

## CONSUMO E SUSTENTABILIDADE: um levantamento das práticas cotidianas de consumidores na cidade de Campina Grande-PB

### CONSUMPTION AND SUSTAINABILITY: the daily consumption practices in the city of Campina Grande (Brazil)

Jéssika Narjara Silva Mendes\*

Verônica Macário de Oliveira\*\*

Suzanne Érica Nobrega Correia\*\*\*

Carla Regina Pasa Gomez\*\*\*\*

---

#### RESUMO

Modificar os atuais padrões de produção e consumo passou a ser considerado como um dos principais objetivos da proposta do desenvolvimento sustentável, estabelecido no capítulo 4 da Agenda 21, buscando-se dar prioridade à otimização na utilização dos recursos naturais e à redução do desperdício ao mínimo. Daí a necessidade de intervir nos padrões e níveis de consumo da sociedade e influenciar no comportamento e estilos de vida e consumo das pessoas na busca por práticas cotidianas de consumo mais sustentáveis. Porém, para intervir, é necessário, antes, conhecer o comportamento dos consumidores, o que pode ocorrer a partir da utilização de indicadores de consumo. Nesse sentido, uma dessas metodologias é o *Greendex* que foi desenvolvido pela *National Geographic* e *Global Scan* (2008) com o objetivo de medir e monitorar os progressos dos consumidores em direção a práticas de consumo ambientalmente sustentáveis. Desta forma, este artigo teve como objetivo fazer um levantamento das práticas cotidianas de consumo, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande (Brasil), a partir de uma adaptação do *Greendex*. Para tanto, realizou-se um levantamento de natureza descritiva com uma amostra representativa de consumidores que habitam na cidade. Observou-se que os investigados ainda não possuem práticas cotidianas de consumo sustentáveis, apontando-se para a necessidade de promover incentivos e estruturas que possibilitem a mudança nos seus comportamentos de consumo para práticas cotidianas mais sustentáveis.

**Palavras-Chave:** Consumo Sustentável. Comportamento do Consumidor. *Greendex*.

---

Manuscript first received/Recebido em: 29/10/2015 / Manuscript accepted / Aprovado em: 09/04/2016

\* Universidade Federal de Campina Grande (UAAC/UFCG). E-mail: [jessika.narjara@hotmail.com](mailto:jessika.narjara@hotmail.com)

\*\* Doutora em Administração. Professora Adjunta na Universidade Federal de Campina Grande (UAAC/UFCG). E-mail: [veronicamacario@gmail.com](mailto:veronicamacario@gmail.com)

\*\*\* Professora Assistente na Universidade Federal de Campina Grande (UAAC/UFCG). E-mail: [suzanne.enc@gmail.com](mailto:suzanne.enc@gmail.com).

\*\*\*\* Universidade Federal de Pernambuco. PROPAD/UFPE. E-mail: [carlapasagomez@gmail.com](mailto:carlapasagomez@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*Modify the current patterns of production and consumption has been considered as one of the main objectives of the proposal of sustainable development set out in Chapter 4 of Agenda 21, is seeking to give priority to optimize the use of natural resources and reduction of waste to a minimum. Hence the need to intervene in consumption patterns and levels of society and influence the behavior and lifestyles and consumption of people in the search for daily practices more sustainable consumption. However, to intervene, it is necessary first, to know the behavior of consumers, which may occur from the use of consumer indicators. In this sense, one of these methodologies is the Greendex which was developed by National Geographic and Global Scan (2008) in order to measure and monitor the progress of consumers towards environmentally sustainable consumption practices. Thus, this study aimed to survey the daily consumption practices in terms of sustainable consumption in the city of Campina Grande (Brazil), from an adaptation of Greendex. Therefore, we carried out a survey of descriptive with a representative sample of consumers who live in the city. It was observed that the investigation does not have daily practices of sustainable consumption, pointing to the need to promote incentives and structures that enable change in their consumption behavior to more sustainable everyday practices.*

**Keywords:** Sustainable Consumption. Consumer Behavior. Greendex

## **1 INTRODUÇÃO**

A sociedade contemporânea vivencia uma busca contínua por melhorias nas condições de vida, o que, muitas vezes, se traduz na ampliação dos seus padrões e níveis de consumo e a caracteriza como a sociedade de consumo. As pessoas se tornam aquilo que consomem e há uma insaciabilidade do consumo (CAMPBELL, 2001; BAUDRILLARD, 2007), o que provoca um crescente aumento nas formas de consumo como meio de satisfazer “necessidades” humanas, sejam elas básicas ou supérfluas (BARBOSA, 2010).

Porém, esses elevados níveis e padrões de consumo passaram a ser considerados insustentáveis devido à exploração excessiva de recursos naturais que não consideram a finitude dos sistemas naturais, por exceder-se a capacidade de assimilação dos rejeitos pelo meio ambiente e o acesso às riquezas produzidas ser injusto e desigual (PORTILHO, 2005; JACKSON, 2006; TUKKER *et al*, 2008; COSTA; TEODÓSIO, 2011; OLIVEIRA, 2014). Isto tem provocado sérios problemas ambientais que atingem a humanidade de diferentes formas e intensidades em termos de limites dos ecossistemas (ABRAMOVAY, 2012), tais como a erosão dos solos, o desmatamento, a poluição e contaminação dos recursos hídricos por resíduos, a poluição do ar e a extinção de espécies da fauna e flora.

Neste cenário emergiu a necessidade de buscar mecanismos que sejam capazes de promover o consumo sustentável. Alerta-se para o fato de que se o ritmo atual de exploração do planeta continuar, em um século não haverá fontes de água ou de energia, reservas de ar puro e, muito menos, terras para a agricultura em quantidades suficientes para a preservação da vida (AKATU, 2004). Portanto, modificar os atuais padrões de produção e consumo passou a ser considerado como um dos principais objetivos da proposta de desenvolvimento sustentável, estabelecido no capítulo 4 da Agenda 21, buscando-se dar prioridade à otimização na utilização dos recursos naturais e à redução do desperdício ao mínimo. Surgiu, então, o termo consumo sustentável, cuja definição mais utilizada enfatiza que se deve promover a utilização de produtos e serviços que atendam as necessidades básicas da sociedade

e tragam melhoria na sua qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se minimiza o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, bem como a geração de resíduos e emissão de poluentes ao longo do ciclo de vida, de modo a não comprometer as necessidades das gerações futuras (CNUDS, 1995; COSTA; TEODÓSIO, 2011; OLIVEIRA, 2014).

Isto aponta para a relevância de intervir nos padrões e níveis de consumo da sociedade e influenciar no comportamento e estilos de vida e consumo das pessoas na busca por práticas cotidianas de consumo mais sustentáveis (OLIVEIRA; CÂNDIDO; GÓMEZ, 2011; OLIVEIRA, 2014). Porém, para intervir, é necessário, antes, conhecer o comportamento dos consumidores, o que pode ocorrer a partir da utilização de indicadores de consumo. Nesse sentido, desenvolveram-se algumas metodologias que utilizam indicadores para avaliar a sustentabilidade do consumo nas áreas em que as atividades de consumo são praticadas cotidianamente, a saber: habitação, alimentação, transporte, bens duráveis e não duráveis - com base nos impactos que estas geram ao meio ambiente. Uma dessas metodologias é o *Greendex*, que foi desenvolvido pela *National Geographic* e *Global Scan*, sendo aplicado em 18 países desde 2008 com o objetivo de medir e monitorar os progressos dos consumidores em direção a práticas de consumo ambientalmente sustentáveis.

Desta forma, este artigo teve como objetivo apresentar um levantamento das práticas cotidianas de consumo, em termos de consumo sustentável, na cidade de Campina Grande – PB, a partir de uma adaptação do *Greendex*. Para tanto, realizou-se um levantamento de natureza descritiva junto a uma amostra representativa de consumidores que habitam na cidade.

Em termos estruturais este artigo divide-se em cinco partes, a saber: além desta parte introdutória, apresenta-se, na seção 2, o referencial teórico que norteia este estudo; em seguida, na seção 3, são expostos os procedimentos metodológicos adotados para o alcance do objetivo, na seção 4 os resultados são apresentados e analisados e, por fim, na seção 5, são realizadas as considerações finais dos autores.

## 2 A CONTEMPORANEIDADE DO CONSUMO NO CERNE DAS QUESTÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE

“Compro, logo existo” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 53), eis a máxima da sociedade de consumo. Esta frase sugere que a atividade de consumir fornece às pessoas a comprovação básica de sua existência. Isso se explica pelo fato de que, na sociedade contemporânea, os indivíduos expressam suas identidades a partir do que consomem e utilizam o consumo como uma forma de se integrar socialmente. Ademais, uma sociedade “**é capaz de viver sem produzir, mas não sem consumir**” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p.7), uma vez que o consumo é condição inerente à natureza humana (FELDMANN, 2007) do qual a sociedade depende para garantir a sua sobrevivência (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Todos os seres humanos são consumidores, independente do poder de compra e do que consomem.

O consumo é considerado, por alguns economistas, como a “mola propulsora” da economia mundial (OLIVEIRA, 2014), pois consumir gera demanda por produtos, que por sua vez gera uma maior produção por parte das indústrias, estimulando o surgimento de novos empregos, o aumento de salários e, até mesmo, investimentos em novas tecnologias para aprimorar a produção, o que resulta em mais trabalhadores, com melhores salários, que são levados a consumir, formando um ciclo que mantém a economia aquecida e contribui para o desenvolvimento dos países (BUENO, 2008). O problema não está em consumir, mas nas formas como este consumo está sendo realizado (padrões e níveis), atualmente, e nos impactos que estes geram no que se refere à conciliação de suas pressões sobre o meio ambiente e o atendimento das necessidades básicas da humanidade (FELDMANN, 2007; ABRAMOVAY, 2012), em termos de utilização de recursos e degradação ambiental.

A **década** de 1990 foi marcada pelo reconhecimento do consumo como elemento vital nos debates sobre desenvolvimento sustentável (JACKSON, 2006). A problemática ambiental passou a ser relacionada, de forma mais evidente, aos altos padrões de consumo e estilo de vida a partir da década de 1990, com a realização da Rio 92. Os atuais padrões e níveis de consumo passaram a ser considerados uma ameaça para a sustentabilidade em termos socioambientais, pois impactam diretamente nos ecossistemas ao desconsiderarem os seus limites no que tange ao esgotamento de seus recursos e a sua capacidade de assimilação de rejeitos (OLIVEIRA; CORREA; GOMEZ, 2015). Nunca se consumiu tanto e de forma tão desequilibrada em relação à capacidade de suporte e de regeneração dos ecossistemas, bem como em relação à busca por justiça social e à distribuição de riquezas (BADUE *et al.*, 2005; TUKKER *et al.*, 2008; ABRAMOVAY, 2012).

O fato é que o mundo passou por inúmeras transformações e a natureza sempre foi utilizada como recurso infinito nesse processo, sem se questionar sobre os danos que isso poderia ocasionar nas condições de equilíbrio do meio ambiente e sobrevivência das gerações (GIACOMINI FILHO, 2008). Os danos socioambientais dessas práticas começaram a dar sinais e promover a preocupação em nível mundial de que algo deve ser feito para que haja equilíbrio entre o consumo e a capacidade da natureza de prover os recursos necessários para satisfazer as necessidades humanas. Portanto, é necessário que a sociedade se conscientize da importância de se modificar a relação “homem x natureza”, para que os ecossistemas sejam preservados e as gerações futuras herdem uma possibilidade de vida integral (ABRAMOVAY, 2012).

Para uma melhor compreensão da emergência em se promover mudanças nos atuais padrões e níveis de consumo em busca do desenvolvimento sustentável, a seção posterior abordará as discussões sobre o consumo sustentável.

## 2.1 Consumo sustentável

É cada vez mais evidente a necessidade de modelos sustentáveis de desenvolvimento, revendo os padrões e níveis de produção e consumo para que haja a conciliação entre o desenvolvimento econômico necessário à sociedade e a preservação do meio ambiente, conforme já discutido anteriormente. Os problemas relativos ao consumo são vitais na redução do impacto da sociedade no seu ambiente (JACKSON, 2005), uma vez que as decisões de consumo das pessoas e os seus estilos de vida causam impactos, direta ou indiretamente, ao meio ambiente, à equidade social e ao bem-estar individual e coletivo (OLIVEIRA; CÂNDIDO; GOMÉZ, 2011). Assim, surge a necessidade de uma reorientação das práticas cotidianas de consumo na busca pelo desenvolvimento sustentável (OLIVEIRA, 2014; SILVA; NASCIMENTO, 2015). Para colocar o consumo sustentável em prática, impõe-se adequar os atuais padrões de consumo à nova realidade social, considerando as limitações do meio ambiente e promovendo um redirecionamento das práticas cotidianas de consumo (JACKSON, 2006; TUKKER *et al.*, 2008).

Ao mesmo tempo em que os consumidores são co-responsáveis pela degradação ambiental eles são, também, co-responsáveis em mudar essa situação. A sociedade precisa levar em consideração que o ato de consumo deve ser visto também como um ato de cidadania, onde o consumidor pode escolher produtos e serviços que satisfaçam as suas necessidades sem causar danos aos outros indivíduos e ao meio ambiente (COSTA; TEODÓSIO, 2011). Outro ponto importante a ser destacado na relação entre consumo e sustentabilidade é a **necessidade de** se promover uma mudança radical no padrão de consumo contemporâneo, o que inclui uma redução nos seus níveis e não apenas nos tipos de produtos (de poluentes para verdes) (COOPER, 2002).

Deve-se ressaltar, entretanto, que quando se fala em consumo sustentável não quer dizer que se deve abandonar o consumo para preservar os recursos naturais, o que seria totalmente inviável na

sociedade atual, mas diz respeito a mudanças nos padrões e níveis de consumo e produção para torná-los sustentáveis de acordo com os limites que a natureza impõe (PANAROTTO, 2008; EDDINE *et al.*, 2008). Assim, a proposta de consumo sustentável vai além das mudanças nas escolhas individuais de consumo e, portanto, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, tecnológicas, econômicas e institucionais para fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis (PORTILHO, 2005; JACKSON, 2006; COSTA; TEODÓSIO, 2011; OLIVEIRA, 2014). Apesar disso, não se pode deixar de enfatizar o papel dos consumidores no seu alcance (PORTILHO, 2005; CONSUMERS INTERNATIONAL; MMA, 2005; COSTA; TEODÓSIO, 2011). Os consumidores são co-responsáveis na promoção das mudanças necessárias para se atingir o consumo sustentável e podem contribuir de forma individual a partir das suas práticas cotidianas de consumo. O caminho mais apropriado seria efetuar os ajustes no nível e na estrutura do consumo em termos de sustentabilidade (OLIVEIRA, 2014; OLIVEIRA; CORREIA; GOMEZ, 2014).

Entretanto, conforme ressalta Oliveira (2014), ao mencionar uma pesquisa realizada no Brasil pelo Ministério do Meio Ambiente, em 2012, que apresenta uma série histórica comparativa entre os anos de 1992, 1997, 2001, 2006 e 2012 para identificar a percepção sobre “o que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável”, revela-se que o nível de informação sobre os problemas ambientais pouco evoluiu, tanto em termos dos problemas locais quanto mundiais. Os resultados apresentados demonstram que nas edições de 2001 e 2006 os percentuais de boa informação (somando “bem informado” e “muito bem informado”) são os mais altos da série, respectivamente 16% e 17%, os quais superaram o observado em 2012, que foi de aproximadamente 14%. A autora afirma ainda que tais dados corroboram os resultados da pesquisa realizada pelos Institutos Ethos & Akatu (2010) que tem como propósito verificar a relação entre o consumidor brasileiro e a sustentabilidade, classificando seus comportamentos de consumo em indiferentes, iniciantes, engajados e conscientes. Tomando como base o grau de assimilação das práticas de consumo conscientes, os dados da pesquisa demonstram que ocorreu um crescimento de 12% do segmento de “consumidores indiferentes” quando combinado com o resultado da mesma pesquisa realizada em 2006.

Os resultados dessas pesquisas apontam para a necessidade de se avançar em pesquisas que foquem o comportamento dos consumidores sob a perspectiva da sustentabilidade em contextos específicos. Neste sentido, alguns instrumentos foram desenvolvidos como o propósito de medir e monitorar os comportamentos dos consumidores em termos de consumo sustentável (OLIVEIRA; CORREIA; GOMEZ, 2014). Um desses instrumentos é o *Greendex* que é apresentado a seguir, cujas áreas e variáveis constituíram a base deste estudo.

### 2.1.1 Greendex

O Greendex foi desenvolvido pela *National Geographic Society* em parceria com a *GlobeScan* com o propósito de medir e monitorar os progressos dos comportamentos de consumo de habitantes de diversos países sob o parâmetro da sustentabilidade. As suas variáveis foram definidas com base em uma pesquisa qualitativa com especialistas da área, abordando o que eles acreditam que são ações importantes para os consumidores, em termos de consumo sustentável (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2012). O instrumento é **composto por** quatro áreas de consumo cotidiano – habitação, transporte, alimentação, bens de consumo (duráveis e não duráveis), além das atitudes e crenças dos consumidores que envolvem o nível de consciência dos respondentes acerca do impacto que o seu comportamento de consumo e o estilo de vida material causam sobre a sustentabilidade. Considera-se que quanto maior o nível de consciência dos consumidores em relação às questões ambientais, maior será o ativismo nos seus comportamentos de consumo (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2012).

Este instrumento foi utilizado como base para a realização deste estudo por envolver questões relacionadas às crenças dos consumidores, bem como questões relacionadas às suas práticas nas grandes áreas de consumo cotidiano que são consideradas aquelas que causam maiores impactos socioambientais em termos de consumo individual/doméstico. Entretanto, foi feita uma adaptação pois algumas questões **não eram** coerentes com a realidade investigada, bem como não foi calculado o índice final, limitando-se as análises aos indicadores apresentados pelo instrumento nas áreas de consumo e as atitudes e crenças dos investigados. Os procedimentos metodológicos adotados na realização desta pesquisa são detalhados a seguir.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como um levantamento de campo de natureza descritiva. Segundo Gil (2010, p. 35), “as pesquisas deste tipo envolvem a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados”.

O universo desta pesquisa consistiu na população residente na cidade de Campina Grande/PB, cuja população total é de 385.276 habitantes sendo que 70,6% destes podem ser considerados como potenciais consumidores para este estudo por possuírem idade igual ou superior a 18 anos (IBGE, 2010). Portanto, considera-se que a população é infinita e para a determinação do tamanho da amostra utilizou-se a seguinte fórmula  $n = (s^2 * p * q) / E^2$ , em que  $s$  é o nível de confiança expresso em desvio padrão, que foi de 95% ( $s=1,96$ ),  $p$  é a proporção de indivíduos que pertencem à categoria interessada ( $p=0,706$ );  $q = (1 - p)$ ; e  $E$  é o erro máximo da estimativa (6%).

Desse modo, tem-se que  $n=(1,96^2*0,706*0,294)/0,06^2$ , o que gera o resultado aproximado de 222 questionários a serem aplicados. Ao final, obteve-se 240 questionários respondidos. A amostra utilizada foi aleatória, aplicando-se o questionário aos residentes das cinco regiões da cidade – zonas norte, sul, leste, oeste e central, de modo que representantes de todas as regiões estivessem contemplados na pesquisa. Os pesquisados foram abordados na rua e convidados a responder ao questionário utilizado na pesquisa e os únicos critérios definidos para que fosse possível participar do estudo eram que os investigados deveriam possuir idade igual ou superior a 18 anos, e serem residentes da cidade de Campina Grande – PB.

O questionário foi elaborado a partir das variáveis propostas pelo *Greendex* procedendo-se a adaptação à realidade investigada. Na primeira parte, buscou-se identificar o perfil de cada pesquisado. A segunda parte do questionário identificou as crenças e os valores dos respondentes em relação às questões ambientais, analisando a percepção destes quanto aos impactos gerados por suas práticas de consumo e as ações que estão sendo implementadas para minimizá-los. E, na terceira parte, foram avaliados os indicadores de consumo nas áreas de habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis, que podem caracterizar as diferenças entre práticas cotidianas de consumo mais e menos sustentáveis.

Para as questões utilizaram os parâmetros de respostas com base na escala de Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), sendo posteriormente tabulados e analisados em software estatístico para pesquisas em ciências sociais aplicadas. Para as análises dos dados utilizou-se medidas de estatística descritiva (frequência, média e coeficiente de variação - CV), de acordo com a especificidade de cada variável. Em termos de homogeneidade das respostas, convencionalmente, considerou-se que havia baixa dispersão para aqueles dados que apresentaram  $CV \leq 40\%$ . Os resultados alcançados na realização da pesquisa são apresentados e analisados na próxima seção.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção apresenta-se, inicialmente, o perfil dos pesquisados. Na sequência, são apresentados os resultados referentes as suas atitudes e crenças, seguidos pelas práticas de consumo nas áreas de habitação, alimentação, transporte e bens de consumo.

### 4.1 Perfil dos pesquisados

Para analisar os comportamentos de consumo sustentável relacionados à amostra investigada, fez-se um levantamento do seu perfil sociodemográfico, a saber: a predominância dos consumidores entrevistados foi do gênero feminino (60,2%). A faixa etária predominante dos respondentes é de 18 a 34 anos (75,1%); seguida de respondentes que possuem entre 35 e 55 anos (14,4%) e, de idade superior a 55 anos (7,5%). Quanto à escolaridade dos respondentes a maioria possui superior incompleto (41,5%), seguidos de superior completo (21,6%), ensino médio (19,9%), pós-graduação (13,3%), ensino fundamental (2,9%), e, 0,8% não responderam.

O perfil da amostra se complementa com as informações relativas à renda individual, onde, 65,6% responderam ter renda de até três salários mínimos, 22,4% de três a dez salários mínimos, 5,4% acima de 10 salários mínimos e 6,6% não responderam. Quanto aos números de pessoas/membros da família que residem juntos, 15,3% responderam 2, 56,5% da amostra responderam de 3 a 5 membros, 7,8% responderam mais de 5 membros, e, 20,3% não responderam.

### 4.2 Atitudes e crenças

A pesquisa buscou identificar as atitudes e crenças dos respondentes no que diz respeito as suas práticas de consumo frente às questões de sustentabilidade, para identificar o nível de consciência dos investigados em relação às questões ambientais, a percepção destes quanto aos impactos que as práticas de consumo geram e as ações que estão sendo implementadas para minimizá-los, como mostra a tabela 1.

Tabela 1 – Atitudes e crenças

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	CV
O meu estilo de vida é prejudicial ao meio ambiente	2,69	1,14	0,42
Estou muito preocupado com os problemas ambientais	3,88	0,87	0,22
Eu me sinto culpado sobre o impacto que causo no meio ambiente	3,04	1,05	0,34
Os problemas ambientais atuais são prejudiciais a minha saúde	4,00	0,84	0,21
Um estilo de vida amigo do meio ambiente é bom para a saúde	4,51	0,75	0,16
Há um exagero nas discussões atuais sobre os problemas ambientais	2,10	1,13	0,53
O movimento ambientalista é uma moda passageira	1,95	0,84	0,43
Precisamos consumir menos para melhorar o ambiente para as gerações futuras	3,61	1,05	0,29
As novas tecnologias acabarão com os problemas ambientais	2,12	1,01	0,47
O impacto que a sociedade causa ao meio ambiente é tão grave que é muito pouco o que os indivíduos podem fazer	3,04	1,2	0,39
Pessoas que eu conheço me incentivam a ser ambientalmente mais responsável	2,90	1,06	0,36
O governo está implementando ações que visam minimizar os impactos negativos causados ao meio ambiente	2,73	0,99	0,36
O governo incentiva os consumidores a economizar água e energia	2,85	1,16	0,40
O aquecimento global vai piorar a maneira de viver a minha vida	4,12	0,93	0,22
Possuir um carro de luxo é uma meta muito importante na minha vida	2,18	1,14	0,52
Empresas e indústrias estão trabalhando para garantir um ambiente limpo	2,47	1,01	0,40

continua...

continuação tabela 1

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	CV
A indústria automobilística está trabalhando para ser ambientalmente responsável	2,51	1,01	0,40
A publicidade incentiva a consumir de forma ambientalmente irresponsável	3,06	1,14	0,37
Todas as pessoas devem ter o mesmo padrão de vida daquelas dos países ricos	2,98	1,17	0,39
Estou disposto a pagar mais por um produto que economiza energia se ele vai me poupar dinheiro ao longo do seu ciclo de vida	4,09	0,94	0,22
Atualmente, estou dando mais atenção às notícias sobre o meio ambiente	3,64	0,99	0,27
Estou tentando reduzir o impacto negativo que causo sobre o meio ambiente	3,50	0,88	0,25

Fonte: Elaboração Própria (2014).

A urgência em se promover mudanças nos hábitos de consumo para que haja a conscientização da sociedade na busca por padrões mais sustentáveis fica evidente pelos resultados encontrados quando os sujeitos foram indagados sobre seu estilo de vida pessoal e sua relação com o meio ambiente. Com uma média de 2,69, os respondentes apresentam-se indecisos/neutros. Isso implica dizer que, de certa forma, ainda é baixo o nível de consciência das pessoas em relação a sua forma de consumir e ao impacto que esta gera ao meio ambiente, além disso, o coeficiente de variação de 42% indica dispersão das respostas em torno da média.

Os pesquisados se mostram preocupados com os problemas ambientais atuais (média de 3,88 e um coeficiente de variação de 22%), mas se mostram indecisos/neutros (média de 3,04) quanto a se sentir culpado por tais problemas (e o coeficiente de variação de 34% permite considerar a homogeneidade dos dados), mas reconhecem que os impactos negativos desses problemas em sua saúde (média de 4), e que um estilo de vida amigo do meio ambiente é bom para a sua saúde (média de 4,51 e coeficiente de variação de 16% aponta homogeneidade dos dados).

Nesse cenário, os pesquisados discordam que há exagero nas discussões atuais sobre a gravidade de tais problemas (média de 2,1) e de que o movimento ambientalista é moda passageira (média de 1,95), concordando que é necessário que a sociedade consuma menos para melhorar o ambiente para as gerações futuras (média de 3,61). A partir destes dados, pode-se inferir que os pesquisados, de certa forma, entendem a necessidade de mudanças no comportamento dos indivíduos quanto às suas práticas de consumo, de forma que sejam escolhidos produtos e serviços que satisfaçam as suas necessidades, sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas, e que não são apenas as novas tecnologias que acabarão com os problemas ambientais, mas também são requeridas mudanças nos comportamentos de consumo da sociedade. Porém, eles se mostram indecisos/neutros quanto à afirmação “o impacto que a sociedade causa ao meio ambiente é tão grave que é muito pouco o que os indivíduos podem fazer” (média de 3,04), o que se pode está associado ao desconhecimento de possíveis ações e atitudes relevantes que eles podem adotar em seus cotidianos para favorecer o meio ambiente.

No entanto, é também papel dos indivíduos como cidadãos se conscientizarem da importância de se tornarem consumidores ambientalmente responsáveis de forma a influenciar aos demais em seu entorno, contribuindo no processo de transformação social, mas a média de 2,9, aponta para indecisão/neutralidade quanto ao incentivo das pessoas por meio de palavras e ações no seu convívio pessoal para se tornarem ambientalmente mais responsáveis, resultado preocupante para a sustentabilidade. Ainda, é importante ressaltar que existem as ações do governo e das empresas nesse processo de transformação. O Governo deve implementar políticas públicas e programas de educação ambiental e de incentivo à produção e consumo sustentáveis, enquanto que as empresas e indústrias devem agir de forma social e ambientalmente responsáveis em todas as suas atividades.

Porém, quando indagados se o governo está implementando ações que visam minimizar os impactos negativos causados ao meio ambiente e, se incentiva os consumidores a economizar água e



energia, os respondentes, com médias, respectivamente, iguais a 2,73 e 2,85, apresentam-se indecisos/neutros. Deste modo, constata-se que se faz necessária uma maior atenção por parte do Governo para as questões ambientais e uma maior interação com a sociedade para que ela saiba o que está sendo realizado por ele.

Quanto às empresas, com uma média de 2,47, observa-se que os respondentes não têm a crença de que estas estão desenvolvendo comportamentos ambientalmente sustentáveis para garantir um ambiente mais limpo. O mesmo ocorre no que diz respeito à percepção dos respondentes em relação à indústria automobilística no país, com uma média de 2,51. Para ambas variáveis analisadas alcançou-se um coeficiente de variação igual a 40% o que aponta para a homogeneidade nas respostas. As ações da mídia e a publicidade são importantes para o comportamento do consumidor, pois podem influenciá-los, positiva ou negativamente, nas suas decisões de consumo. No que diz respeito a esta variável, a média de 3,06 aponta uma indecisão/neutralidade por parte dos respondentes quando indagados se a mídia e a publicidade incentivam a consumir de forma ambientalmente irresponsável. O coeficiente de variação de 37% indica homogeneidade dos dados. Ainda, percebe-se na amostra pesquisada que, com uma média de 3,64, os indivíduos estão dando mais atenção às notícias sobre o meio ambiente, reconhecendo as necessidades de mudanças nos padrões de produção e consumo em prol do desenvolvimento sustentável da sociedade. O coeficiente de 27% mostra homogeneidade nas respostas.

As atitudes e crenças dos investigados quanto ao cenário que envolve a questão ambiental demonstra a necessidade de um processo que envolva uma maior conscientização na sociedade, visto que as atitudes das pessoas, de forma individual ou coletiva, dos governos e das empresas são fundamentais no processo de transformação social na busca por níveis de produção e consumo sustentáveis. A seguir são apresentados os resultados e as análises dos comportamentos de consumo da amostra investigada na área de habitação.

### 4.3 Habitação

A habitação representa um dos itens essenciais da sustentabilidade, destacando-se como uma necessidade básica para a vida humana. Assim, buscou-se analisar as características da habitação dos investigados e a sua relação com o consumo sustentável, principalmente quanto ao consumo de energia, conforme os dados apresentados na tabela 2.

**Tabela 2–Habitação**

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

Fonte: Elaboração Própria (2014).

O consumo de energia é um dos principais fatores de consumo habitacional que geram impactos no meio ambiente, dependendo da sua fonte. A maioria das residências em Campina Grande - PB faz uso de energia elétrica proveniente de hidrelétricas, cujo processo produtivo gera diversos impactos ao meio ambiente. Dessa forma, a adoção de práticas por parte dos consumidores que visem minimizar o consumo de energia é uma ação estratégica importante para mitigar os impactos ambientais do consumo doméstico.

Os eletrodomésticos são itens que estão presentes na maioria dos domicílios e os principais responsáveis pelo consumo energético residencial, portanto, a forma como os consumidores escolhem e fazem uso destes eletrodomésticos refletem diretamente na sustentabilidade do consumo. Uma forma de identificar como os eletrodomésticos economizam energia elétrica é a partir do selo Procel da Anael que avalia a eficiência energética. Nesse sentido, os respondentes indicam que procuram produtos que tenham menor consumo de energia como instalação de aparelhos eletrônicos (59,3%); televisão (67,2%); máquina de lavar/secar (64,3%); e refrigerador/freezer (75,1%).

Ainda, o consumo de energia está sendo minimizado com o **não uso** de: ar condicionado (78,4%); aquecedor elétrico para água corrente (72,6%); e aquecedor de gás natural para água corrente (97,5%).

Porém, deve-se ressaltar que o consumo de energia está associado ao seu custo e, este pode ser um fator relevante nas práticas de consumo de energia dos investigados. Ademais, existem outros fatores que associados aos já apresentados auxiliariam na busca pela minimização do consumo de energia, mas que **não** foram identificados nas residências da amostra selecionada. São eles: consumo doméstico de energia verde (92,9%), aquecedor de energia solar para água corrente (97,1%), instalação de painéis solares (96,7%), instalação de fornos que economizam energia (78%) e máquinas de lavar louça que economizam energia (87,1%). Ainda, analisando a dimensão habitação, a tabela 3 apresenta as frequências das formas de consumo de água e energia nas residências dos pesquisados.

**Tabela 3 – Frequências das formas de consumo de energia e água**

Formas de consumo de água e energia	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca	NR
Mantêm o resfriamento na configuração baixa	29,9%	14,7%	23,2%	12%	16,6%	0,8%
Usa a função água morna na máquina de lavar	5%	1,7%	6,2%	7,9	77,6%	1,7%
Minimiza uso de água doce	20,7%	23,2%	26,6%	14,9%	13,7%	0,8%

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Os dados mostram que dos investigados que possuem ar condicionado, 29,9% sempre mantêm o resfriamento na configuração baixa para economizar energia e 77,6% nunca utilizam a função água morna na máquina de lavar roupas.

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

Além das práticas de consumo de água e energia nas residências que podem gerar impactos negativos sobre o meio ambiente, há inúmeros impactos ambientais ocasionados pelo uso de transportes movidos por combustível fóssil. Isto é discutido a seguir.

## 4.5 Transporte

Aos transportes estão atrelados os impactos sonoros, as emissões de gases poluentes e o uso de matéria-prima para a fabricação de combustíveis fósseis (gasolina e óleo diesel) que provocam danos ao meio ambiente e à saúde. A tabela 4 apresenta os dados que se referem à escolha de morar próximo dos destinos habituais para minimizar o impacto do transporte no meio ambiente.

**Tabela 4 – Transporte**

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

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Observa-se que há uma indecisão/neutralidade dos respondentes, com uma média de 3,08 e um coeficiente de variação de 38%. Pode-se inferir que não há, de fato, uma preocupação dos investigados de se viver perto dos destinos habituais apenas na tentativa de minimizar os impactos ambientais gerados pelos meios de transporte. Isto pode está relacionado ao fato da cidade de Campina Grande ser de pequeno porte, de modo que o deslocamento entre os diversos pontos da cidade não costumam demandar muito tempo. A tabela 5 apresenta os dados que se referem à frequência de utilização dos tipos de transporte pela amostra estudada.

**Tabela 5 – Frequência de utilização dos tipos de transporte**

Variável	Todos os dias	Semanalmente	Algumas vezes p/mês	Raramente	Nunca	NR
Vai caminhando ou de bicicleta para o destino	10,4%	7,5%	15,8%	23,2%	42,3%	0,8%
Dirige sozinho o seu carro	31,5%	12,9%	3,7%	5,8%	44%	2,1%
Utiliza transportes públicos locais	29,9%	14,1%	6,6%	29,5%	18,7%	0,8%
Utiliza transporte aéreo	0,4%	0%	3,7%	45,2%	49,8%	0,8%

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Os dados revelam que 42,3% dos respondentes afirmam que nunca vão aos seus destinos caminhando ou de bicicleta. Essa é uma variável preocupante, pois além de não ser uma prática benéfica à saúde é algo que contribui para o aumento dos problemas ambientais ocasionados pelo uso dos transportes movidos por combustível fóssil. Ainda, tem-se que 44% dos pesquisados nunca dirigem sozinho o seu carro e 29,9% utilizam todos os dias transportes públicos. É importante ressaltar que os transportes coletivos são os mais eficazes para o deslocamento de pessoas já que são capazes de transportar várias delas ao mesmo tempo. Por fim, 48,8% dos respondentes afirmam nunca utilizar transporte aéreo. Os dados apresentados revelam um baixo nível de práticas de consumo sustentável na amostra pesquisada quanto ao uso dos transportes, contribuindo para os inúmeros impactos que estes geram ao meio ambiente e à saúde. As suas práticas cotidianas no uso de transportes precisam ser repensadas para que se possa contribuir na busca por sustentabilidade.

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

## 4.5 Alimentação

A alimentação é uma necessidade básica de todo ser humano, porém as atividades associadas ao processo de produção dos alimentos e os hábitos alimentares da sociedade vêm afetando de forma negativa a sustentabilidade do meio ambiente. Neste sentido, a tabela 6 abaixo apresenta as frequências das formas de consumo de alimentos dos respondentes.

**Tabela 6 – Frequência das formas de consumo dos alimentos**

Tipos de Alimentos	Todos os dias	Semanalmente	Algumas vezes p/ mês	Raramente	Nunca	NR
Alimentos importados	3,7%	9,5%	23,2%	39%	24,5%	-
Alimentos produzidos localmente	51,5%	30,3%	10,4%	5,4%	1,7%	-
Alimentos cultivados/ criados por você	2,1%	4,6%	5,4%	14,5%	71,8%	-
Carnes	55,6%	33,2%	7,9%	2,9%	0,4%	-
Frango	21,6%	58,9%	15,8%	3,3%	0,4%	-
Peixes ou frutos do mar	1,2%	29%	43,2%	22,4%	2,5%	1,7%
Frutas ou vegetais	51%	34,4%	8,7%	4,6%	0%	1,2%
Água engarrafada	58,9%	14,5%	12%	10,4%	2,5%	1,7%
Comidas pré-prontas, processadas, embaladas	5,8%	22%	31,1%	32,8%	8,3%	-

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Os dados revelam que 39% dos respondentes raramente consomem alimentos importados, seguidos por 24,5% que nunca consomem. Estes dados são avaliados positivamente porque as emissões de gases poluentes ao se transportar esses alimentos até o seu destino final geram um grande impacto ambiental. Por outro lado, 51,5% dos pesquisados consomem todos os dias alimentos produzidos localmente, o que gera menor impacto devido ao uso do transporte. Ainda nesta perspectiva, 71,8% afirmam nunca consumir alimentos cultivados/criados por eles mesmos, enquanto que apenas 2,1% consomem.

No que diz respeito ao consumo de carne, tem-se que 55,6% dos respondentes a consomem todos os dias, seguidos por 33,2% que a consomem semanalmente. Em relação ao consumo de frango, 58,9% afirmam consumir semanalmente. Esses dados são preocupantes, pois a criação de animais constitui uma importante fonte de emissão de gás metano e, muitas vezes seus excrementos são lançados nos recursos hídricos, além de que são necessárias grandes superfícies de terra para a produção de alimentos para esses animais. No Brasil cada quilo de carne produzida e consumida é responsável por 10 mil metros quadrados de floresta desmatada, consumo de 15 mil litros de água doce limpa, emissão de tóxicos no meio ambiente, consumo de energia elétrica e combustíveis fósseis, entre outros (SBV, 2015). Quanto ao consumo de peixes e frutos do mar, 43,2% da amostra afirmam consumi-los apenas algumas vezes por mês.

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

Quanto ao consumo de água engarrafada tem-se que 58,9% dos respondentes a consomem todos os dias. Essa prática agrava os desafios ambientais como o aquecimento global e a poluição do

ar e da água, devido ao processo de produção de cada embalagem que gera impactos na forma de, por exemplo, resíduos sólidos, emissão de gases poluentes no seu transporte e as formas incorretas de descarte das embalagens utilizadas (PROJETO ÁGUA NA JARRA, 2011). O ideal seria substituir o consumo de água engarrafada por água tratada e purificada.

Ainda, 32,8% dos pesquisados afirmam que raramente consomem comidas pré-prontas/processadas/embaladas e 31,1% consomem esses tipos de comida algumas vezes no mês. Os dados revelam uma prática positiva, pois além de não serem benéficas à saúde, esses alimentos que geram impactos ambientais em decorrência do consumo de energia para a sua refrigeração, da produção das embalagens que geram resíduos poluentes e do descarte final destas que, na maioria das vezes, não é feito de forma correta. Outras práticas que podem contribuir para o aumento dos problemas ambientais estão associadas aos hábitos de consumo de bens duráveis e não duráveis, que serão analisados na seção seguinte.

#### 4.6 Bens de consumo (duráveis e não duráveis)

O modelo atual de produção, seja para bens duráveis ou não duráveis, gera impactos sobre a sustentabilidade do meio ambiente. O mesmo ocorre com as formas de consumo desses bens. Neste sentido, a tabela 7 mostra os dados obtidos quanto aos comportamentos de consumo desses bens.

**Tabela 7 – Comportamento quanto aos Bens de consumo**

Afirmativas	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de variação
Prefiro consertar algo quando está quebrado em vez de substituí-lo	3,66	1,04	0,28
Geralmente tento comprar produtos usados ao invés de novos	2,05	1,04	0,50
Prefiro utilizar produtos descartáveis	2,48	1,11	0,44
O custo extra dos produtos ambientalmente corretos não vale a pena	2,33	1,00	0,42
Produtos ambientalmente sustentáveis não funcionam bem	2,10	0,83	0,39

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Os respondentes afirmam que preferem consertar algo quando está quebrado em vez de substituí-lo, com média de 3,66, e coeficiente de variação de 28% que indica homogeneidade nas respostas. Isto é, em grande parte da amostra há o hábito de reutilizar os produtos que estão em sua posse. Entretanto, quando se trata da compra de produtos usados, a média de 2,05 mostra que os pesquisados preferem os produtos novos. Para esta afirmação, alcançou-se um coeficiente de variação de 50%, indicando dispersão das respostas apresentadas em torno da média. No que diz respeito à utilização de produtos descartáveis, a média obtida foi de 2,48 e um coeficiente de variação de 44%, indicando dispersão nas respostas. Esta média revela que os respondentes discordam de que preferem utilizar esse tipo de produto. Este dado revela um ponto positivo, pois mostra que os hábitos de consumo dos pesquisados contribuem para a diminuição dos impactos gerados pelos resíduos plásticos sobre o meio ambiente, visto que os produtos descartáveis são, em sua maioria, feitos de plásticos não biodegradáveis, um material que leva um longo período de tempo para se decompor, a produção de plásticos gera resíduos tóxicos de difícil controle e o descarte incorreto desses produtos é altamente danoso ao meio ambiente (CIRELLI *et al.*, 2011).

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

resultados apresentados apontam que os investigados adotam práticas de consumo de bens em seu cotidiano que podem contribuir para a minimização dos impactos ambientais. Por outro lado, os dados da tabela 8, que mostra a frequência de práticas de consumo de bens dos respondentes, demonstram que ainda existem alguns hábitos de consumo que precisam ser revistos pelos consumidores, pois são de muita importância na tentativa de redução dos impactos ambientais.

**Tabela 8 – Frequência de práticas de consumo de bens**

Práticas	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Raramente	Nunca	NR
Recicla material	7,5%	12,4%	29,5%	28,2%	22%	0,4%
Evita produtos ecologicamente incorretos	5%	17%	36,5%	25,7%	14,5%	1,2%
Compra produtos ecologicamente corretos	7,5%	18,3%	45,6%	22,4%	5%	1,2%
Evita bens excessivamente embalados	7,5%	18,7%	41,1%	24,9%	7,1%	0,8%
Usa sacola própria nas lojas/mercado	14,9%	10,8%	17%	20,7%	31,5%	5%

Fonte: Elaboração Própria (2014).

Quanto à frequência de reciclagem de material, observa-se que 29,5% dos respondentes às vezes possuem o hábito de enviar os produtos após a sua utilização para a reciclagem, enquanto que 28,2% raramente possuem esse hábito, seguido por 22% que nunca reciclam materiais. Apenas 19,9% dos investigados adotam esta prática sempre ou quase sempre. Esses dados podem ser relacionados com a ausência de práticas de reciclagem na cultura da sociedade local. Observa-se que são poucos os pontos de coleta seletiva e de reciclagem e pouco também é a divulgação e o incentivo para que os indivíduos participem desse processo. Entretanto, há uma falta de consciência ambiental em cada indivíduo, pois estes em seus hábitos cotidianos podem contribuir para mudar esse quadro.

Ainda, os dados mostram que 36,5% dos pesquisados às vezes evitam produtos ecologicamente incorretos e somente 5% afirmam evitar esses produtos; 45,6% afirmam que às vezes compram produtos ecologicamente corretos e apenas 7,5% sempre optam por esses produtos; 41,1% às vezes evitam bens excessivamente embalados, enquanto que somente 7,5% sempre evitam e 31,5% nunca utilizam sacolas próprias nas lojas/mercados. Esses dados revelam que as escolhas dos indivíduos não refletem, de fato, a preocupação com os problemas ambientais atuais que assumem ter.

No que diz respeito aos itens de consumo presentes nas residências, a tabela 9 mostra que 77,2% da amostra possui 1 refrigerador, 74,3% possui uma máquina de lavar, 95% não possui máquina de lavar louça, 34,9% possui 2 aparelhos de TV, 37,8% possui 2 computadores e 73,4% não possui segundos imóveis.

**Tabela 9 – Quantidade de bens na residência**

Item	0	1	2	3	4	5	6	7	8	10	NR
Refrigerador	1,2%	77,2%	16,2%	2,9%	-	-	0,4%	-	-	-	2,1%
Máquina de lavar	19,1%	74,3%	4,3%	-	-	-	-	-	-	-	2,1%
Máquina de lavar louça	95%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1%
TV	-	13,3%	34,9%	26,6%	14,1%	6,6%	1,2%	0,4%	0,4%	0,4%	2,1%
Computador	7,1%	29,9%	37,8%	17%	3,7%	1,2%	-	0,8%	-	-	2,5%
Segunda residência	73,4%	13,3%	8,3%	1,2%	1,2	-	-	-	-	-	2,5%

Fonte: Elaboração Própria (2014).

A existência desses bens de consumo duráveis nas residências e suas quantidades possuem uma relação direta com o consumo de energia, o qual gera impactos ambientais ligados à forma como a energia é produzida, transmitida, distribuída e utilizada. Entre os inúmeros impactos ambientais gerados pelas atividades em usinas hidrelétricas, termelétricas, nucleares, geradoras de energia, estão, por exemplo, as alterações no fluxo natural e na temperatura das águas, as inundações de florestas, prejudicando a fauna e a flora, além dos rejeitos altamente radioativos que afetam tanto o meio ambiente quanto à saúde humana (SALES, 2012). Portanto, se há um aumento na demanda por energia elétrica há a necessidade de construção de mais usinas geradoras de energia, independente de sua fonte, gerando mais impactos à sustentabilidade do meio ambiente. Neste sentido, os resultados demonstram que nas residências dos investigados a quantidade de produtos que podem afetar o consumo de energia não é tão impactante e o importante é se pensar nas formas de consumo para tentar minimizar os impactos negativo enfrentados, atualmente, pelo meio ambiente.

Destarte, levando em consideração os resultados obtidos neste estudo, foi possível observar que das áreas de consumo investigadas apenas na área de habitação os consumidores tendem a comportamentos mais sustentáveis, enquanto que nas demais áreas, transporte, alimentação e bens de consumo, os hábitos tendem à insustentabilidade. Entretanto, é perceptível que para que se mantenha a qualidade de vida dos seres humanos e de todas as espécies é necessário que haja uma maior disposição de todos em prol de um ambiente saudável, por meio de atitudes conscientes que propiciem a conservação da natureza de forma sustentável.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificar o comportamento dos consumidores em relação ao impacto que este gera ao meio ambiente é um passo importante para se buscar mecanismos que promovam atitudes necessárias à garantia da existência humana. As análises realizadas permitiram identificar que os consumidores pesquisados ainda não possuem práticas cotidianas de consumo voltadas para a preservação ambiental, apontando-se para a necessidade de se promover mudanças nos hábitos de consumo daqueles indivíduos em direção ao consumo sustentável.

Quanto às atitudes e crenças, analisou-se o nível de consciência dos pesquisados em relação aos impactos ambientais gerados pelas ações individuais, percebendo que eles se preocupam com os problemas ambientais e reconhecem os impactos negativos destes sobre a sua saúde e a necessidade de mudanças no comportamento da sociedade para minimizar esses problemas. A amostra estudada não acredita que o governo e as empresas estão desenvolvendo comportamentos ambientalmente sustentáveis para garantir um ambiente mais limpo. Além disto, quando se trata dos impactos ambientais gerados pelas suas ações individuais de consumo, os respondentes se mostram indecisos/neutros, ou seja, não reconhecem, de fato, que as suas práticas de consumo causam danos ao meio ambiente.

No que se refere à **análise dos dados nas** grandes áreas de consumo, os pontos que merecem destaque são: na habitação, percebe-se que as características das residências e as suas relações com o consumo sustentável referem-se, principalmente, ao consumo de água e energia; quanto aos transportes, o principal problema encontra-se na condução pessoal de veículos automotores, entretanto, ressalta-se que parte significativa dos investigados afirma nunca dirigir sozinho o seu carro e utilizar transportes públicos todos os dias; no que tange à área de alimentação, pôde-se perceber que os maiores impactos ambientais gerados podem ser associados ao consumo elevado de carne, frango, frutas e vegetais e água engarrafada, principalmente no solo e no meio ambiente, decorrentes dos processos de produção/criação. Apesar disto, um aspecto positivo é a preferência dos consumidores investigados pelo consumo de produtos locais, contribuindo para a redução dos impactos gerados pelos transportes

no deslocamento de produtos aos seus destinos. No que se refere à área de bens de consumo, destaca-se a preferência em reutilizar os produtos e não utilizar com frequência produtos descartáveis, o que diminui a quantidade de resíduos plásticos lançados no meio ambiente. Entretanto, por outro lado, são baixos os hábitos de reciclagem de materiais, da frequência com que os consumidores evitam produtos ecologicamente incorretos e da compra produtos ecologicamente corretos.

Os resultados desta pesquisa coadunem com a argumentação de autores como Jackson (2006), Gonçalves-Dias (2009) & Holt (2012) ao enfatizar que as pessoas estão presas (*locked in*) em padrões de consumo insustentáveis por uma mistura complexa de fatores que envolvem questões institucionais, culturais, sociais e psicológicas. **É preciso que** o acesso ao consumo seja garantido, mas que seus padrões e níveis se modifiquem a fim de minimizar os impactos ambientais da exploração excessiva dos recursos naturais utilizados na sua produção e dos rejeitos do descarte. Essas mudanças nos hábitos de consumo não são metas fáceis de serem alcançadas a curto e médio prazo. O processo é gradual e não depende apenas dos consumidores, mas também da existência de incentivos e estruturas que facilitem as mudanças. Ademais, os seus resultados só serão percebidos ao longo do tempo. Ressalta-se, portanto, que o desafio impõe-se a todos: cidadãos, poder público e empresas.

Além da mudança no comportamento dos consumidores, os governos e as empresas precisam, atuar ativamente na promoção do consumo sustentável. O governo precisa ter uma participação mais efetiva na busca pela minimização da degradação ambiental, promovendo o desenvolvimento de programas de conscientização ambiental da população, por meio de propagandas, implantação de atividades de educação ambiental nas escolas e universidades, divulgação e fiscalização efetiva das normas ambientais. E as empresas precisam adotar práticas sustentáveis em seus processos produtivos, para que não haja o uso excessivo dos recursos naturais, não simplesmente tendo em vista apenas o cumprimento de normas ambientais, mas com comprometimento em relação à sustentabilidade ambiental, bem como investindo no desenvolvimento de produtos e fornecimento de serviços ecologicamente corretos.

Portanto, este estudo pode ser considerado um ponto de partida para direcionamento de ações e estratégias que visem promover o consumo sustentável no contexto investigado. Ademais, recomenda-se a replicação desse estudo com o intuito de monitorar o progresso das práticas cotidianas de consumo do contexto investigado, em termos de consumo sustentável, bem como a aplicação da metodologia em outros contextos.

## REFERÊNCIAS

---

ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Editora Abril, 2012.

AKATU. **O consumidor brasileiro e a construção do futuro**. Akatu. 2004. Disponível em: <[http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/11-consumidorbrasileiro\\_construcao.pdf](http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/11-consumidorbrasileiro_construcao.pdf)>. Acesso em: 13 ago. 2013.

BADUE, A. F. B. et al. **Manual pedagógico: entender para intervir**. São Paulo: Instituto Kairós, 2005.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BARBOSA, Livia.; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.



BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BUENO, C. A insustentável sociedade de consumo. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. 2008. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=429>>. Acesso em: 13 ago. 2013.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CIRELLI, C. et. al. **Projeto de conscientização ecológica**: “Venha aprender com a gente, sua atitude faz a diferença”. USP. 2011. Disponível em: <[http://www.usp.br/ccps/gestaoindustrial/projetos\\_finais/venha\\_aprender\\_com\\_a\\_gente.pdf](http://www.usp.br/ccps/gestaoindustrial/projetos_finais/venha_aprender_com_a_gente.pdf)>. Acesso em: 5 abr. 2013.

CONSUMERS INTERNATIONAL; MMA; MEC/IDEC. **Consumo sustentável**: manual de Educação. Brasília: Consumers International, MMA, MEC/IDEC, 2005.

COOPER, R. **The design experience**: the role of design and designers in the 21 century. Cornwall: Ashgate Publishing, 2002.

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

EDDINE, S. C.; VETTORAZZI, K. M.; FREITAS, V. P. Consumo e Sustentabilidade: Desafios para uma nova atitude ecológica. In: XVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI. **Anais...** Brasília: CONPEDI, 2008.

FELDMANN, Fábio. **Direito do Ambiente: a gestão ambiental em foco - doutrina, jurisprudência**. **Revista dos Tribunais**, São Paulo. 2007.

GBLER, L. Redução de Riscos de Impacto Ambiental na Produção Integrada de Maçãs. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Circular Técnica**, n. 38. 2002.

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

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

GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Consumo e meio ambiente: uma modelagem do comportamento para reciclagem a partir de teorias cognitivo-comportamentais. **Tese** (Doutorado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo – FGV, 2009.

HOLT, Douglas B. Constructing sustainable consumption: from the ethical values to the cultural transformation of unsustainable markets. The **Annals** of the American Academy of Political and Social Science, 2012.

JACKSON, Tim. Live better by consuming less? Is there a “double dividend” in sustainable consumption?. **Journal of Industrial Ecology**, v. 9, n. 1-2, p. 19-36, 2005.

JACKSON, Tim. Sustainable Consumption. In: ATKINSON, G.; DIETZ, S.; NEUMAYER, E. In: **Handbook of Sustainable Development**. Edward Elgar Publishing, 2006.

NATIONAL GEOGRAPHIC. **Greendex**. 2012. Disponível em: <<http://environment.nationalgeographic.com/environment/greendex/>> Acesso em: 12 out. 2013.

OLIVEIRA, V. M. Promoção do consumo sustentável no contexto brasileiro: uma análise dos papéis dos governos, das empresas e da sociedade civil. **Tese**. Propad/UFPE, 2014.

OLIVEIRA, V. M.; CÂNDIDO, G. A.; GÓMEZ, C. R. P. Contemporaneidade do consumo sustentável e as suas correlações com as políticas públicas, as práticas empresariais e o comportamento do consumidor. In: IX ENCONTRO DA ECOECO. **Anais...** Brasília: ECOECO, 2011.

OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. É. N.; GOMEZ, C. R. P. Escala de consumo sustentável: um estudo comparativo entre alunos e professores da Universidade Federal de Campina Grande – PB. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 89-105, set./nov., 2014.

PANAROTTO, C. O meio ambiente e o consumo sustentável: alguns hábitos que podem fazer a diferença. **Revista das Relações de Consumo**. Caxias do Sul: 2008.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE**. São Paulo, Edição Temática. 2005.

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

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

SBV. **Impactos sobre o meio ambiente do uso de animais para alimentação**. SBV, 2015. Disponível em <<http://www.svb.org.br/livros/impactos-alimentacao.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2015.

SILVA, M. E.da.; NASCIMENTO, L. F. M. Atuação responsável ou jogo de mercado? Entendendo a relação empresa-mídia para a efetivação do consumo sustentável. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 8, n.1, p. 73-88, mar. 2015.

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

TUKKER, A. et al. Forestingchangeofsustainableconsumptionandproduction: anevidencebasedview. **JournalofCleanerProduction**, 2008.