

CONSUMO CONSCIENTE DE PRODUTOS E DE RECURSOS NATURAIS POR ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

*Lucas Dutra Zani da Silva Souza¹, Bruna Galuch Pontillo Matos², Ariana Ferrari³, Daniele
Fernanda Felipe⁴*

¹Mestrando em Tecnologias Limpas, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. Programa Voluntário de Iniciação Científica (PVIC/Unicesumar). zanidutrass@gmail.com

²Acadêmica do Curso de Farmácia, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. Programa Voluntário de Iniciação Científica (PVIC/Unicesumar). bru_pontillo12@hotmail.com

³Co-orientadora, Doutora, Mestrado em Tecnologias Limpas, UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. ariana.ferrari@unicesumar.edu.br

⁴Orientadora, Doutora, Mestrado em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. daniele.felipe@unicesumar.edu.br

RESUMO

Atualmente, é crescente a busca por um desenvolvimento sustentável, sendo uma das formas o consumo consciente, no qual há um importante fator que é a consciência das pessoas ao realizarem suas compras, analisando os impactos de seus atos no ambiente como um todo, ajudando na preservação ambiental. Assim, esse projeto tem como objetivo avaliar o consumo consciente de estudantes universitários quanto aos produtos e recursos naturais. Primeiramente, o projeto será encaminhado ao Comitê de Ética em Pesquisa da Unicesumar para aprovação. A coleta dos dados será realizada com 80 estudantes universitários de uma instituição de ensino superior de Maringá-PR, por meio da aplicação de um questionário eletrônico. O questionário apresentará 27 questões objetivas, sendo 3 questões relacionadas ao perfil sócio-demográfico dos indivíduos (gênero, idade e renda familiar), e 24 questões relacionadas às práticas sustentáveis, mensuradas por escala likert de cinco pontos, que varia de discordo totalmente (1), discordo (2), nem concordo, nem discordo (3), concordo (4), concordo totalmente (5). As 24 questões serão divididas em 6 dimensões do consumo consciente: reciclagem, produto, alimentação, hábitos, intenção de compra e energia elétrica. Após a aplicação do questionário, os dados serão tabulados em planilhas e expressos em estatísticas descritivas simples, utilizando-se tabelas de frequência, gráficos, através de médias e percentuais. Na verificação da associação entre as variáveis utilizará o teste Qui-quadrado de Person, empregando o Programa estatístico Sisvar. Espera-se que os participantes da pesquisa estejam realizando práticas sustentáveis, mostrando que apresentam uma consciência ecologicamente correta.

PALAVRAS-CHAVE: Comportamento ecorresponsável; Consumidor verde; Sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

O aumento da importância das questões socioambientais é capaz de inferir no processo de criação e aumento do número de produtos que sejam ecológicos, ou que, exigem uma fabricação mais respeitosa ao meio ambiente. A sociedade e suas concepções impactam o mercado, seja na produção, no produto veiculado, no marketing que será utilizado para determinada campanha, como consumidores finais, são o público alvo dos produtos, ao mesmo tempo em que são ditadores das “regras” de produção e fabricação dos produtos (GOMES; MARQUES, 2020).

Em um mundo com recursos naturais cada vez mais escassos torna-se importantíssimo compreender o que seja Desenvolvimento Sustentável, o qual é uma proposta que visa minimizar os problemas econômicos, sociais e sobretudo, ambientais. Sabe-se que o modelo de vida atual, produção e consumo adotados, é poluidor, esgotador dos recursos naturais e, muitas vezes, causa impactos ambientais não-desejáveis levando à degradação do meio ambiente (OLIVEIRA ROSA, 2019).

Para uma empresa ser considerada sustentável, é necessário que atenda às suas necessidades do presente, sem comprometer os recursos que garantirão o desenvolvimento e o bem-estar das gerações futuras (DOMINGUES; MIRANDA, 2020). Desta forma, faz-se necessário a utilização de novos métodos de produção, que sejam ecologicamente corretos e que tragam os menores impactos ambientais possíveis para o meio ambiente e para a sociedade (GOMES; MARQUES, 2020).

Por outro lado, levando em consideração os consumidores, o consumismo em excesso desencadeou diversos problemas ambientais, de dimensão perigosa tendo em vista a mudança no perfil do lixo produzido diariamente. Com o avanço da tecnologia, materiais como plásticos, isopores, pilhas, baterias de celular e lâmpadas são presença cada vez mais constante na coleta de lixo, de difícil decomposição e absorção pela natureza e grandes causadores de poluição urbana (COSTA DE LIMA; DE OURO MAMED, 2018).

Em um mundo com recursos naturais limitados, que sofre diariamente com a degradação descontrolada praticada pelo ser humano, a preocupação com o meio ambiente é um assunto que ganha mais destaque a cada dia. Com isso, surgem tipos alternativos de consumo, que visam uma menor agressão ao meio ambiente e a consequente preservação dos recursos nele existentes, como o consumo consciente (PELOSO *et al.*, 2015).

Um dos objetivos de desenvolvimento sustentável é a ODS 12, descrita como produção e consumo conscientes, que visa assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis, promover o alcance de uma gestão sustentável mediante o uso eficiente dos recursos naturais; propõe a redução do desperdício de alimentos a nível mundial e nacional; visa o manuseamento ambientalmente saudável de produtos químicos e resíduos por meio da prevenção, redução e reuso mediante práticas de compras públicas e privadas sustentáveis; e assegurar que todos os povos, de todas regiões, tenham acesso adequado a informação sobre a importância da consciencialização sobre o desenvolvimento sustentável e o modelo de vida harmônico com a natureza (ONU, 2015).

Estudos tem defendido que as questões ambientais dependem em grande parte das atitudes adotadas pelos consumidores, que integram questões e preocupações ambientais na tomada de decisões, pois o comportamento do consumidor gera impactos ambientais negativos significativos (KUMAR; POLONSKY, 2017). Desse modo, surgiram os consumidores verdes, os quais consideram que não apenas o produto ecológico é importante, mas também a conduta social e ambiental da empresa que o oferece (ALVES; JACOVINE; NARDELLI, 2011).

Considerando que é crescente a preocupação com o impacto ambiental que determinadas atitudes podem provocar, a presente pesquisa mostra-se importante uma vez que tem como objetivo avaliar o consumo consciente de estudantes universitários quanto aos produtos e recursos naturais

2 MATERIAS E METÓDOS

Primeiramente, o projeto será encaminhado ao Comitê de Ética em Pesquisa da Unicesumar para aprovação. Trata-se de um estudo com caráter transversal e quantitativo, que será realizado inicialmente com 80 estudantes universitários de uma instituição de ensino superior, localizada no município de Maringá-PR. Serão utilizados os seguintes critérios de inclusão: indivíduos de ambos os sexos, que estudam na determinada instituição de ensino superior, e que assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual será enviado para os participantes da pesquisa pelo mesmo link de acesso ao questionário. Serão excluídos da pesquisa os indivíduos que não aceitarem participar da pesquisa, indivíduos que pertençam a mesma família e indivíduos menores de 18 anos. Os estudantes serão abordados na instituição de ensino de forma aleatória, sendo que os que aceitarem participar da pesquisa, assinarão o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, autorizando a coleta dos dados.

A coleta dos dados será realizada por meio da aplicação de um questionário eletrônico, elaborado no *Google Forms*, no qual será gerado um link de acesso que será enviado para os participantes via e-mail ou whatsapp. O questionário será elaborado seguindo estudo de Zimmer *et al.*, (2019), com algumas adaptações. Apresentará 27

questões objetivas, sendo 3 questões relacionadas ao perfil sócio-demográfico dos indivíduos (gênero, idade e renda familiar), e 24 questões relacionadas às práticas sustentáveis, mensuradas por escala likert de cinco pontos, que varia de discordo totalmente (1), discordo (2), nem concordo, nem discordo (3), concordo (4), concordo totalmente (5). As 24 questões serão divididas em 6 dimensões do consumo consciente: reciclagem, produto, alimentação, hábitos, intenção de compra e energia elétrica.

Após a aplicação do questionário, os dados serão tabulados em planilhas do Microsoft Excel 2013 e expressos em estatísticas descritivas simples, utilizando-se tabelas de frequência, gráficos, através de médias e percentuais. Na verificação da associação entre as variáveis utilizará o teste Qui-quadrado de Person com o nível de significância de 95% de confiança (p-valor >0,05), empregando o Programa estatístico Sisvar.

Além disso, para cada prática sustentável citada no questionário, será realizada uma revisão acerca da importância da realização de tais práticas tanto para o meio ambiente como para saúde humana, a fim de conscientizar a população.

3 RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que os participantes da pesquisa estejam realizando práticas sustentáveis, mostrando que apresentam uma consciência ecologicamente correta. Além disso, espera-se com a presente pesquisa uma discussão mais ampla acerca do tema consumo consciente, o qual mostra-se muito importante pois é um dos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS), instituído pela ONU.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que práticas sustentáveis são essenciais para a preservação do meio ambiente, o presente estudo poderá contribuir com a educação ambiental dos estudantes universitários, os quais para se tornarem consumidores verdes, precisam ter conhecimento suficiente e consciência ambiental.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. R., JACOVINE, L. A. G., NARDELLI, A. M. B. **Empresas verdes: estratégia e vantagem competitiva**. Viçosa, MG: UFV, p.44-65, 2011.

COSTA DE LIMA, C.; DE OURO MAMED, D. Consumo consciente e meio ambiente: provocações necessárias. **Revista Percorso**, v. 2, n. 25, 2018.

OLIVEIRA ROSA, N. A responsabilidade socioambiental em empresas florestais: problematizações vigentes. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 4, n. 2, p. 28-50, 2019.

DOMINGUES, H.; VALENTIM, T. J.; DO CARMO MIRANDA, G. M. Responsabilidade socioambiental: o caso de uma indústria de cosméticos do interior de Minas Gerais, Brasil. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 7, p. e359973056-e359973056, 2020.

GOMES, M. F.; MARQUES, L. D. A força normativa dos objetivos de desenvolvimento sustentável 9 e 12 na responsabilidade socioambiental das empresas. **Cadernos de Direito Actual**, n. 14, p. 223-237, 2020.

KUMAR, P.; POLONSKY, M. J. An analysis of the green consumer domain within sustainability research: 1975 to 2014. **Australasian Marketing Journal (AMJ)**, v. 25, n. 2, p. 85-96, 2017.

ONU-ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Os objetivos de desenvolvimento sustentável: dos ODM aos ODS**, 2015.

PELOSO, A. C.; LIGABÔ, A. C. N.; SIQUEIRA, J. R. R. Do consumismo aos consumos verde, sustentável e consciente: novos padrões de consumo que visam a sustentabilidade do planeta. **ETIC-Encontro De Iniciação Científica-ISSN 21-76-8498**, v. 11, n. 11, 2015.

ZIMMER, P. *et al.* Consumo Consciente: O Nível de Consciência Ecológica dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino da Serra Gaúcha. **Desafio Online**, v. 7, n. 2, 2019.