

10 anos de publicações brasileiras sobre consumo sustentável

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

LIVIA BALTAZAR GUIMARAES ARY
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA - UNIFOR

MINELLE ENEAS DA SILVA
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA - UNIFOR

10 anos de publicações brasileiras sobre consumo sustentável

1. Introdução

Tem se tornado cada vez mais clara a preocupação de diferentes atores sociais com a busca por um consumo sustentável, principalmente porque as atuais taxas de consumo têm se apresentado muito acima do que a capacidade de carga do planeta. O consumo sustentável tem recebido destaque desde a elaboração da Agenda 21, quando um conjunto de resoluções, produzido pela Conferência Internacional Eco-92, realizada no Rio de Janeiro em 1992 foi apresentado. O assunto veio novamente à tona com a eleição do atual presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, uma vez que os ambientalistas têm se preocupado em avaliar os potenciais danos de suas decisões, bem como desenvolver estratégias para evitar o discurso anti-sustentabilidade (LIDEGAARD, 2017).

Como bastante disseminado, a preocupação ambiental impacta o modo de pensar e agir, influenciando as relações de consumo (TÓDERO; MACKE; BIASUZ, 2011). Todavia, quando se fala em sustentabilidade e consumo, deve-se pensar os outros elementos que compõem o *Triple Bottom Line* (ELKINGTON, 2001) no sentido de ampliar as preocupações com as questões econômicas e sociais no uso dos produtos. O estudo do consumo sustentável não se limita a um processo de compra ou mesmo sua simples efetivação. Como indicado por Silva (2012, p. 225), o consumo sustentável surge como "o padrão de consumo resultante da inter-relação de atores sociais, numa perspectiva de interação política." Assim, para que se possa falar neste tema é necessário observar outras visões que não apenas a do consumidor.

Portilho (2005) trouxe uma importante abordagem da questão ambiental relacionada ao consumo reconhecendo e apresentando novas propostas que cada vez mais enfatizam as ações coletivas e as mudanças políticas e institucionais (mais do que apenas as tecnológicas, econômicas e comportamentais); como a proposta de consumo sustentável. Em seu debate a autora, fala dessa necessidade de visão mais política preocupada com uma visão social. Com essas considerações, percebe-se que buscando conciliar virtudes da liberdade de mercado e diminuir a difusão do ato de consumir, a ideia de consumo sustentável surge como uma nova ética (EFING; GEROMINI, 2016).

Seguindo a perspectiva de Jackson (2007) quanto a necessidade de um consumo mais eficiente e alinhado a nova realidade social e o avanço no número de publicações sobre os diversos temas relacionados com a sustentabilidade, a presente pesquisa busca responder a seguinte questão: Como está sendo abordada a temática do consumo sustentável nos principais periódicos brasileiros? Para isto, a pesquisa examinou trabalhos publicados no período entre 2008 e 2017, esboçando o panorama do campo durante este período e buscando observar este como um tema atual e em franco crescimento no Brasil. Para tanto, uma foi realizada uma revisão sistemática das principais publicações no tema.

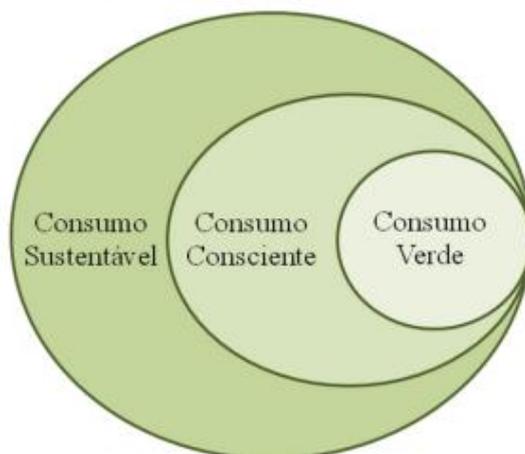
Diversas pesquisas vêm sendo realizadas para entender o tema sustentabilidade nas publicações brasileiras (cf. JUNQUEIRA; MAIOR; PINHEIRO, 2011; MACHADO JR.; SOUZA; RIBEIRO, 2012; SILVA; ALVES; VOLKMER, 2014), no entanto ainda são escassas aquelas que tem como foco o consumo sustentável. Buscando cobrir esta lacuna de pesquisa, esta pesquisa demonstra sua contribuição para a literatura. Como forma de melhor apresentar o que foi desenvolvido nesta pesquisa, o artigo apresenta três seções além desta introdutória. Na próxima seção será debatida as principais abordagens sobre o Consumo Sustentável, a seção três apresenta os procedimentos metodológicos, e em seguida estão os resultados e discussões. Finalmente, as conclusões ratificam as contribuições centrais desta pesquisa para o estudo da temática.

2. Consumo Sustentável

À medida que a questão ambiental se destaca nas agendas de discussão, bem como no repertório mercadológico, amplia-se a abrangência de questões relacionadas à necessidade não apenas de processos produtivos sustentáveis, mas também de um consumo sustentável. O estudo sobre consumo em relação à sustentabilidade sempre teve como ênfase o foco no meio ambiente. Assim, a questão do impacto ambiental de consumo surgiu primeiramente nas noções básicas de “consumo verde”, evoluindo posteriormente para uma definição mais ampla de “consumo sustentável” (SILVA, 2012). O consumo sustentável baseia-se na ideia de que o planeta não pode suportar os velhos padrões utilizados nas últimas décadas para a extração, produção, comercialização e descarte de bens (GAYER; DA SILVA, 2016). Com isso, entende-se a necessidade de mudança nos padrões de consumo, bem como na cultura do consumo propriamente dita, ao se pensar consumo sustentável como algo mais amplo.

O tema de sustentabilidade tem por meio das últimas conferências mundiais, como a Cop 21 (Paris, 2015), buscado a criação de acordos para orientar as futuras políticas e ações de mudança climática global. Apesar da Agenda 21 de 1992, já falar sobre o tema, sabe-se que ações mais efetivas ainda precisam ser realizadas. Desta forma, retoma-se a reflexão sobre o consumo sustentável levando em consideração os fatores econômicos, ambientais e sociais no seu momento de compra, consumo e descarte. Com base nesta retomada de noção sobre como lidar com consumo e sustentabilidade, torna-se clara entender que são diversas as nomenclaturas que cobrem o tema, bem como os entendimentos sobre tipologias de consumo. Para Silva (2011), o consumo sustentável (Figura 1) assume uma perspectiva macro e engloba, tanto o consumo consciente quanto o consumo verde. Seria uma espécie de hierarquia na contribuição de indivíduos para a sustentabilidade.

Figura 1: Tipologias de consumo



Fonte: Silva (2011, p.32)

Com esta noção, de acordo com Silva, Oliveira e Gómez (2014), o consumo sustentável ocupa o mais alto nível na hierarquização das práticas responsáveis de consumo. Promover o consumo sustentável é, portanto, um dos objetivos do desenvolvimento sustentável, que visa alcançar eficiência energética e de recursos, acesso a serviços básicos, desenvolver infraestruturas sustentáveis e melhorar a qualidade de vida para todos (DUBEY et al., 2016). Buscar entender como o tema vem sendo abordado com contexto nacional ao longo dos anos torna-se relevante no sentido de deixar claro os entendimentos e, se houver, as inconsistências relacionadas com o tema. Muitas vezes o uso da expressão é equivocado; com isso, na medida em que se busca esclarecer o uso dos conceitos e as contribuições sobre o tema, percebe-se a possibilidade de maiores avanços na literatura.

3. Procedimentos Metodológicos

Com o objetivo de identificar o perfil de publicações sobre consumo sustentável, esta pesquisa possui caráter qualitativo, já que se caracterizou pela busca e análise de artigos em relação ao conteúdo por este apresentado e não apenas uma identificação quantitativa. Com uma visão qualitativa, é possível buscar explicações em profundidade quanto aos significados dos resultados apresentados (CHIZZOTTI, 2008). Para tanto, o método utilizado na pesquisa foi a revisão sistemática da literatura, que ao contrário da revisão narrativa, é uma revisão planejada para responder a uma pergunta específica e que utiliza métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar dados desses estudos incluídos na revisão (CASTRO, 2006).

A revisão sistemática utilizada baseou-se por métodos sistemáticos por Clarke e Oxman (2001) dividida em três etapas: 1) planejamento de revisão; 2) realização da revisão e 3) Comunicação e divulgação. Com esta perspectiva, para o desenvolvimento da pesquisa foi iniciado o processo de planejamento. Para tanto, foram pesquisados os principais periódicos indexados na bases de dados *on-line* SPELL (*Scientific Periodicals Eletronic Library*), ao se utilizar a classificação do sistema CAPES (Qualis 2013-2016) para a área de Administração, Contabilidade e Turismo como parâmetro de seleção. Em uma pesquisa inicial um total de 70 artigos foram identificados. Realizando um filtro com foco na língua portuguesa identificou-se um total de 48 artigos. Por fim, um novo filtro realizado focou os periódicos com alto fator de impacto segundo o Qualis, ou seja, aqueles com classificação entre A1 e B1. Vale salientar que são poucos periódicos A1 brasileiros, o que gerou o foco em publicações A2 e B1.

Para a realização da pesquisa utilizou-se como palavra chave o termo "Consumo Sustentável". Como o foco está em entender o conceito em si, outras combinações não foram utilizadas. Buscou-se a presença dessa expressão no título e/ou palavras-chave. Como período para o levantamento das publicações, optou-se por delimitar o período de 2008-2017, a última década, de modo a abranger apenas os estudos mais recentes já realizados sobre o assunto durante neste período. Com todas essas delimitações, foram selecionados 22 artigos que atendem aos critérios citados anteriormente e conseguem de uma forma clara representar o que vem sendo publicado sobre o tema. Os limites definidos neste artigo consideram as características de outras pesquisas sistemáticas realizadas.

Após a seleção, os artigos selecionados foram catalogados, com o uso do software *Excel*, com a extração dos dados que buscava responder à resposta à questão da pesquisa. Para melhor apresentar os resultados, uma lista foi criada a partir de uma codificação realizada considerando a evolução temporal (Ver Apêndice). Nesta pesquisa, os dados foram analisados conforme as seguintes categorias: (1) quantidade de publicações; (2) autoria e vínculo dos autores; (3) objetivos das pesquisas; (4) tipologias de consumo; (5) método de investigação; e (6) resultados dos artigos, com ênfase nas limitações e proposições. Para tanto, foi realizada a análise do conteúdo dos artigos seguindo os critérios de Bardin (2009). Para garantir a confiabilidade dos resultados, a análise foi realizada de forma interativa entre os pesquisadores, no sentido de garantir o entendimento sobre o tema.

4. Apresentação dos Resultados

Após realizar a segunda etapa necessária ao desenvolvimento da revisão sistemática, ou seja, a revisão efetiva dos artigos, esta seção tem a finalidade de atender ao terceiro momento, qual seja: comunicar o que foi identificado. Como forma de apresentar os resultados, seguindo as categorias indicadas na seção anterior, o Quadro 1 apresenta o total de artigos publicados por ano e por periódico. Vale salientar que foi levado em consideração: a)

apenas publicações de periódicos ou revistas especializadas com critérios de avaliação Qualis A1 a B1 e b) optou-se por delimitar o período de 2008-2016.

Quadro 1 - Total da Amostra conforme palavra - chave pesquisada.

Revista	Qualis Capes	ANO										Total por revista
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Revista de Adm. da UFSM	B1	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	4
Revista de Gestão Social e Ambiental	B1	0	0	0	2	1	0	1	0	1	0	5
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	B1	0	0	0	2	1	1	0	0	0	1	5
Revista Brasileira de Marketing	B1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Revista de Adm. e Inovação	B1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Revista de Adm. Mackenzie	B1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Revista de Negócios	B1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Revista Organizações em Contexto	B1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Cadernos EBAPE.BR	A2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão	B1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Número total de publicações	-	0	0	0	7	4	3	2	3	2	1	22

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Como pode ser observado no quadro, o ano de 2011 assume destaque com o maior número de artigos publicados sobre a temática Consumo Sustentável. Com o passar dos anos a quantidade de artigos produzidos foi diminuindo atingindo apenas uma publicação no ano de 2017. Com estes dados, percebe-se que os trabalhos realizados em Consumo Sustentável na base pesquisada diminuíram, concentrando uma produção maior nos anos de 2011 e 2012. Tal aspecto é importante de ser relatado já que há uma evidência do crescimento da temática Consumo sustentável nas produções internacionais e que o presente estudo evidencia justamente o contrário nas publicações brasileiras.

A partir do quadro também pode-se concluir que as pesquisas realizadas em Consumo Sustentável estão mais presentes nas seguintes revistas de Administração e Gestão: Revista de Administração da UFSM - ReA, Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA) e Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM) que totalizam juntas 14 publicações. Também fica evidente que as publicações se concentram quase de maneira geral nos periódicos que apresentam qualificação B1 Qualis/Capes, com apenas uma publicação em revista com qualificação A2 Qualis/Capes, no cadernos EBAPE.BR. Tal aspecto pode ser explicado já que existe um maior número de revistas Qualis B1 e por menos revistas Qualis

A2 das áreas no Brasil. Mas também pode servir como incentivo para que as novas produções foquem mais no perfil de publicações com qualificação/Capes A2.

Fazendo uma análise por autoria, pode-se identificar a existência de poucos autores que apresentam mais de uma publicação sobre o tema durante o período analisado. São eles em ordem sequenciada: (1) Minelle Silva, atualmente vinculado à Universidade de Fortaleza (UNIFOR), com sete artigos publicados no período; (2) Carla Pasa Gómez, vinculada à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com cinco artigos publicados no período estudado; (3) Marialva Dreher, vinculada à Universidade Regional de Blumenau (FURB), com dois artigos publicados; (4) Giancarlo Gomes, vinculado à Universidade Regional de Blumenau (FURB), com dois artigos publicados; e (5) Patrícia Gorni, vinculado à UniSociesc, com dois artigos publicados. Os demais autores identificados (41 no total) estão vinculados à apenas um artigo publicado durante o período na temática.

4.1 Objetivos de pesquisa abordado nos artigos

A presente subseção busca demonstrar como os artigos selecionados têm abordado o tema sob uma perspectiva mais aplicada. Para tanto, como se verifica no Quadro 2, foram destacados os objetivos de cada pesquisa o que facilita no entendimento sobre como se dá a abordagem sobre consumo sustentável. Como se observa, em muitos momentos os artigos que mencionam o tema, estão focados em ênfases que não conseguem ser abordados pelo conceito central de consumo sustentável.

Quadro 2: Características quanto aos objetivos dos artigos selecionados

Código	Objetivo
1	Obter as respostas aos dilemas do consumo construídas por atores da sociedade civil, do Estado e do mercado e a possibilidade do consumo sustentável ser forma de solucionar os impactos do consumismo.
2	Analisar o comportamento, discurso e prática de universitários jovens relacionados ao consumo sustentável, pressupondo que população escolhida possui acesso aos conhecimentos que podem favorecer um comportamento mais adequado quanto ao consumo sustentável
3	Verificar os conceitos e práticas adotadas na produção e ao consumo sustentável no mercado agropecuário orgânico no Estado do Ceará.
4	Obter resultados de pesquisas sobre o valor atribuído por consumidores do Rio de Janeiro a variáveis com características ecológicas em 9 diferentes bens de consumo; Identificar as características desses produtos e consumidores estão mais relacionadas à percepção de valor Avaliar a coerência entre as atitudes dos respondentes no que concerne a esses produtos e as suas escolhas feitas durante as pesquisas;
5	Entender a forma que o consumo sustentável pode ser efetivado na base da pirâmide, considerando que existem as influências mútuas dos atores sociais nesse sentido.
6	Identificar o papel do governo junto ao consumo sustentável, compreendendo o envolvimento deste com outros atores em um determinado setor econômico.
7	Avaliar o comportamento de clientes de acordo com seu grau de consumo consciente praticado e sua percepção de responsabilidade social em uma cooperativa de serviços de saúde.
8	Analisar a diferença de gênero, em relação ao comportamento, discurso e prática, de universitários sobre o consumo sustentável
9	Objetiva discutir o compromisso político firmado por diferentes países no que diz respeito à temática ambiental, o evento gerou repercussões entre neutras e negativas nos meios de comunicação
10	Identificar o conceito inerente à ideia de consumo sustentável, considerando os indicativos do que a mesma poderia vir a ser e desenvolvimento sustentável no processo de discussão
11	Compreender como a inovação nas organizações pode auxiliar ao alcance do consumo sustentável, sendo consideradas as influências dos diversos atores sociais.

12	Buscar compreender como as problemáticas sócio-culturais e ambientais são (re)descritas segundo uma prática “consciente” no consumo de moda.
13	Através do modelo teórico de Michaelis (2003) apresentar categorias teóricas e analisar a contribuição de práticas empresariais responsáveis adotadas pelo Walmart Brasil em Recife (PE) para o consumo sustentável
14	Averiguar a ligação entre os fatores de preferência de uso, valor, benefícios e identidade, dentre outros centrais de marketing para produtos tecnológicos, dado o comportamento deste consumo com a inserção do atributo verde, e ainda relacionando a convergência por conta desta proposta de multifuncionalidade
15	Fazer um estudo comparativo das atitudes e o comportamento de consumo de alunos e professores da Universidade Federal de Campina Grande – PB, baseado na Escala de Consumo Sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011)
16	Analisar a influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina ambientalmente sustentável.
17	Identificar qual a relação entre o Walmart Brasil e a mídia local para a efetivação do consumo sustentável no varejo de supermercados em Recife (PE)
18	Articular, sob a ótica do consumo sustentável, um conjunto de indicadores de consumo consciente para a identificação do comportamento da população de Recife-PE.
19	Propor um redimensionamento das escalas de pesquisa sobre consumo sustentável, consciência ambiental e intenção de compra de produtos ecológicos, sob a ótica de universitários brasileiros.
20	Identificar os corpos teóricos dominantes, entendendo a relação existente entre estes e como está o panorama atual do Comércio Justo.
21	Objetiva analisar o comportamento de consumo sustentável dos acadêmicos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
22	Analisar a percepção dos consumidores acerca dos selos verdes de acordo com quão conhecidos esses selos são e segundo seu próprio perfil de consumo verde.

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

Como se observa no quadro, são diversas as abordagens dadas para o estudo de consumo sustentável. No entanto, em alguns momentos existem entendimentos equivocados sobre o tema, o que será debatido na seguir posterior. No que se refere ao foco desses artigos, foram identificadas três grandes linhas de estudos: (1) pesquisa com diferentes atores sociais (artigos 1, 5, 6, 11, 13, 17); (2) pesquisa sobre o comportamento de consumo individual (artigos 2, 8, 12, 15, 18, 19, 21); e (3) pesquisa sobre o comportamento do consumidor (artigos 4, 7, 14, 16, 22). Os dois últimos pontos apresentam possibilidades de sobreposição, mas decidiu-se separar ao se entender que quando se estuda comportamento do consumidor, por exemplo, traz-se toda uma literatura do Marketing. O que diferencia de comportamento individual, quando se estuda por exemplo questões de gênero (artigo 8).

Os demais artigos (3, 9, 10, 20) não demonstram uma relação direta com o tema, no sentido de padronização em grupos. Com esta visão, percebe-se uma tendência para os pesquisadores da área em utilizar o indivíduo como central no estudo do consumos sustentável. Apesar disso, considerando a literatura sobre o tema, muitas vezes pode haver mau entendimento sobre conceitos ou mesmo pouco impacto, algo que é esperado pelo tema. Ao se analisar o capítulo 40 da Agenda 21, o foco está na relação produção-consumo, ou seja, para entender consumo sustentável não se pode focar em apenas um dos lados (como seria o caso do comportamento do consumidor). A seguir são apresentados novos resultados da análise sistemática realizada.

4.2 Características metodológicas e tipologia de consumo

Para seguir compreendendo como o tema vem sendo abordado nas publicações, o Quadro 3 demonstra quais foram as metodologias utilizadas nas pesquisas. Como se observa, os artigos foram classificados em cinco tipos de pesquisa, os quais foram apresentados nos artigos, ou quando não claro foram classificados pela leitura dos autores desta pesquisa. Vale salientar que no tipo Revisão, considera-se os artigos bibliométricos ou de revisão sistemática. No tipo Teórico, considera-se os artigos que tiveram o foco em ensaios teóricos e, por fim, o tipo Qualitativo, se refere aos artigos que não possuem um método claro, mas utilizaram técnicas qualitativas como entrevistas, por exemplo.

Quadro 3: Características metodológicas dos artigos selecionados

Tipo de Pesquisa	Códigos
Revisão	20
Estudo de caso	3,6,7,13,17
Survey	2,7,8,15,16,18,19,21,22
Teórico	5,10,11,14
Qualitativo	1,3,4,6,9,10,12

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

Como se observa no quadro acima, a maioria dos artigos (9 dos 22) apresentam uma abordagem quantitativa baseada em *survey*. Tal fato pode se justificar pela ênfase dada, uma vez que no estudo do comportamento do consumidor este é um método bastante utilizado. Em seguida são observados estudos qualitativos (7 dos 22) e estudos de caso (5 dos 22). Com esta visão, percebe-se que há tendência para a utilização de diversas metodologias, o que é positivo para o desenvolvimento de um tema. Vale ressaltar que foi identificada apenas uma revisão, que não tem tanta relação com o assunto, o que demonstra ainda mais a relevância desta pesquisa para a literatura e novos pesquisadores.

No que se refere ao conteúdo em si apresentado nos textos, o Quadro 4 apresenta a classificação realizadas pelos autores deste artigo para o banco de dados selecionado. Em muitos momentos os autores dos artigos estudados mencionam falar sobre consumo sustentável, o que considerando a base teórica aqui selecionada não condiz com a realidade. Neste caso, muitas vezes o termo consumo sustentável é utilizado para se falar de consumo verde, o que são questões totalmente diferentes, como se pode observar na literatura. O mesmo se observa quando se fala em consumo consciente. Assim sendo, a classificação realizada busca um sentido de trazer maiores reflexões sobre o uso dos termos e do uso desta abordagem teórica, que ainda carece de muitas pesquisas.

Quadro 4: Tipologias de consumo identificadas

Tipo de Consumo	Códigos
Consumo Sustentável	1,3,5,6,9,10,11,13,17
Consumo Consciente	7, 12,15, 18,20,21
Consumo Verde	2,4,8,14,16,19,22

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

Como se observa no quadro, existe uma distribuição dos artigos nos três tipos de consumo considerados. Esta visão sugere que ainda existem muitas inconsistências sobre o temática, o que demonstra necessidade de maior aprofundamento dos autores numa visão teórica. Como estudado por Silva, Alves e Volkmer (2014), pesquisas relacionadas com o desenvolvimento sustentável precisam se aprofundar e refletir sobre uma contribuição macro para a sociedade. Da mesma forma isto se apresenta para a temática de consumo sustentável. É necessário que as pesquisas busquem aprofundar sobre o que se entende sobre este tema e então avançar na construção do conhecimento com contribuição para a sustentabilidade.

4.3 Características dos resultados: limitações e proposições

As pesquisas apresentam em seu desenvolvimento, para além de resultados algumas características específicas sobre sua condução e proposição para novas pesquisas. Nesse sentido, o Quadro 5 traz uma visão geral do que foi apresentado pelos artigos sobre como entender sua pesquisa em relação ao que limitou seu desenvolvimento e o que se propõe para que novos pesquisadores possam utilizar sua proposta.

Quadro 5: Características de resultados dos artigos

Código	Limitações	Proposições
1	Não informou	Para futuras pesquisas que nas próximas pesquisas tenha um melhor equilíbrio entre o porte da associação e as necessidades dos clientes e foi sugerido estudos quantitativos que o nível de tolerância do benefício da saúde e o esforço sejam verificados.
2	Não informou	Como pesquisa futura foi sugerida a realização de novas pesquisas que possam evidenciar outros fenômenos, contribuindo para a alteração da condição apresentada.
3	Não informou	Não informou
4	Não informou	Elaboração de um estudo aprofundado no setor de pesquisa e comunicação nas empresas em que foi identificada a necessidade de confirmar a percepção dos benefícios da relação produto-consumidor e assim identificar maneiras de promovê-lo.
5	A limitação se deu por conta que a pesquisa analisou apenas projeto	Como sugestão para novos trabalhos foi citado, caso seja feita a escolha da mesma empresa, a ampliação da análise de projetos e a construção de uma pesquisa sobre consumo sustentável em diferentes áreas da economia.
6	Não informou	Não informou
7	Não informou	Não informou
8	Não informou	Como pesquisa futura foi sugerida a realização de novas pesquisas que possam evidenciar outros fenômenos, contribuindo para a alteração da condição apresentada.
9	Imaturidade da Pesquisa e a pesquisa foi feita com sujeitos que misturou na seleção de sujeitos convivência e bola de neve fazendo com o que os resultados possam ser semelhantes.	Sugestão de trabalhos com outras técnicas de amostragem podem trazer outra contribuição de compreensão mais satisfatória a cerca dos hábitos de resistência ao consumo.
10	Como fator limitante tem-se que	É necessário em novas pesquisas estudos que consigam

	a escassez de trabalhos dentro da perspectiva buscada quanto ao desenvolvimento sustentável interfere na obtenção de uma idéia clara sobre a temática.	esclarecer de forma mais eficiente sobre o tema, dentro de uma perspectiva empírica e operacional, com indicações de ações dos atores sociais
11	Não informou	Não informou
12	Não informou	Não Informou
13	É precária a quantidade de estudos na literatura nacional e internacional da perspectiva abordada e também os diferentes formatos e abrangência do caso dificultou a separação das características do Hiper Bompreço e os demais	A sugestão é de que seja feita uma pesquisa com maior profundidade.
14	O estudo teve dificuldade de encontrar discussões suficientes que analisassem os produtos de mercado dentro do perfil traçado. Entende-se que se trata de um conceito novo do ponto de vista do consumidor e que há preconceito sobre os produtos e uma carência de oferta.	Estudos para novas integrações, percepções de mercado diferenciadas.
15	O modelo utilizado foi encarado como limitação do estudo por ter um número reduzido de variáveis e também o questionário 100% estruturado impossibilita de captar algumas percepções.	Futuras pesquisas podem usar uma escala ampliada, adicionando outros quesitos às práticas cotidianas do consumo e a realização de experimentos sobre o comportamento de consumo consciente.
16	A pesquisa apresentou algumas limitações: baixa quantidade de variáveis que podem ter limitado as discussões; oferta do produto estudado ser baixa que pode ter influenciado na coleta de dados; foram utilizadas escalas de fora do Brasil na mensuração da consciência e atitude.	Foi sugerido outras pesquisas semelhantes em produtos diferentes, em outras regiões do Brasil e em outros países, analisando também o modelo de comportamento do consumidor, sob outras metodologias.
17	Fato limitando sob a ótica da empresa é que o raciocínio pode ser interpretado erroneamente e a dificuldade na identificação de notícias, reportagens e depoimentos.	Foi sugerido que os estudos podem ser continuados pesquisando a prática efetiva da mídia voltada para a sustentabilidade e também uma avaliação das práticas sustentáveis atentas a outros pontos da rede de influências e empresas.
18	A pesquisa teve dificuldade na aplicação dos questionários devido ao tamanho da amostragem ser grande e em regiões político-administrativas e os indicadores podem ser aplicados a outras populações.	Foi sugerido numa pesquisa futura o aprofundamento a cerca da renda e escolaridade, procurando novas óticas operacionais para o consumo sustentável.
19	A limitação se deu pelo fato de a pesquisa não pode obter a generalização de resultados por	Foi recomendado um redimensionamento das escalas e aplicação em diferentes estados com análise fatorial confirmatória.

	ter sido feita apenas com estudantes de uma universidade.	
20	Como limitações foi observada que as discussões do tema de meados do século passado e a análise feita foi de uma amostra de 2001 a 2013. Outro fato limitante diz respeito a base de dados, pois outras bases além da escolhida apresentam dados igualmente relevantes e por último a pesquisa limitou-se a analisar a estruturação e macro-tendência dos tópicos.	Foi sugerido uma revisão de literatura qualitativamente para compreender profundamente as principais contribuições apresentadas na análise dos resultados.
21	O tipo de amostra selecionado impossibilitou a inferência dos demais discentes do curso selecionado.	A necessidade de traçar um público alvo mais amplo abordando outros cursos e instituições da cidade.
22	Especialmente referentes a área metodológica os resultados encontrados são limitados ao contexto específico de aplicação desse estudo	Recomenda-se em estudos futuros a inclusão de novas variáveis sejam incluídas ou diferentes manipulações sejam empregadas, por exemplo, a questão do envolvimento do consumidor e o nível de relevância de um produto. Pode-se testar a influência da adoção dos selos verdes e do perfil de consumo sustentável em relação a um produto de alto valor agregado. Pode se também fazer análises abordando outras co-variáveis como gênero, idade e renda.

Fonte: Dados de Pesquisa (2018)

Como se observa no quadro, observa-se que no que se refere aos resultados existe uma multiplicidade de abordagens. Quanto as limitações, a maioria dos artigos (9 dos 22) não informou qual foi a limitação de sua pesquisa. Os demais tiveram como foco excessivo (apenas um projeto ou empresa), amostragem, pouca literatura e problemas nos modelos utilizados. No que se refere as proposições, o aspecto central identificado nos artigos foi a indicação de maior aprofundamento ao que foi apresentado. Isso foi observado em 12 dos 22 artigos analisados nesta pesquisa. Para além percebe-se que uma ampliação de escopo pode ser uma alternativa para avanço nos estudos sobre a temática. De forma geral, entende-se que além da compreensão clara sobre o conceito, os resultados exigem maior profundidade.

5. Considerações Finais

Esta pesquisa analisou como está sendo abordada a temática sobre o consumo Sustentável nos principais periódicos do Brasil. A partir deste estudo, foi constatado que a temática sobre Consumo Sustentável vem sendo efetivamente investigada nos últimos dez anos, apresentando importantes publicações. No entanto, os resultados demonstram que ao longo dos anos o tema perdeu ênfase. Todavia, este resultado comprova a importância que se dá para o foco de pesquisas seguindo uma linha de atuação por parte dos pesquisadores. Com os resultados, fica evidente a contribuição que o tema vem apresentado a partir de publicações nacionais de importância científica além de incentivar futuros pesquisadores a estudarem e desenvolverem o tema no Brasil.

Verificou-se que a maior parte da produção foi realizada com mais de dois autores, deixando claro a diversificação de grupos de pesquisadores sobre a temática. Entre os autores de maior destaque aparece o autor Minelle Silva, com sete publicações sobre o tema no período pesquisado. Conclui-se também que os artigos em sua maioria apresentaram em seus resultados a comprovação e identificação de práticas, de estudos e focos de interesse em consumo sustentável e que um outro grupo de artigos relacionou assuntos relacionados como consciência ambiental, produtos sustentáveis, consumo ecológico, ideologia verde e preservação do meio ambiente.

Como limitação do presente estudo, ressalta-se a seleção de artigos que se restringiu ao período de 2008 a 2017, a somente publicações brasileiras pesquisadas na base *Spell* de dados e em publicações de periódicos ou revistas especializadas com critérios de Avaliação Qualis A2 a B1, deixando de considerar outras publicações que poderiam acrescentar mais informações sobre a temática em anos anteriores, ou em outras revistas brasileiras com Qualis inferior e publicações internacionais relevantes. Sugere-se para pesquisas futuras, uma revisão de literatura sobre a temática em outras bases, assim como também em anais de importantes eventos brasileiros. Da mesma maneira, sugere-se o desenvolvimento de novas pesquisas em Consumo Sustentável, já que é uma temática com potencial de crescimento no Brasil, e já consolidada nas publicações internacionais.

Referências

- BARDIN, L. Análise de Conteúdo. 4ª ed. Lisboa: Edições 70, 2009.
- CASTRO, A.A. Curso de revisão sistemática e metanálise. São Paulo: LED-DIS/UNIFESP, 2006. <<http://www.virtual.epm.br/cursos/metanalise>> Acesso em: 21 fev. 2008.
- CLARKE, M.; OXMAN, A.D. Formulating the problem. In: Clark M, Oxman AD, editors., eds. Cochrane Reviewer's Handbook Section 4. Oxford, United Kingdom: Cochrane Collaboration, 2001.
- CHIZZOTTI, A. Pesquisa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. Revista portuguesa de educação, vol. 16, pp 221-236, 2008.
- DUBEY, R. et al. Towards a theory of sustainable consumption and production: constructs and measurement. Resources, Conservation and Recycling, v. 106, p. 78-89, 2016.
- ELKINGTON, J. Canibais com garfo e faca. São Paulo: Makroon Books, 2001
- EFING, A. C.; GEROMINI, F. P. Crise ecológica e sociedade de consumo. Revista Direito Ambiental e Sociedade, v. 6, n. 2, 2016.
- GAYER, S. M.; SILVA, M.D.A. O Consumo Sustentável e a Pegada ecológica. Engema, 2016.
- JACKSON, T. Sustainable consumption: In: ATKINSON, G.; DIETZ, S.; NEUMAYER, E. (editors). Handbook of Sustainable Development. Edward Elgar Publishing, 2007.
- JUNQUEIRA, L. A. P.; MAIOR, J. S.; PINHEIRO, F.P. Sustentabilidade: A produção científica brasileira entre os anos de 2000 e 2009. Revista de Gestão Social e Ambiental – RGSA, v.5, n.3, 2011.

LIDEGAARD, B. Sustentabilidade na era Trump, 2017. Disponível em: <http://www.jornaldenegocios.pt/opiniaoeconomistas/detalhe/sustentabilidade-na-era-trump>. acesso em 15 de Julho de 2018.

MACHADO JR., C.; SOUZA, M. T. S.; RIBEIRO, H.C. M. A contribuição dos 15 anos do SIMPOI ao estudo da sustentabilidade ambiental: Um estudo bibliométrico. In Anais... XV Simpósio de Administração da Produção, Logísticas e Operações Internacionais – SIMPOI. São Paulo: FGV, 2012.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. Cadernos EBAPE.BR, ed. temática, 2005.

SILVA, M. E. Consumo Sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), v. 11, n. 2, p. 217-232, 2012.

SILVA, M. E. A contribuição de práticas empresariais responsáveis para o consumo sustentável no varejo de supermercados: O caso Walmart Brasil. 137p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD). Universidade Federal de Pernambuco, Recife: 2011.

SILVA, M.E.; ALVES, A.P.F.; VOLKMER, G. Está chovendo no molhado? A visão acadêmica sobre o desenvolvimento sustentável em um contexto de crise. Revista de Administração da UFSM, v. 7, 2014.

SILVA, M. E.; OLIVEIRA, A.P.; GÓMEZ, C.R.P. Indicadores de Consumo Consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), v. 12, n. 2, p. 39-56, 2013.

TODERO, M.; MACKE, J.; BIASUZ, T.S. O Consumo Consciente e sua relação com as ações de responsabilidade social empresarial. RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 5, n. 1, p. 158-175, 2011.

Apêndice. Lista e referências dos artigos analisados.

1. COSTA, V.D.; TEODOSIO, S.S.A. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da Comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. Revista de Administração da Mackenzie, São Paulo, v.12, n.3, edição especial p. 114-145. Maio/Jun 2011. [Consumo sustentável; Qualitativo]

2. GOMES, G.; GORNIP, P.M.; DREHER, M.T. Consumo sustentável e o comportamento de universitários: discurso e práxis!. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, Blumenau, v.10, n.2, p.80-92, nov./2011. [Consumo Verde; Survey]

3. OLIVEIRA, L.G.L.; COSTA, J.F. Produção e consumo Sustentável: Um estudo de caso Adao. Revista de Administração da Mackenzie, São Paulo, v.16, n.2, p.31 – 46, Abril/Junho 2011. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]

4. ROCHA, A.L. Intenções e ações em relação a escolhas de produtos ecológicos: estudos sobre o comportamento do consumidor carioca. Rio de Janeiro, vol.9, n.1 - p.49-65 jan/jun 2011. [Consumo verde; Qualitativo]

5. SILVA, M.E.; BALBINO, D.P.; GÓMEZ, C.R.P. Consumo sustentável na base da pirâmide: Definindo papéis e obrigações para a efetivação do desenvolvimento sustentável.

Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo, V.5 ,n.2,p.18-33, Mai/Ago.2011. [Consumo sustentável; Teórico]

6. SILVA, M.E.; GÓMEZ, C. R. P. O papel do governo e a prática do consumo sustentável: como esse *stakeholder* atua no setor elétrico? Revista eletrônica da Ciência administrativa, Recife, V.10,n.2, p.107 - 123, nov.2011. [Consumo Sustentável; Estudo de caso]

7. TÓDERO, M.; MACKE,J.; BIASUZ,S,T.O consumo consciente e sua relação com as ações de responsabilidade social empresarial. Revista da Gestão Social e Ambiental, São Paulo, v.5,n.1,p.158-175.jan./abr.,2011. [Consumo consciente; Estudo de caso]

8.GORNI, M.P.; GOMES,G.; DREHER.T.M. Consciência ambiental e Gênero: os universitários e o consumo sustentável. Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo, V.6,n.2,p.165-179.mai/ago 2012.[Consumo verde; Survey]

9.KRAEMER,F.; DA SILVEIRA,T.; ROSSI, C. Evidências cotidianas de resistência ao consumo como práticas individuais na busca pelo desenvolvimento sustentável.Cadernos Ebape.br, Rio de Janeiro, v.10,n.3,artigo 11, p.677-700, Set.2012. [Consumo sustentável; Qualitativo]

10.SILVA, M.E. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa , Porto Alegre, v.11,n.2,p.217-232.Jul/Dez 2012. [Consumo Sustentável; Teórico]

11.SILVA.M.E.; CORRÊA, A.P.M.; GÓMEZ, C.R.P. Inovando para o consumo sustentável: O desafio na construção de um novo paradigma organizacional. Revista de Negócios, Blumenau, v.17,n.2,p.21-40.Abril/Junho 2012. [Consumo Sustentável; Teórico]

12. CORDEIRO,T.A et al. Consumidora consciente?! Paradoxos do discurso do consumo sustentável de moda. Revista Brasileira de Marketing, São Paulo,v.12,n.3,p.01-22, jul./set.2013. [Consumo consciente; Qualitativo]

13.SILVA, M.E. As práticas empresariais responsáveis no *Walmart* Brasil e o consumo sustentável no varejo de supermercados. Revista Organizações em Contexto , São Bernardo do Campo, V.13,n.17,p.155-181, jan-jun 2013. [Consumo Sustentável; Estudo de caso]

14.BARBOZA, L.N.M; ARRUDA FILHO,M.J.E. Convergência tecnológica e a integração de atributos verdes. Revista de Administração e Inovação, São Paulo,v.11,n.3,p.150-175. jul./set.2014. [Consumo verde; Qualitativo]

15.OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. N.E.; GÓMEZ, C.R.P. Escala de consumo sustentável: Um estudo comparativo entre alunos e professores da Universidade Federal de Campina Grande. Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo,v.8,n.3,p.89-105, set/nov.,2014. [Consumo consciente; Survey]

16.SILVA, Q.F; LIMA FILHO, O.D; FREIRE, O. A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina. Revista de Administração de Santa Maria, Santa Maria, v.8,n.3,p.463-481.JUL-SET.2015. [Consumo verde; Survey]

17.SILVA, M.E.; NASCIMENTO, L.F.M. Atuação responsável ou jogo de mercado? Entendendo a relação empresa-mídia para a efetivação do consumo sustentável. Revista de

Administração de Santa Maria, Santa Maria, v.8, n.1, p.73-88. Mar.2015. [Consumo Sustentável; Estudo de caso]

18.SILVA, M.E.; OLIVEIRA, A.P.; GÓMEZ, C.R.P. Indicadores de Consumo Consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, Porto Alegre, v.12, n.1, p.39-56. Maio-Ago 2013. [Consumo consciente; Survey]

19.TAMBOSI, V.S.S. et al. Proposta de redimensionamento de escalas sobre consumo sustentável, consciência ambiental e intenção de compra de produtos ecológicos, a partir da ótica de universitários brasileiros. Revista de Administração de Santa Maria, Santa Maria v.8, n.1, p.1-14, 10/ 2015. [Consumo verde; Survey]

20.FRANCA, S.L; TURANO, M.L; CHERMAN, A. Conhecimento Científico sobre Comércio Justo: Um estudo bibliométrico de 2001 a 2013. Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo, v.10, n.1, p.41-57, jan/abr.2016. [Consumo consciente; Revisão]

21.MOKTE, D.F. et al. Valores de consumo para a sustentabilidade: Um estudo com os acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. Revista de Administração de Santa Maria, Santa Maria, v.9, Ed.Especial, p.107-121., Ago.2016. [Consumo Consciente; Survey]

22.ANDREOLI, P.T.; LIMA A.V.; PREARO C.L. A ineficácia dos selos verdes sobre o comportamento do consumidor. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, São Paulo, v.16, n.1, p.62-79, Jan-Abr/2017. [Consumo Verde; Survey]