de periódicos on-line que estamos usando, você poderá acompanhar seu progresso através do processo editorial efetuando login no site do periódico:

URL da Submissão: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/authorDashboard/submission/53096>

Usuário: eridinaide

Se você tiver alguma dúvida, entre em contato conosco. Agradecemos por considerar este periódico para publicar o seu trabalho.

Revista Organizações & Sociedade