

PERCEPÇÕES ACERCA DA SUSTENTABILIDADE NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE ESTUDANTES DE NÍVEL SUPERIOR

PERCEPTIONS ABOUT SUSTAINABILITY IN THE CONSUMPTION BEHAVIOR OF HIGHER LEVEL STUDENTS

Thatiane de Sousa Fernandes^I 

Lucas Silveira da Silva^{II} 

^IInstituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do
Maranhão, Santa Inês,
MA, Brasil. Graduanda
em Administração. E-mail:
thatianefernandes00@gmail.com

^{II}Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do
Maranhão, Santa Inês, MA,
Brasil. Doutorando em
Psicologia. E-mail: lucas.silveira@
ifma.edu.br

Resumo: A preocupação com a realidade ambiental atual, reflexo da desenfreada exploração humana, levantou debates mundiais a respeito da categoria Sustentabilidade e o comportamento de consumo da população. Diante deste cenário, o presente trabalho possui como objetivo principal analisar o reflexo das percepções acerca da Sustentabilidade no comportamento de consumo de estudantes de nível superior. Quanto aos aspectos metodológicos, a pesquisa possui natureza aplicada, descritiva e abordagem quali-quantitativa, com amostragem aleatória simples, composta por 153 estudantes dos cursos superiores de um campus do interior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IFMA. Os dados foram coletados através de questionários semiestruturados e analisados a partir da Estatística Descritiva e Análise de Conteúdo. Conclui-se que as percepções apresentadas pelos discentes acerca da Sustentabilidade e os reflexos em seus comportamentos de consumo relacionam-se de uma forma incongruente, visto que as crenças ambientais existentes não dialogam com as atitudes de utilização predominantes nas respostas. Logo, observou-se que percepções positivas a respeito da categoria analisada não orientam, de forma significativa, os comportamentos de consumo alinhados à Sustentabilidade e preservação do meio ambiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Comportamento do Consumidor. Ensino Superior.

Abstract: Concern about the current environmental reality, a reflection of rampant human exploitation, has raised global debates regarding the Sustainability category and the population's consumption behavior. Given this scenario, the main objective of this work is to analyze the reflection of perceptions about sustainability in the consumption behavior of higher education students. Regarding methodological aspects, the research has an applied, descriptive nature and a quali-quantitative approach, with

DOI: <https://doi.org/10.31512/vivencias.v20i41.1216>

Submissão: 28-10-2023

Aceite: 25-01-2024



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

simple random sampling, composed of 153 students from higher education courses on a campus in the interior of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Maranhão - IFMA. Data were collected through semi-structured questionnaires and analyzed using Descriptive Statistics and Content Analysis. It is concluded that the perceptions presented by students about Sustainability and the consequences in their consumption behaviors are related in an incongruous way, since existing environmental beliefs do not dialogue with the usage attitudes predominant in the responses. Therefore, it was observed that positive perceptions regarding the analyzed category do not significantly guide consumption behaviors aligned with Sustainability and environmental preservation.

Keywords: Sustainability. Consumer Behavior. University Education.

Introdução

O cenário atual de degradação ambiental, desastres climáticos, aquecimento global, crises migratórias, escassez de água e alimentos, acende o sinal de alerta para as pautas ambientais. A exploração acentuada dos recursos naturais vem ocasionando problemas nas esferas ambientais, sociais e econômicas. Evidencia-se, dessa forma, a necessidade de discussão e desenvolvimento de uma verdadeira e honesta Sustentabilidade, apontando para a urgência da mudança nos padrões de vida e consumo de indivíduos e organizações.

Assim, para além de ser pauta nos debates, a redução dos impactos ambientais e o enfrentamento desta problemática estão atrelados a mudanças nos comportamentos, atitudes e práticas da sociedade em geral. Dessa forma, a consciência ambiental precisa estar presente nas pretensões de consumo, no dia a dia do cidadão, ou ainda, como elemento essencial na tomada de decisão de pequenas, médias e grandes organizações. Sendo assim, o pensar acerca da Sustentabilidade pode fomentar a reflexão sobre a busca do equilíbrio entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

Para tanto, é fundamental que a temática Sustentabilidade esteja presente nos espaços acadêmicos, onde a construção do conhecimento e a formação de cidadãos e profissionais acontece. Portanto, é crucial compreender como estes estudantes comportam-se enquanto consumidores e como se comportarão futuramente ao ocuparem cargos gerenciais. Assim, conscientizá-los a respeito das questões ambientais pode contribuir para que tomem decisões compatíveis com a busca de um equilíbrio entre preservação do meio ambiente e avanços econômicos. Afinal, a Sustentabilidade não acontece de maneira imediata, mas, através de um longo processo educativo, pelo qual o ser humano estabelece suas relações com o planeta, o meio ambiente e as gerações futuras (Boff, 2015).

Neste cenário, a presente pesquisa partiu da seguinte problemática: Quais as percepções dos estudantes de nível superior de uma instituição de ensino de Santa Inês-MA acerca da Sustentabilidade e os reflexos dessa lógica em seus comportamentos de consumo? Entende-se por percepção, o conjunto de ideias, opiniões e posicionamentos dos participantes da presente

pesquisa em relação à Sustentabilidade e de que maneira incorporam esta categoria de análise em suas experiências e construção de sentidos.

A pesquisa, portanto, teve como objetivo central - analisar quais as percepções de estudantes de nível superior acerca da Sustentabilidade e os reflexos dessa lógica em seus comportamentos de consumo. Partiu-se da hipótese de que a percepção sobre Sustentabilidade influencia o comportamento de consumo dos estudantes no tangente às crenças e atitudes ambientais.

Metodologia

Quanto aos aspectos metodológicos, tratou-se de uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa e quantitativa, visto que, abordou a análise de fenômenos sociais bem como a mensuração de dados e opiniões (Prodanov; Freitas, 2013). O estudo desenvolveu-se no município de Santa Inês, Maranhão, fundado no ano de 1887 por senhores de escravos, quando era inicialmente povoado de Pindaré-Mirim, alcançando sua independência em 1966 e tornando-se cidade em razão do seu desenvolvimento promissor. É comumente chamada de “A princesa do Vale do Pindaré”, mediante a influência exercida nos municípios vizinhos, principalmente, do ponto de vista comercial. Vale destacar que, além de possuir ferrovias federais, o município apresenta uma boa infraestrutura logística (IBGE, 2022).

A população escolhida para aplicação da pesquisa estava presente no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – Campus Santa Inês, responsável por ofertar educação profissional, científica e tecnológica, criado pela Lei 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Desde a fundação, a Instituição conta com cursos de nível básico, técnico, graduação e pós-graduação para jovens e adultos (IFMA, 2015).

A amostragem selecionada foi de estudantes dos cursos superiores de Bacharelado em Administração, Licenciatura em Física, Engenharia de Computação e Tecnólogo em Construção de Edifícios. Como critérios de inclusão, optou-se pelos discentes devidamente matriculados e com frequência ativa nos cursos. Do universo de 330 alunos, a amostra aleatória simples foi composta por 153 alunos, com Intervalo de Confiança, Z, de 95% e Desvio-Padrão de 1,96.

Quanto à coleta de dados, esta foi realizada através da aplicação de questionário semiestruturado, formulado a partir da ferramenta *Google Forms*, contendo 26 questões - 19 fechadas e 7 abertas. Com relação à interpretação e análise de dados, utilizou-se tanto a Estatística Descritiva, quanto a Análise de Conteúdo. Esta última permitiu a descrição dos dados com maior clareza e precisão (Bardin, 2011).

Atendendo-se aos princípios éticos e de respeito à segurança dos dados coletados, a pesquisa baseou-se na Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde-CNS, segundo a qual toda pesquisa que envolver seres humanos deverá ser submetida à apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa (Brasil, 2012).

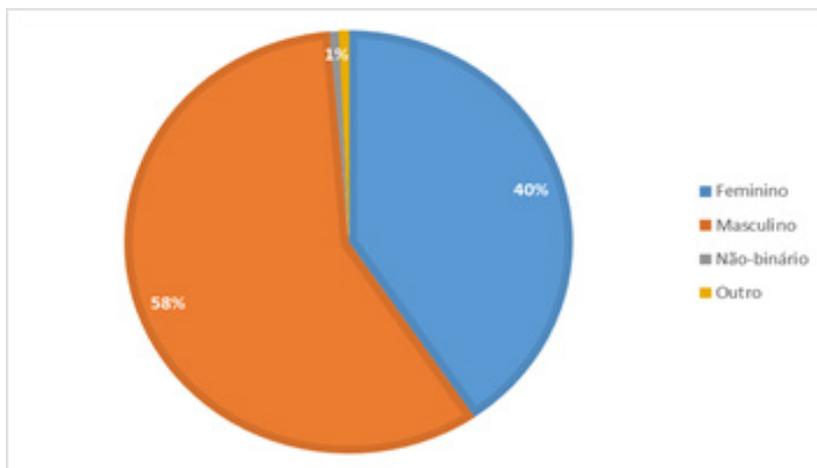
A pesquisa foi inserida no Sistema CEP/CONEP (Comitê de Ética em Pesquisa/ Comissão Nacional de Ética em Pesquisa) na Plataforma Brasil, tendo sido aprovada pelo CAAE nº57946522.1.0000.5084 e sob o parecer de nº5.395.317. Cabe ressaltar que todos

os questionários foram aplicados após Anuência Institucional, acompanhando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), respeitando-se os direitos dos participantes.

Resultados e discussões

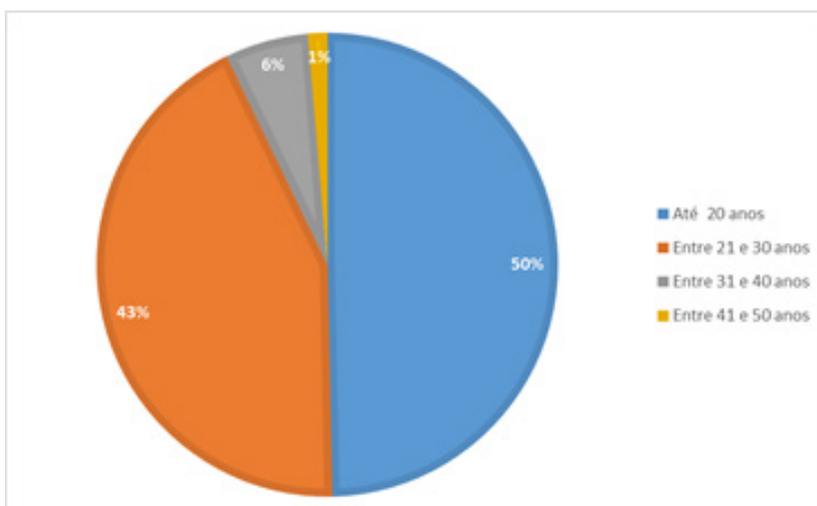
Das 153 respostas ao questionário, observou-se a predominância de estudantes do gênero masculino, 58%, seguido do público feminino com 40%. Quanto à faixa etária, 50% possuíam até 20 anos de idade, 43% apresentavam entre 21 e 30 anos de idade, 6% entre 31 e 40 anos de idade e, por fim, 1% entre 41 e 50 anos.

Gráfico 1- Recorte de gênero



Fonte: Autores, 2023.

Gráfico 2- Faixa etária



Fonte: Autores, 2023.

Em relação à cidade que residiam, 126 estudantes viviam em Santa Inês, 13 eram residentes de Pindaré-Mirim, 2 estudantes residiam em Bacabal, 2 em Bom Jardim, 1 estudante residia em Santa Luzia, 1 em Zé Doca, 1 em Lago da Pedra, 1 em Presidente Médici, 1 em

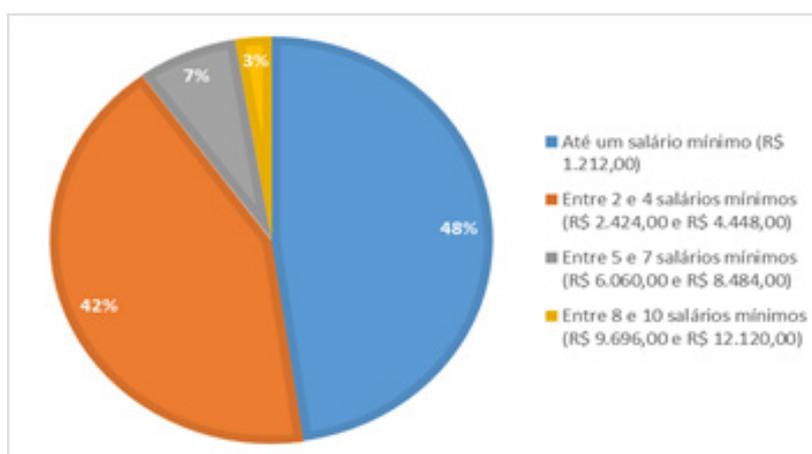
Açailândia, 1 em Pio XII, 1 em Alto Alegre do Maranhão, 1 em Tufilândia e 1 em Igarapé do Meio. Quanto ao estado civil, 83% dos respondentes eram solteiros (as) e 11% casados (as).

Quanto ao número de pessoas com quem residiam, 76% dos estudantes moravam com duas a quatro pessoas, 17% cinco a sete a pessoas, 6% moravam sozinhos (as), 1% residia com oito a dez pessoas. Com relação ao recorte família, 90% dos respondentes não possuíam filhos (as) e 10% possuíam. Dentre os que tinham filhos (as), cerca de 53% possuíam de dois a três filhos (as), enquanto 47% tinham apenas um filho (a).

No que se refere à propriedade em que residiam, 68% dos estudantes afirmaram residir em casa própria, 25% em casa alugada e 6% em casa cedida. No tangente à quantidade de cômodos da casa, 34% residiam em uma casa de até cinco cômodos, 33% de até sete, seguido de 19% daqueles que moravam em uma casa com mais de sete e, por fim, 14% em uma casa com até três cômodos.

Quanto ao nível de escolaridade, 86% dos estudantes possuíam ensino médio completo, 13% eram graduados e 1% pós-graduado. Com relação à renda familiar, 48% tinham renda de até um salário-mínimo, 42% entre dois e quatro salários-mínimos, 7% entre cinco e sete salários e 3% apresentavam renda de oito a dez salários mínimos.

Gráfico 3 – Renda familiar



Fonte: Autores, 2023.

Percepções dos discentes sobre Sustentabilidade e comportamento de consumo

O respectivo eixo buscou identificar quais as percepções dos estudantes de nível superior a respeito da categoria Sustentabilidade e o reflexo de seus comportamentos em relação ao consumo, passando a ser fundamental verificar uma possível predisposição ou não¹ destes futuros profissionais em relação às pautas ambientais.

Neste contexto, questionou-se os estudantes sobre seu entendimento acerca da Sustentabilidade. Nas respostas analisadas, as categorias de palavras mais frequentes foram: preservação; equilíbrio; importante; conscientização; conservação; recursos naturais; cuidado;

¹ Atitudes Ambientais.

natureza; vida; reutilizar. No quadro abaixo, pode-se ver o recorte de algumas respostas dos discentes:

Quadro 1 – Percepções dos discentes acerca da categoria Sustentabilidade

| Discente | Opinião |
|----------|---|
| A | “É a busca pelo equilíbrio entre o suprimento das necessidades humanas e recursos”. |
| B | “A Sustentabilidade é uma ideia que defende o uso racional dos recursos naturais a fim de minimizar os impactos no meio ambiente”. |
| C | “Conjunto de ações que beneficie o meio ambiente”. |
| D | “Sustentabilidade é a tentativa de criar meios que possam preservar os recursos disponíveis em nosso mundo, a fim de garantir a vida para as gerações futuras”. |
| E | “Sustentabilidade em poucas palavras é o ato da humanidade realizar suas atividades não afetando ou afetando da maneira menos agressiva a natureza”. |
| F | “É atender às necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprirem suas próprias necessidades. |
| G | “É uma forma de melhorar e ao mesmo tempo conscientizar a vida e os hábitos das pessoas”. |
| H | “O uso consciente dos recursos disponíveis”. |

Fonte: Autores, 2023.

Ao observar-se as categorias de palavras que mais se repetiram, bem como as respostas apresentadas no quadro acima, denota-se que a visão dos estudantes acerca da Sustentabilidade é clara, relacionando-se, precipuamente à preservação dos recursos naturais. Verifica-se ainda que, os discentes associam à Sustentabilidade as ações de cuidado e consumo consciente.

Para determinado discente, por exemplo, “Sustentabilidade são ações ou meios que preservam os recursos naturais do planeta”. Outro ressaltou que “Sustentabilidade é a tentativa de criar meios que possam *preservar os recursos* disponíveis em nosso mundo, a fim de garantir a vida para as gerações futuras”. Por fim, em um terceiro relato apresentado, o estudante fez menção a importância da categoria, ao afirmar que “Sustentabilidade é algo necessário para incentivar e educar a sociedade evitando colapsos sociais e de consumos”. Percebe-se, portanto, que há um entendimento claro dos discentes a respeito da Sustentabilidade e sua relevância.

Somando-se ao exposto acima, um discente declara: “Eu entendo Sustentabilidade como uma forma de pensar e agir que afeta direta e positivamente a forma de vivência pessoal, coletiva e na saúde da biosfera”. Em uma nova afirmativa, determinado discente ressaltou a necessidade de mudança comportamental: “A Sustentabilidade é de suma importância, pois devemos adotar um comportamento de consumo responsável, fazendo-o de forma sustentável, para que nossos recursos não venham a se esgotar”.

As opiniões acima afirmam que a Sustentabilidade não deve ser reducionista, mas, fazer-se presente em todos os territórios da realidade nas mais diversas esferas sociais (Boff, 2015). Ela deve ser percebida como uma maneira de ser e viver, devendo estar alinhada às práticas da humanidade e da educação.

Diante da gravidade dos problemas socioambientais enfrentados pela sociedade, dada a exploração ilimitada dos recursos naturais, a categoria Sustentabilidade tornou-se alvo de debates e estudos, dada sua finalidade e importância.

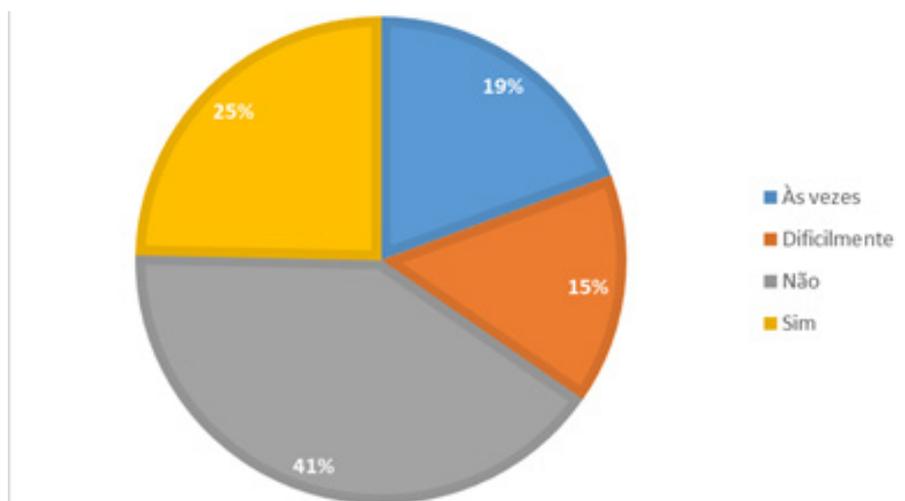
Sustentabilidade é toda ação destinada a manter as condições energéticas, informacionais, físico-químicas que sustentam todos os seres, especialmente a Terra viva, a comunidade de vida, a sociedade e a vida humana, visando sua continuidade e ainda atender as necessidades da geração presente e das futuras, de tal forma que os bens e serviços naturais sejam mantidos e enriquecidos em sua capacidade de regeneração, reprodução e coevolução (Boff, 2015, p. 116).

Dessa maneira, a reflexão em torno da problemática ambiental, aponta para a urgência de mudança comportamental do ser humano, pois a Terra é incapaz de suportar seus altos níveis de consumo, dada a finitude dos recursos naturais “[...]um planeta finito não suporta um projeto finito”. (Boff, 2015, p. 44). Logo, se a crise ambiental é reflexo das ações humanas, estas ações devem modificar-se.

A transformação da realidade vigente requer um esforço coletivo e não é uma tarefa simples. Uma realidade só poderá ser modificada quando o ser humano perceber a necessidade de mudança, engajando-se num processo de conscientização (Freire, 1980). Este, por sua vez, está diretamente relacionado à educação, uma das principais ferramentas de transformação social. No ambiente acadêmico, portanto, é crucial que sejam abordadas e discutidas temáticas ambientais.

Em seguida, indagou-se os estudantes sobre a abordagem da temática Sustentabilidade na graduação. O gráfico abaixo ilustra tais constatações.

Gráfico 4 -A temática Sustentabilidade é /ou foi abordada na graduação?



Fonte: Autores, 2023.

De acordo com o gráfico, 41% afirmaram que o tema não foi abordado durante a graduação, 25% sim, 19% às vezes e, por fim, 15% apontaram que dificilmente. Estes resultados expõem o fato de que pouco tem se falado a respeito das pautas ambientais nas atividades de ensino, pesquisa e extensão. Tal situação pode estar relacionada com algumas respostas apresentadas pelos discentes ao serem questionados sobre seu entendimento acerca da Sustentabilidade. Ao apontarem, por exemplo, seu entendimento sobre a categoria de forma extremamente sucinta ou rasa, como nos seguintes exemplos: “Regular”; “Mediano”; “Suficiente”. Percebe-se que, mesmo para uma questão aberta, poucas e vagas palavras foram suficientes para explicar a categoria, entretanto, na lógica destes estudantes, é claro.

Em outra resposta, por exemplo, sobre o conhecimento acerca da Sustentabilidade, um discente afirmou: “Pouco conhecimento. Geralmente aquilo que se aprende na escola, que nos ensinam que Sustentabilidade é a preservação da natureza, não poluir rios”. Logo, nesta fala evidencia-se que pouco se tem falado nos ambientes acadêmicos a respeito da Sustentabilidade, e quando esta abordagem acontece, talvez esteja limitada a uma abordagem conteudista, sem reforçar a complexidade social e política em torno desta problemática. Ainda que o ambiente escolar não seja o único lugar onde se obtém conhecimento, este pode ser um dos principais responsáveis quanto à proposição de reflexões críticas, como é o caso da Sustentabilidade e temáticas correlacionadas.

Afinal, “[...]a Sustentabilidade está emergindo como uma das metas mais importantes a serem alcançadas globalmente, a educação representa o melhor caminho para obter uma mudança na sociedade” (Silva *et al.*, 2013, p.159). É necessário, portanto, que este debate seja inserido com mais frequência nos ambientes acadêmicos, de maneira ampla e continuada, conforme evidenciado por discente: “É importante porque consumindo os nossos recursos de forma sustentável, eles terão uma durabilidade maior. Para que isso aconteça é importante que essa temática seja abordada em sala de aula, a fim de que tenhamos cidadãos mais conscientes”.

Quando questionados sobre a importância da Sustentabilidade, observa-se que, para uma parcela significativa de 96% dos estudantes a Sustentabilidade é importante, 3% demonstraram-se indiferentes e, 1% não a considera importante. Este resultado corrobora com as opiniões de muitos discentes sobre Sustentabilidade, quando indicaram seu caráter de relevância, tanto que “importante” foi uma das categorias de palavras mais citadas nas respostas analisadas.

Ao serem indagados a respeito dos motivos pelos quais consideram a Sustentabilidade importante, os estudantes apontaram os benefícios oferecidos ao meio ambiente, como melhoria da qualidade de vida, equilíbrio, prolongamento dos recursos, diminuição da poluição, preservação dos animais, redução do consumismo, redução dos impactos ambientais, etc. No quadro abaixo, pode-se observar algumas das opiniões apresentadas pelos discentes.

Quadro 2 – Opiniões dos discentes sobre os motivos pelos quais consideram a Sustentabilidade importante

| Discente | Opinião |
|----------|--|
| A | “A Sustentabilidade é importante para a preservação do meio ambiente”. |
| B | “Para a melhora da qualidade do ambiente e da vida e saúde de pessoas e animais”. |
| C | “Pelo fato de haver a necessidade de utilização dos recursos de forma consciente e trazer um ciclo renovável dentro da sociedade, abrangendo as diversas temáticas sociais”. |
| D | “Porque é uma maneira de diminuir os impactos da ação humana na natureza”. |
| E | “Para que os recursos naturais venham ser usados racionalmente e preservados para as futuras gerações”. |
| F | “Sustentabilidade é muito importante para preservação das nossas florestas e o nosso planeta”. |
| G | “Pela educação na vivência da sociedade, influenciando o consumo sustentável e evitando possíveis problemas futuros relacionados ao meio ambiente”. |
| H | “Porque eu acredito que ela é um caminho viável para a vida na terra ainda existir daqui a algumas décadas”. |

| | |
|---|--|
| I | “Para conscientização e para educar as pessoas sobre a importância dos cuidados e atenção, sobre os resultados futuros causados pelo excesso de consumo dos produtos que geram grande impacto na sociedade”. |
| J | “Por buscar conciliar o consumo de recursos do meio ambiente e sua proteção, evitando assim a escassez de recursos essenciais”. |

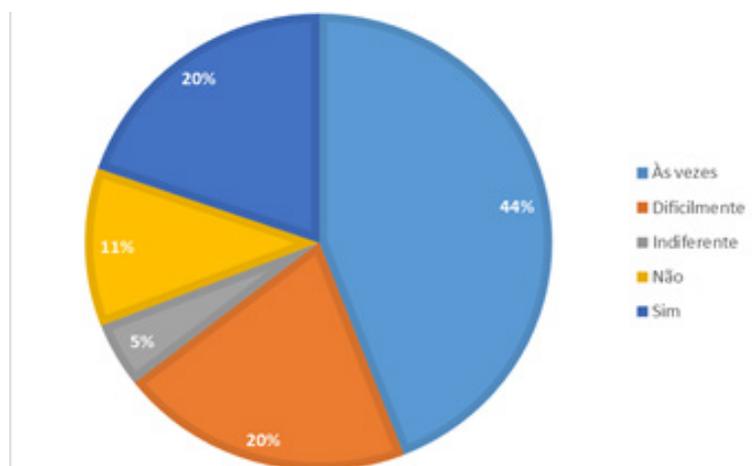
Fonte: Autores, 2023.

Portanto, identifica-se no recorte de algumas respostas apresentadas pelos discentes a existência da compreensão e relevância da Sustentabilidade, pela sua busca de equilíbrio entre consumo e preservação, pelo seu papel na conscientização, por visar a redução dos danos ambientais. As categorias de palavras mais observadas nas afirmativas dos alunos a este respeito foram: cuidado; conscientização; preservação; equilíbrio; educação; harmonia; futuro; saúde; meio ambiente; futuras gerações. Essas opiniões e expressões estão em conformidade com Corral-Verdugo em sua definição de Sustentabilidade:

Um conjunto de ações efetivas, deliberadas e antecipadas que resultam na preservação dos recursos naturais, incluindo a integridade das espécies animais e vegetais e o bem-estar individual e social das gerações humanas atuais e futuras (Corral-Verdugo, 2004, p.10).

Ao serem questionados sobre a compra de produtos e/ou serviços categorizados como sustentáveis, 77% dos discentes já compraram produtos ou serviços categorizados como sustentáveis, 14% não, enquanto 9% são indiferentes. Quanto à questão de levarem a Sustentabilidade em consideração na decisão de compra, obteve-se os respectivos resultados:

Gráfico 5 - Você costuma levar em consideração a Sustentabilidade na sua decisão de compra?



Fonte: Autores, 2023.

Conforme os percentuais expressos no gráfico, 44% dos estudantes às vezes consideram a Sustentabilidade em sua decisão de compra, 20% sim, 20% dificilmente, 11% não e 5% demonstram-se indiferentes. Sabe-se que a decisão de consumo é influenciada por diversos fatores, pessoais, sociais, psicológicos, dentre estes fatores, encontram-se as crenças e atitudes.

Hoje, munidos de um conceito mais amplo tanto para consumo, como também para consumidor, assistimos a um debate um tanto quanto mais elaborado acerca das categorias. Segundo Samara e Morsch (2005, p. 3), por exemplo:

O comportamento do consumidor se caracteriza como processo: um conjunto de estágios que envolve a seleção, a compra, o uso ou a disposição de produtos, ideias ou experiências para satisfazer as necessidades e desejos. É esse processo é contínuo, não se limitando apenas ao momento da compra, quando a troca se efetiva. Embora a troca (uma transação em que duas ou mais entidades dão e recebem algo de valor) seja a essência do marketing, o entendimento mais amplo compreende todo o processo de consumo, o que inclui os aspectos que influenciam o consumidor, antes, durante e depois da compra.

Por sua vez, no que remete ao consumo “[...]o consumir reflete as práticas individuais, nas quais cada um possui a condição de escolha sobre suas ações” Silva (2012, p. 223). Portanto, “[...]o comportamento do consumidor na verdade é um processo contínuo e não se restringe ao que ocorre no instante em que o consumidor entrega o dinheiro ou apresenta seu cartão de crédito e recebe em troca uma mercadoria ou serviço” (Solomon, 2016, p.7).

Ao se tratar das ações do ser humano com e em relação ao meio ambiente, fala-se em crenças e atitudes ambientais. As primeiras referem-se a maneira como os indivíduos percebem o ambiente social e natural, a partir de aspectos culturais, sociais e experiências pessoais, enquanto que as segundas correspondem às predisposições, opiniões ou intenções positivas em relação ao ambiente (Pato; Higuchi, 2018).

Diante disso, pode-se constatar que, mesmo que 96% dos discentes achem a Sustentabilidade importante, mesmo que 77% tenham comprado produtos categorizados como sustentáveis, ainda assim, apenas 20% consideram a Sustentabilidade na decisão de compra, ou seja, ao consumirem. Esta realidade pode estar relacionada a uma contradição entre crenças e atitudes, já que, embora apresentem crenças ambientais de que a Sustentabilidade é importante, bem como julguem que cuidar do meio ambiente é essencial, ainda assim, não reconhecem isto no momento da compra.

Diante de tal realidade, cabe destacar que esta dinâmica de apenas 20% considerarem a Sustentabilidade ao comprar, talvez esteja relacionada ao contexto econômico dos estudantes, visto que, 48% deles vivem com até um salário-mínimo, caracterizando, dessa forma, o contexto da pesquisa como propício ao fenômeno da vulnerabilidade social, o que pode justificar o fato do “consumo sustentável” ser relativamente baixo, visto que, os aspectos socioeconômicos impactam diretamente o consumo dos indivíduos (Kotler; Keller, 2018).

Infere-se, nesse sentido, que a maioria dos discentes não possuem uma atitude ambiental congruente, ecologicamente correta e voltada à Sustentabilidade. A crença ambiental-Sustentabilidade é importante pois deságua, mesmo que de forma contraditória, em atitudes de utilização, ou seja, em consonância ao Paradigma Social Dominante (PSD)² de que o meio ambiente existe para ser explorado e não preservado (Milfont; Duckitt, 2010).

Acerca das opiniões sobre o que caracteriza um produto ou serviço como sustentável, parte dos discentes demonstraram um claro entendimento. Um deles pontuou “os produtos sustentáveis são os que agriem menos o ambiente”. Nesta mesma linha de pensamento, outra resposta destacou que “é o produto ou serviço criado de forma a causar o mínimo impacto negativo possível ao meio ambiente”. No quadro abaixo, seguem mais relatos dos estudantes.

2 Numa outra lógica e perspectiva, há o Novo Paradigma Ambiental – NPA – que parte do pressuposto de valorização de toda e qualquer espécie de vida (Milfont; Duckitt, 2010).

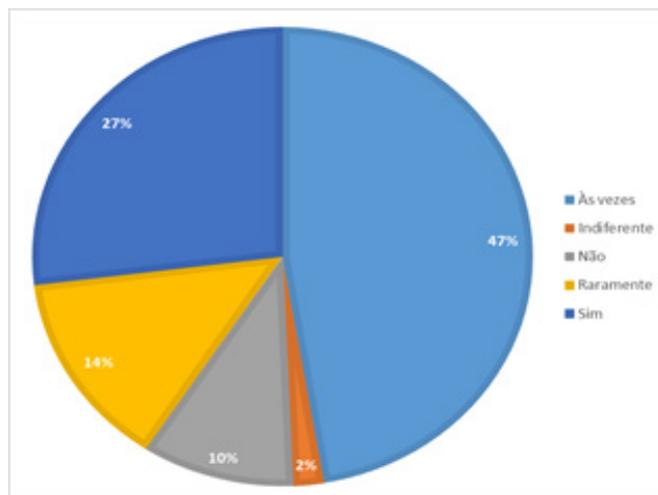
Quadro 3– Opiniões sobre produto e/ou serviço sustentável

| Discente | Opinião |
|----------|--|
| A | “Se a forma como é produzido respeita o meio ambiente”. |
| B | “Colabora para melhorar o meio ambiente e o mundo”. |
| C | “Quando seus fabricantes utilizam meios de produzir com interferências mínimas ao meio ambiente”. |
| D | “Um produto ou serviço sustentável é quando eles se preocupam com o desempenho ambiental, ao longo do processo de vida desses produtos ou serviços, ou seja, tem uma preocupação com os impactos desses produtos no meio ambiente”. |
| E | “O melhor desempenho ambiental, qualidade”. |
| F | “Ser um produto que tenha o menor impacto ambiental possível, levando em consideração o seu destino após ser descartado. Ser um produto que pode ser reutilizado de alguma forma”. |
| G | “É aquele que preza o cuidado com a natureza, ou seja, a empresa que mede o impacto que seu produto irá ter no meio ambiente, seja desde a embalagem até as campanhas de marketing. Além de que tenham reais projetos sustentáveis que tenham sido aplicados na própria empresa e que não seja apenas uma política de “ não usar copos descartáveis” sem ter nenhum projeto de reflorestamento ou ações em que os funcionários continuam para natureza”. |
| H | “A longevidade do produto mantendo sua qualidade e que apresenta melhor desempenho ambiental”. |

Fonte: Autores, 2023.

De acordo com os relatos apresentados no quadro, verifica-se que os estudantes possuem percepções coerentes acerca das características dos produtos ou serviços sustentáveis. Afinal, “o produto sustentável é aquele que apresenta o melhor desempenho ambiental ao longo de seu ciclo de vida, com função, qualidade e nível de satisfação igual, ou melhor, se comparado com um produto-padrão” (Sebrae, 2022). Entre as palavras mais frequentes nas respostas apresentadas pelos discentes, pode-se citar: matéria-prima; qualidade; reaproveitado; consumo; destino; equilíbrio; colabora e reutilização.

Em relação à questão: Ao adquirir determinado produto ou serviço, você leva em consideração a responsabilidade socioambiental (compromisso com meio ambiente e sociedade) da organização? Obteve-se os seguintes resultados:

Gráfico 6 – Responsabilidade socioambiental

Fonte: Autores, 2023.

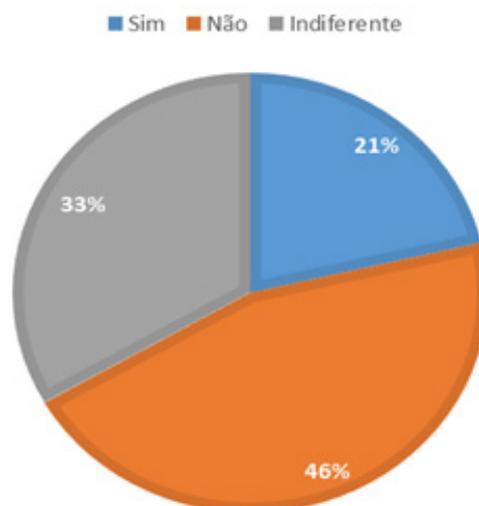
Nota-se que 47% consideram às vezes a responsabilidade socioambiental das organizações, 27% sim, 14% raramente, 10% não e 2% é indiferente. Assim, estes dados demonstram que 47% dos discentes, de alguma forma ou em algum momento de suas vidas, alinham-se à ideia de que é essencial que as organizações desenvolvam políticas de responsabilidade socioambiental. Espera-se, desse modo, que os consumidores acompanhem ou exijam, por parte das entidades jurídicas, ações que reflitam o cuidado com o meio ambiente e a sociedade.

Essa dinâmica, apontada acima, é importante, pois, além de refletir sobre a consciência ambiental, demonstra para as organizações que o consumidor está atento se elas atuam ou não, em conformidade com as pautas socioambientais. No entanto, o gráfico aponta, igualmente, que somente 27% dos discentes demonstram esta preocupação, pois, a maioria, 47%, apenas considera às vezes. Esta constatação é preocupante, dada a importância desta pauta em diferentes contextos, aqui, particularmente consumo e responsabilidade socioambiental:

A Responsabilidade Socioambiental consiste em tornar a empresa corresponsável pelo desenvolvimento social e ambiental por meio do atendimento das necessidades de diversos atores sociais, incorporando a ética aos seus valores organizacionais, fazendo com que todas as decisões levem em conta não apenas os lucros, mas também questões ambientais, sociais, legais, relacionais e éticas (Gurgel; Almeida, 2018, p. 213).

Quando questionados se deixam de comprar determinado produto ou serviço, caso a organização não atue em conformidade com a Sustentabilidade, os discentes responderam em conformidade ao ilustrado abaixo:

Gráfico 7 - Você deixa de comprar determinado produto ou serviço, caso a organização não atue em conformidade com a Sustentabilidade?



Fonte: Autores, 2023.

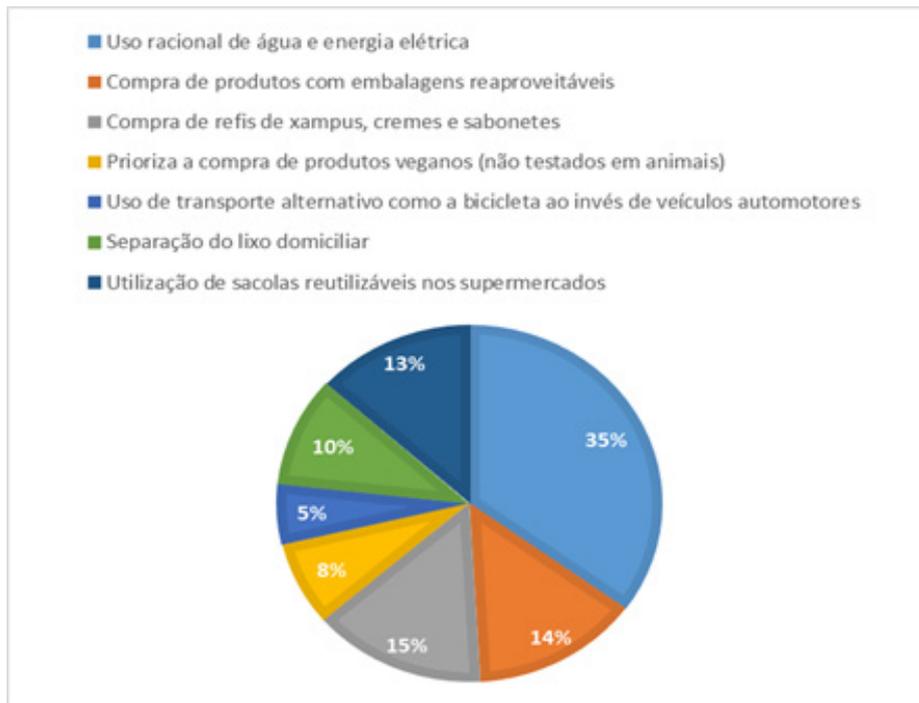
A maioria, ou seja, 46% afirmaram que não deixam de comprar, caso a empresa não atue em conformidade com a Sustentabilidade, 33% são indiferentes e, apenas 21% sim. Os dados evidenciam que, mesmo que grande parte dos respondentes tenham apontado a importância da Sustentabilidade, a maioria não deixa de comprar um produto caso ele não seja sustentável, bem como, não levam em consideração o fato de a organização atuar ou não de forma sustentável.

Esses dados representam um reflexo negativo no comportamento de consumo, ou seja, não se reconhece, de fato, a categoria de análise como importante, visto que o ato de consumir continua operando em consonância ao Paradigma Social Dominante. Portanto, denota-se que a educação emancipadora não aconteceu, a conscientização de fato, não foi atingida no ambiente acadêmico, pois, sabe-se, tem-se, em certo sentido, o conteúdo/informação, entretanto, a ação, a atitude, não se transforma. Precisa-se verificar onde opera a fissura, onde falhamos enquanto sociedade e instituição educadora, já que não se está alcançando esses processos ou eles estão sendo abordados de maneira conteudista, pois os indivíduos não estão construindo atitudes ambientais de que a sustentabilidade é premente necessária.

Deste modo, a educação deve ser pensada de uma forma transformadora, buscando aproximar genuinamente os discentes do meio ambiente, intensificando-se a relação de ligação afetiva entre eles, pois esta ideia de senso de lugar, presente no conceito de topofilia, pode ser uma alternativa para que envolvidos desta conexão, estes estudantes desponham comportamentos pró-ambientais e demais comportamentos focando prioritariamente na preservação ambiental.

Da mesma forma, permitiu-se aos discentes, listarem as atitudes sustentáveis praticadas por eles diariamente. Os resultados, estão expressos na representação gráfica abaixo:

Gráfico 8- Atitudes sustentáveis praticadas



Fonte: Autores, 2023.

As atitudes que lideram como aquelas mais praticadas pelo discentes no cotidiano são o uso racional de água e energia elétrica (35%), compra de produtos com embalagens reaproveitáveis (14%), compra de refis de xampus, cremes e sabonetes (15%). Em contraposição, as menos praticadas são compra de produtos veganos (não testados em animais) com 8% e uso de transporte alternativo como a bicicleta, ao invés de veículos automotores (5%). Os estudantes ainda citaram em suas respostas discursivas, o descarte correto dos materiais e o emprego dos três R's (Reduzir, Reciclar e Reutilizar). Constatou-se que a atitude sustentável mais praticada pelos discentes é o uso racional de água e energia elétrica, denotando que este resultado pode estar relacionado a questão socioeconômica, haja vista que o público-alvo desta pesquisa, ou seja, 48% destes estudantes possuem uma renda de até um salário mínimo. Logo, a redução do consumo de água e energia elétrica também é uma maneira de reduzir o valor pago com essas despesas.

A prática de atitudes simples, entretanto conscientes, são importantes para aproximar-se, ainda que paulatinamente, do ideal de uma sociedade sustentável. Sendo assim, “[...]se dermos centralidade à aliança do cuidado, seguramente chegaremos a um estágio de sustentabilidade geral que nos propiciará desafogo, alegria de viver e esperança de mais história de construir rumo a um futuro promissor” (Boff, 2015, p.15).

Por outro lado, embora as atitudes individuais sejam importantes, elas não possuem o poder de salvar o planeta, visto que, o problema central encontra-se no capitalismo e nas organizações responsáveis pela exploração da maior parcela dos recursos naturais e, conseqüentemente, maiores causadores dos problemas ambientais vigentes, conforme é anunciado no documentário intitulado *Forget Short Showers*, (Brown, 2015), já citado anteriormente.

Sendo assim, é importante a ciência de que as organizações, assim como o próprio sistema capitalista, além de criados, são sustentadas pelas pessoas e que estas possuem a capacidade de gerarem transformações no mundo. Nos ambientes acadêmicos, por exemplo, encontram-se

discentes que serão futuros gestores, futuros líderes de grandes organizações, de modo que, se forem educados para protegerem o meio ambiente, poderão fazer a diferença futuramente e, quem sabe, reconstruir novas estruturas intelectuais, físicas, econômicas e sociais mais justas e sustentáveis.

Finalmente, perguntou-se aos discentes se eles se consideravam consumidores conscientes, observou-se que 59% dos estudantes se consideram consumidores conscientes, 27% não se consideram consumidores conscientes e 14% declarou ser indiferente ao questionamento. Entretanto, apesar da maioria dos discentes afirmarem ser consumidores conscientes, ao longo dos questionamentos anteriores, encontrou-se resultados que contrariam as definições de consumo consciente.

Considerações finais

Observou-se, através desta investigação, que os discentes de nível superior da respectiva instituição de ensino, em maioria, apresentam percepções claras a respeito da Sustentabilidade e pautas ambientais diversas. Somando-se a isso, associaram a categoria às ações de preservação, cuidado, uso racional dos recursos naturais e apontaram a relevância do consumo consciente, por parte da sociedade.

No entanto, apesar de suas percepções demonstrarem-se positivas, identificou-se que o reflexo em seus comportamentos de consumo não é tão profícuo e alinhado ao Novo Paradigma Ambiental (NPA), pois, apesar da maioria destes se considerarem consumidores conscientes, encontram-se contradições em questionamentos feitos a respeito de suas práticas de consumo. É válido ressaltar que os discentes percebem a importância e a possibilidade de aplicar a Sustentabilidade em suas formações acadêmicas, mas, apontam para a carência de consciência social e maior engajamento nas lutas ambientais.

Conclui-se, portanto, que ainda há um longo caminho a ser percorrido para que se avance na construção de uma sociedade mais equiparada à Sustentabilidade. Neste contexto, a educação é a principal chave para o alcance desses fins, no entanto, é necessário que cada um dos indivíduos possua atitudes de reconhecimento desta importância, e assim, possa estabelecer novos padrões de consumo, com maior consciência ambiental. Deste modo, recomenda-se a elaboração de mais pesquisas em torno desta temática, visando tanto à propagação do conhecimento, quanto ao fomento de atitudes e comportamentos alinhados à preservação ambiental.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. / Laurence Bardin; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo, SP: 70, 2011.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 466**, de 12 de dezembro de 2012. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>. Acesso em: 08 de mar.2022.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é: o que não é**. 4.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

CORRAL-VERDUGO, Victor. **Psicologia de la Sustentabilidad**: un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales. México: Trillas, 2010.

FREIRE, Paulo. **Conscientização – Teoria e prática da libertação**: uma introdução ao pensamento de Paulo Freire. São Paulo, SP: Moraes, 1980.

FORGET Shorter Showers. Direção: Jordan Brown. Austrália: **Youtube**, 2015. Disponível em: <https://youtu.be/eHb4CZlAfGQ>. Acesso em 6 de jan. 2023.

GURGEL, Fernanda Fernandes; ALMEIDA, Victor Hugo de. **Responsabilidade socioambiental**. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleici A. (Orgs.). *Psicologia Ambiental: conceitos para a leitura da relação pessoa-ambiente*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. p. 204-214.

GURGEL, Fernanda Fernandes; ALMEIDA, Victor Hugo de. **Sustentabilidade**. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleici A. (Orgs.). *Psicologia Ambiental: conceitos para a leitura da relação pessoa-ambiente*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. p. 217-224.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama dos municípios**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/santa-ines/panorama>. Acesso em: 08 de mar. 2022.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO. **Site do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão**, 2015. Disponível em: <https://portal.ifma.edu.br/quem-somos/>. Acesso em: 08 de mar. 2022.

KOTLER, Philip; KELLER, Philip. **Administração de marketing**. tradução Sonia Midori Yamamoto; revisão técnica Iná Futino Barreto, Edson Crescitelli; coordenação de casos Iná Futino Barreto. 15. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, 2018.

MILFONT, T. L.; DUCKITT, J. **The environmental attitudes inventory**: a valid and reliable measure to assess the structure of environmental attitudes. *Journal of Environmental Psychology*. [S.I.], 2010. p. 80-94.

PATO, Claudia Maria Lira; HIGUCHI, Maria Inês Gasparetto. **Crenças e atitudes ambientais**. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleici A. (Orgs.). *Psicologia Ambiental: conceitos para a leitura da relação pessoa-ambiente*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. p. 36-44.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Hernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. – Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marcos Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SEBRAE. **O que é um produto sustentável**. Brasília: Sebrae 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-um-produto-sustentavel,5775438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD#:~:text=O%20>

produto%20sustent%C3%A1vel%20%C3%A9%20aquele,comparado%20com%20um%20 produto%20Dpadr%C3%A3o. Acesso em: 07 de nov.2022.

SILVA, M. E. .Consumo **sustentável**: a articulação de um construto sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. Revista Eletrônica de Ciência, v. 11, n. 2, Campo Largo: PR, 2012, p. 217-232.

SILVA, Minelle Eneas da Silva; CZYKIEL, Renata; FIGUEIRÓ, Paola Schmitt; SANTOS, Wagner Soares dos; GALVÃO, Ulysses Paiola. **Um espelho, um reflexo!** A educação para a Sustentabilidade como subsídio para uma tomada de decisão consciente do Administrador. Revista de Administração Mackenzie, v. 14, n. 3, São Paulo, SP: 2013, p.154-172.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. Tradução: Beth Honorato. 11. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2016.