

## **SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE: desvendando as sobreposições sob as óticas ambientais e mercadológicas.**

**HELEN CRISTINA RIBEIRO SOARES**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA - UFDPAR

**MARA ÁGUIDA PORFÍRIO MOURA**

**WESLEY ALVES VERAS**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA - UFDPAR

### **Introdução**

A ação humana provocou diversos problemas ambientais, na medida que foram surgindo novos conhecimentos científicos, tecnológicos e novos meios de extrair mais recursos da natureza, começou-se a observar que o crescimento da economia estava gerando impactos ambientais e sociais severos (SONIA, 2019). Surge, então, os debates sobre o assunto, sendo evidente que a responsabilidade em relação à preservação do meio ambiente é compartilhada, visto que a sociedade é responsável pelos efeitos nocivos da indústria sobre o meio ambiente (SILVA, 2012).

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Se faz necessário compreender a sustentabilidade e suas dimensões. O estudo buscou responder a seguinte pergunta: qual a relação existente entre a sustentabilidade e consumo consciente dentro das temáticas ambientais e mercadológicas com base nos artigos publicados na plataforma CAPES, no período de 2016 a 2021? O objetivo deste estudo é analisar a relação existente entre sustentabilidade e consumo consciente com base nas temáticas ambientais e mercadológicas nos artigos publicados na plataforma CAPES, no período de 2016 a 2021

### **Fundamentação Teórica**

O impacto ambiental está atrelado ao ser humano desde o início dos tempos em que o homem se utilizava dos recursos da natureza para sobreviver, no entanto esse impacto sobre a natureza não era relativamente grave e de alto nível, na medida em que os humanos iam extraindo da natureza, a mesma ia se recompondo (DIAS, 2015). Com o surgimento das grandes civilizações, houve grande aumento da população, ficando desproporcional aos recursos naturais, que fez o homem descobrir novos meios de extrair mais da natureza com os avanços de novas técnicas.

### **Metodologia**

O procedimento metodológico utilizado resume-se em uma revisão bibliográfica, qualitativa, descritiva e exploratória, uma vez que compreende uma revisão sistemática acerca da literatura e estudos existentes acerca da temática. Uma vez estabelecidos os objetivos desse estudo, deu-se início a coleta de informações por meio dos estudos bibliográficos acerca das duas temáticas. As principais palavras-chave utilizadas na busca foram: “sustentabilidade” e “consumo consciente”, em que a plataforma para seleção dos artigos foi o Web of Science (periódico CAPES).

### **Análise dos Resultados**

O consumo consciente está diretamente ligado à sustentabilidade, visto que os padrões de consumo que eram praticados no passado, atualmente são insustentáveis, pois havia exploração excessiva dos recursos naturais. Assim, na década de 1990, a intervenção nesses padrões de consumo com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável, fez surgir o consumo consciente, entendido como um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental, observando os impactos que um produto pode exercer no meio ambiente. Dessa forma, o consumo consciente é um meio para atingir a sustentabilidade.

### **Conclusão**

Conclui-se que a sustentabilidade é algo amplo e complexo. Seu objetivo é a preservação do meio ambiente para que as gerações futuras tenham recursos para atenderem suas necessidades e não ser vista apenas como ferramenta estratégica para ganhar mercado. Enquanto o consumo consciente é um meio para chegar a esse objetivo agindo em conjunto com outras ações e atores, promovendo a vivência da sustentabilidade e a formação humanística dos envolvidos. Desse modo, a sociedade cobra atitudes ecológicas por parte das empresas, não consumindo seus produtos, caso não se adequassem.

### **Referências Bibliográficas**

SONIA, V. W. B. O; LEONETI, A. C. Sustentabilidade: princípios e estratégias. Barueri, SP: Manole, 2019. SILVA, M. E. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM). Campo Largo-Paraná. v. 11, n 2, p. 217-232, jul/dez. 2012. DIAS, Reinaldo. Sustentabilidade: origem e fundamentos; educac?ao e governanc?a global; modelo de desenvolvimento. São Paulo, Atlas 2015.

### **Palavras Chave**

desenvolvimento sustentável, consumo consciente, meio ambiente

## **SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE: desvendando as sobreposições sob as óticas ambientais e mercadológicas.**

### **1 INTRODUÇÃO**

A ação humana provocou diversos problemas ambientais, na medida que foram surgindo novos conhecimentos científicos, tecnológicos e novos meios de extrair mais recursos da natureza. “Gradativamente começou-se a observar que o crescimento econômico estava gerando problemas ambientais e sociais graves” (SONIA, 2019, p. 4). Foi na década de 1960 que cresceu a preocupação quanto às incertezas do futuro, resultantes de estudos científicos sobre os graves problemas ambientais decorrentes dos modelos de desenvolvimento adotados (BURSZTYN; BURSZTYN, 2012, p. 76). O problema ambiental, advindo da revolução industrial, devido a exploração dos recursos naturais, se tornou uma questão ambiental, tendo as discussões sobre a temática iniciadas na década de 1970 com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável (BARBORSA, *et al*, 2015) (MOURA, *et el*, 2020).

Desde os primeiros debates acerca do assunto, ficou evidente a responsabilidade compartilhada em relação à preservação do meio ambiente, visto que a sociedade é responsável pelos efeitos nocivos da indústria sobre o meio ambiente (SILVA, 2012). A partir da consciência dos impactos da indústria sobre a natureza, foi-se cobrando das organizações posturas ecologicamente corretas e preocupação com a sustentabilidade. Não obstante, a responsabilidade na tomada de ações na preservação ao meio ambiente não recai somente sobre as empresas, mas também na conscientização dos cidadãos, para que os atos reflitam em um planeta saudável no futuro, tendo impacto diretamente no modo de consumo (SILVA, 2012).

Com as questões ambientais cada vez emergentes e presentes na vida da população global se faz necessário compreender a sustentabilidade e suas dimensões. Dessa forma, o estudo se justifica na medida em que questões ambientais emergentes vêm refletindo no modo de consumir da população, fazendo com que as duas abordagens sejam discutidas. Desse modo, é necessário a compreensão acerca de seus significados dentro das temáticas ambientais e mercadológicas. O estudo buscou responder a seguinte pergunta: qual a relação existente entre a sustentabilidade e consumo consciente dentro das temáticas ambientais e mercadológicas com base nos artigos publicados na plataforma CAPES, no período de 2016 a 2021?

O objetivo deste estudo é analisar a relação existente entre sustentabilidade e consumo consciente com base nas temáticas ambientais e mercadológicas nos artigos publicados na plataforma CAPES, no período de 2016 a 2021. Os objetivos específicos por sua vez compreendem: apresentar os principais estudos acerca das duas temáticas durante os anos de 2016 a 2021 e identificar, com base nos estudos, as principais relações entre as duas temáticas.

O procedimento metodológico utilizado resume-se em uma revisão bibliográfica, qualitativa, descritiva e exploratória, uma vez que compreende uma revisão sistemática acerca da literatura e estudos existentes acerca da temática. Uma vez estabelecidos os objetivos desse estudo, deu-se início a coleta de informações por meio dos estudos bibliográficos acerca das duas temáticas. As principais palavras-chave utilizadas na busca foram: “sustentabilidade” e “consumo consciente”, em que a plataforma para seleção dos artigos foi o *Web of Science* (periódico CAPES). Dessa forma, o estudo traz uma explanação sobre sustentabilidade e consumo consciente, a fim de gerar a compreensão acerca de suas características individuais e suas interrelações, a fim, ainda, de conduzir a ações mais corretas acerca das duas temáticas.

### **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **2.1 Sustentabilidade: Evolução e Internacionalização do Debate**

O impacto ambiental está atrelado ao ser humano desde o início dos tempos em que o homem se utilizava dos recursos da natureza para sobreviver, no entanto esse impacto sobre a natureza não era relativamente grave e de alto nível, na medida em que os humanos iam

extraindo da natureza, a mesma ia se recompondo (DIAS, 2015). “Isto se devia ao volume menor da população, mas, sobretudo, porque as atividades realizadas não eram muito intensivas e a natureza reciclava nossos desperdícios, incorporando-os aos ciclos naturais”. (DIAS, 2015, p. 2). É necessário compreender e fazer uma linha do tempo de como o impacto sobre a natureza foi se intensificando e como a preocupação com esses impactos por parte da sociedade foi se intensificando, até a chegada do termo sustentabilidade (DIAS, 2015).

Os primeiros modos de extração de recursos da natureza que se tem conhecimento são com as comunidades caçadores-coletores, onde os humanos dessas comunidades não produziam alimentos, viviam da caça, pesca e colheita, recolhiam frutos, caçavam animais, aproveitavam recursos minerais. O impacto dessas comunidades ao meio ambiente era baixo:

Na prática, os grupos humanos faziam parte de ecossistemas naturais que se modificavam muito pouco devido a sua influência. Extraíam do meio ambiente os vegetais e animais de que necessitavam e devolviam ao ambiente os dejetos de seu metabolismo orgânico. (DIAS, 2015 p.3)

Após as sociedades caçadores-coletores, vieram as comunidades agrícolas, onde ocorreu a primeira grande mudança e onde os seres humanos aprenderam a cultivar a terra. Eles arrasavam vegetações para depois queimá-las, exposição do solo, transformando profundamente os ecossistemas em ecossistemas artificiais e aumentaram o impacto ao meio ambiente (DIAS, 2015). Logo, foram surgindo as primeiras civilizações, tendo grande aumento da população e construção de grandes cidades, tornando o desmatamento o principal meio para desocupar área e utilizar madeira para construções, “mesmo assim, os impactos causados na Antiguidade eram pontuais; não se generalizavam em múltiplas áreas” (DIAS, 2015, p.7).

Com o surgimento das grandes civilizações, houve grande aumento da população, ficando desproporcional aos recursos naturais, que fez o homem descobrir novos meios de extrair mais da natureza com os avanços de novas técnicas. Houve também um aumento do desmatamento, o impacto mais grave das grandes civilizações ao meio ambiente (DIAS, 2015).

O advento da revolução industrial, no final do século XVIII, trouxe grandes avanços tecnológicos, mudanças na agricultura, na indústria e no transporte, e o mais notável aumento do consumo de recursos naturais (AMBIPAR, 2018). Pela primeira vez, máquinas começaram a produzir produtos e, junto com a produção em massa, houve o aumento do consumismo, aumentando a produção, a maior utilização das máquinas que contaminavam o ar, aumento da concentração de CO<sub>2</sub> na atmosfera, contribuindo para o aquecimento global.

Outros grandes impactos causados ao meio ambiente foi a abertura na camada de ozônio, poluição dos recursos hídricos e do solo e maior geração de resíduos sólidos, com o aumento da urbanização (AMBIPAR, 2018). Todos os fatores citados fizeram com que crescesse a preocupação com a preservação do meio ambiente, visto que a ideia de que a natureza iria conseguir controlar/suportar o aumento da poluição e que a inserção das questões ambientais na pauta das discussões internacionais e nacionais passariam a ser vitais (DIAS, 2015).

A década de 1940 foi marcada por debates de proteção da natureza. Diversas reuniões foram realizadas, com o objetivo de discutir a proposta de criação de uma organização internacional de proteção da natureza e preparar a uma conferência científica das Nações Unidas sobre Conservação e Utilização de Recursos Naturais. (BURSZTYN; BURSZTYN, 2012, p. 75)

Porém, a intensificação da importância das questões ambientais ocorreu a partir da década de 1960, na qual surgiram os debates sobre os perigos da poluição e o uso irrestrito dos recursos naturais. Em 1968, ocorreu a conferência sobre a Biosfera em Paris. “Foram debatidos também temas como a perda da qualidade do meio ambiente nos países industrializados, como consequência da poluição industrial”, que teve como resultado a conscientização “de que a

deterioração do meio ambiente era resultado da aceleração do crescimento populacional, da urbanização e da industrialização. (BURSZTYN; BURSZTYN, 2012 p. 78)

Diversos encontros para debater sobre a questão ambiental foram realizados. Mas somente em 1972, na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, conhecida como a Conferência de Estocolmo, surgiram as bases do conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Dias (2015) traz o desenvolvimento sustentável como:

Integração de questões econômicas, sociais e ambientais, de tal modo que as atividades de produção de bens e serviços devem preservar a diversidade, respeitar a integridade dos ecossistemas, diminuindo sua vulnerabilidade, e procurar compatibilizar os ritmos de renovação dos recursos naturais com os de extração necessários para o funcionamento do sistema econômico. (DIAS, 2015 p. 21)

Foi em 1987, por meio do Relatório de Brundtland, que o termo desenvolvimento sustentável foi oficialmente introduzido na agenda internacional como:

Um processo de mudança em que o uso de recursos, a direção de investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais concretizam o potencial de atendimento das necessidades humanas do presente e do futuro. (BURSZTYN; BURSZTYN, 2012 p. 92).

Dessa forma, desenvolvimento sustentável seria satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazerem suas necessidades. O termo desenvolvimento sustentável é bastante abrangente e não se restringe apenas às questões ambientais, pois, para o alcance da sustentabilidade, faz-se necessário a busca pela harmonia da dimensão ambiental, com mais duas dimensões: a social e econômica (SILVA, 2012).

Desenvolvimento Sustentável (DS), portanto, se refere à integração de questões econômicas, sociais e ambientais, de tal modo que as atividades de produção de bens e serviços devem preservar a diversidade, respeitar a integridade dos ecossistemas, diminuindo sua vulnerabilidade, e procurar compatibilizar os ritmos de renovação dos recursos naturais com os de extração necessários para o funcionamento do sistema econômico. (DIAS, 2015, p. 21).

Essas três dimensões são consideradas pilares que sustentam o conceito de sustentabilidade, a *Triple Bottom Line*, (ELKINGTON 2012), desenvolvido em 1990, que “corresponde aos resultados de uma empresa em que são medidos os seus aspectos sociais, ambientais e econômicos por meio de relatórios e outros indicadores” (BARSANSO; BERBOSA 20 p. 60). Bursztyn e Bursztyn (2012 p. 52) afirmam que “a harmonia entre apenas duas dimensões não assegura o caráter sustentável, somente quando as três esferas se entrelaçam que se configura a sustentabilidade”:

Condicionar a economia às características ambientais pode garantir a viabilidade. Compatibilizar as esferas econômica e social pode assegurar melhoria no bem-estar e equidade. Garantir um bom entrosamento entre o social e o ecológico pode gerar um ambiente tolerável, mas dificilmente tal situação se manterá no longo prazo, a menos que a dimensão econômica seja contemplada. BURSZTYN; BURSZTYN (2012 p. 52)

Para tanto, na Agenda 21, documento resultante da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), conhecida popularmente por Eco-92, traz ações que devem ser tomadas por diferentes atores sociais (SILVA, 2012, p. 221). Na Seção I, as dimensões sociais e econômicas trazem algumas como pautas: Combate à Pobreza, Mudança dos Padrões de Consumo, Proteção e Promoção das Condições da Saúde Humana, Promoção do Desenvolvimento Sustentável dos Assentamentos Humanos, etc. A Seção II traz

a dimensão do meio ambiente como: Proteção da atmosfera, Combate ao desflorestamento, Conservação da Diversidade Biológica, entre outros. (AGENDA 21, 1992). Dessa forma, a responsabilidade pela harmonia das três dimensões não é apenas das empresas e dos governos, mas, sim da sociedade sobre os impactos ambientais.

## 2.2 A SOCIEDADE DO CONSUMO

O consumo se caracteriza como um direito fundamental que assegura a sobrevivência, o conforto, o bem-estar e a qualidade de vida. A sociedade do consumo tem suas raízes no século XX, caracterizado pelo avanço de produção do sistema capitalista nos Estados Unidos e que rapidamente foi se espalhando pelo mundo. A expressão sociedade do consumo está vinculada à Revolução Industrial, aos avanços tecnológicos e à globalização, que contribuíram para as mudanças no modo de consumir, como afirma Cortez (2009):

O início do século XXI está sendo marcado por profundas inovações que afetam nossas experiências de consumo, como o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, a biotecnologia, o comércio por meio da internet, o debate ambientalista, a globalização etc. Ao mesmo tempo, novos tipos de protestos e reações ao consumismo emergem, exigindo uma nova postura do consumidor. (CORTEZ, 2009, p.37)

Com a expansão da sociedade de consumo, consumir passou a ser além da necessidade, mas um processo de superação dos demais através daquilo que se possui e da capacidade de aquisição, se tornando a exibição de status. Todavia, a partir do momento em que o consumo de bens e serviços se torna extravagante, tal fenômeno pode ser conhecido como consumismo, que parte de características individuais para um atributo de toda sociedade (AGUIAR; SILVA *et al*, 2018). Quanto mais se consumia, mais se produzia e vice-versa.

Para garantir tamanha produção, fez-se necessário extrair mais recursos da natureza a fim de conseguir atender a demanda do consumismo. Com isso, foi-se crescendo os impactos sobre o meio ambiente, decorrente dos níveis de extração de recursos naturais e de poluição:

Esse excesso de consumo indica uma despreocupação dos indivíduos quanto aos aspectos da coletividade, à medida que a consequência individualista indica o pensamento alienado quanto à abundância de recursos no meio ambiente. Tal fato demonstra a necessidade de mudança na maneira como se visualiza o modelo de desenvolvimento atual e, por conseguinte, nas práticas de consumo até então realizadas. (SILVA, 2012 p.222).

O aumento nos níveis e padrões de consumo, resultou no desequilíbrio na relação entre o que a humanidade está consumindo e o que a Terra é capaz de repor. Tornou-se imprescindível a discussão sobre como equilibrar o progresso econômico com a preservação do meio ambiente e o modo de consumir de acordo com a capacidade de reprodução natural dos ecossistemas, conforme prevê a Agenda 21: “como parte das medidas a serem adotadas no plano internacional para a proteção e a melhora do meio ambiente é necessário levar plenamente em conta os atuais desequilíbrios nos padrões mundiais de consumo e produção” (AGENDA 21, 1992, p. 35).

Como objetivos, a Agenda 21 traz medidas como “promover padrões de consumo e produção que reduzam as pressões ambientais desenvolver uma melhor compreensão do papel do consumo e da forma de se implementar padrões de consumo mais sustentáveis” (AGENDA 21, 1992, p. 25). Dessa maneira, surgiu a proposta de consumo consciente, fundamental na busca por maneiras de minimizar os impactos dos atuais padrões de consumo e redirecionar o comportamento do consumidor para práticas de consumo sustentáveis.

## 2.3 CONSUMO CONSCIENTE

Frente ao contexto explanado nos grandes impactos que o consumo exacerbado estava a causar no meio ambiente, fez-se necessário a busca da adoção de ações que minimizassem esses impactos, e uma delas era a prática de um consumo mais consciente. Segundo o Instituto Akatu, consumo consciente “é consumir com melhor impacto, sem excessos ou desperdícios, é fazer escolhas que contribuem para a sustentabilidade do planeta, para que haja o suficiente para todos para sempre” (AKATU, 2002).

O Sistema de Proteção ao Crédito (SPC) Brasil e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em seu estudo “Consumo Consciente”, trazem “o ato de considerar, durante o processo de compra de um produto, o equilíbrio entre sua satisfação pessoal, as possibilidades ambientais, os impactos de longo prazo e os efeitos sociais e financeiros de sua decisão” (CONSUMO CONSCIÊNTE 2019, p. 5). Para o Instituto Akatu, o consumo consciente incorpora reflexões antes, durante e depois de se fazer uma compra. Dessa forma, entende-se que o consumo consciente vai muito além do que o comprar somente o necessário. Ele envolve um conjunto de análises e decisões que vão desde a escolha e a extração ou busca do fabricante pela matéria-prima até o pós-compra de um produto ou serviço (AKATU, 2021).

Muitas pessoas ainda confundem o consumo consciente com o consumo verde, e não são a mesma coisa. Freitas e Resende (2010) trazem que o primeiro não se preocupa apenas com o meio ambiente, mas com diversas variáveis mais coletivas e responsáveis no consumo, enquanto o segundo refere-se apenas a uma visão ambiental na escolha dos produtos.

A fim de complementar a ideia acima, Cortez (2019, p. 56), afirma que: “consumo verde é aquele em que o consumidor, além de buscar melhor qualidade e preço, inclui em seu poder de escolha a variável ambiental, dando preferência a produtos e serviços que não agridem o meio ambiente [...]”. Enquanto o consumo consciente possui o objetivo de ser mais ampla, pois:

Além das inovações tecnológicas e das mudanças nas escolhas individuais de consumo, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais para fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis. O consumo sustentável é uma meta a ser atingida, mais do que uma estratégia de ação a ser implementada pelos consumidores. (CORTEZ, 2009, p. 56).

Apesar do consumo consciente ter entrado em pauta e ser bastante debatido e praticado, visto os impactos que os padrões de consumo estavam causando ao meio ambiente, o estudo “consumo consciente” realizado pelo SPC Brasil e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), de 2019, diz que 41% dos brasileiros ainda associam o consumo consciente somente ao aspecto financeiro, caracterizado apenas por atitudes que evitam o desperdício e as compras desnecessárias, ao mesmo tempo em que 31% entendem que se trata sobre refletir sobre os impactos de uma compra antes de realizá-la, sabendo que o consumo produz impactos sociais, ambientais e econômicos para todos (CONSUMO CONSCIÊNTE, 2019, p. 6)

Dessa forma, o consumo consciente é o primeiro passo para a sustentabilidade. As etapas para se orientar a desenvolver o consumo consciente são resumidas em seis perguntas:

Por que comprar? Deve-se perguntar de precisa realmente daquele produto; O que comprar? Escolher o produto que realmente atenda a sua necessidade; Como comprar? Analisar as formas de pagamento e como esse produto será transportado; De quem comprar? Analisar de a empresa tem cuidados e preocupação com os recursos naturais e o meio ambiente; Como usar? Ter cuidado no modo de uso e se for necessário ao seu descarte, e por último: Como descartar? Descartar os produtos de maneira correta sem agredir o meio ambiente. (AKATU, 2021)

Segundo a orientação do consumo consciente, o consumidor busca o menor impacto possível, procurando benefícios para si e para a sociedade. Por esse motivo, dá-se a importância ao antes, durante e depois da compra. Dessa forma, ainda segundo SPC Brasil e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), em seu estudo “consumo consciente” (2019): “parece

existir, entre a maioria dos consumidores brasileiros, o entendimento de que as consequências nocivas das mudanças climáticas e do consumo desenfreado são um problema que diz respeito a toda a sociedade” (CONSUMO CONSCIÊNTE, 2019, p. 8)

O estudo cita que 92,4% da população brasileira entende que a preservação do planeta depende de toda a população, tornando-se, assim, uma responsabilidade coletiva para o caminho da sustentabilidade (CONSUMO CONSCIÊNTE, 2019).

### 3 METODOLOGIA

A partir do objetivo, a pesquisa classifica-se como bibliográfica documental, visto que utilizou estudos já existentes acerca da temática abordada, como artigos científicos, livros, teses e dissertações. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com o que fora escrito sobre determinado assunto (MARCONE; LAKATOS, 2021, p. 46); e documental, que, ainda segundo Marcone e Lakatos (2017, p. 190), caracteriza-se como “fonte de coleta de dados apenas documentos, escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes primárias”.

No que diz respeito à natureza da pesquisa, classifica-se como básica, que tem por objetivo gerar novos conhecimentos e é focada na melhoria das pesquisas científicas. Gil (2019, p. 25) afirma que “seu desenvolvimento tende a ser bastante formalizado e objetiva a generalização, com vistas na construção de teorias e leis”.

Quanto aos objetivos de estudo, a pesquisa foi modelada de forma exploratória e descritiva. A primeira, visa explorar um problema, de modo a fornecer informações para uma investigação mais precisa e proporcionar uma maior familiaridade com o assunto. A pesquisa exploratória “tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto investigado, possibilitando sua definição e seu delineamento (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 51). A segunda “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, (GIL, 2002, p. 42), ou seja, é a descrição pura e limpa de cada uma das variáveis estudadas.

Quanto à forma de abordagem da pesquisa, é tida como qualitativa, ou seja, é feita por meio de descrições verbais para descobrir ou aprimorar perguntas de pesquisa no processo de interpretação. Na pesquisa qualitativa “temos análise de textos e material audiovisual, descrição e análise de temas e significado profundo dos resultados (MARCONE; LAKATOS, 2017, p. 296). Marcone E Lakatos (2017) afirmam ainda que o estudo qualitativo se desenvolve numa situação natural, oferecendo riqueza de dados descritivos.

A obtenção das informações e variáveis sobre a temática central foi realizada por meio de uma análise sistemática, ou seja, “uma pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinados temas”, (SAMPAIO; MANICE, 2007, p. 84). Castro (2001, p. 1) afirma que a revisão sistemática “(...) utiliza métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar os dados destes estudos incluídos na revisão”. Desse modo, a revisão sistemática é um conjunto de estudos importantes sobre determinada questão, utilizando da literatura que trata a questão como fonte de pesquisa.

No que se refere à coleta de dados com intuito de chegar ao objetivo dessa pesquisa, foram selecionados os artigos científicos publicados nos períodos de 2016 a 2021, na plataforma *Web of Science* (periódico CAPES). A seleção dos artigos teve início com a determinação das palavras-chave “sustentabilidade e consumo consciente”, sendo encontrados 1.840 resultados.

O próximo passo da coleta de dados foi a aplicação de filtros, a qual buscou enquadrá-los conforme o objetivo deste estudo. Foram selecionados especificamente artigos publicados entre os anos de 2016 a 2021; foram considerados artigos apenas em Língua Portuguesa; foram selecionados artigos de duas revistas: a Revista Brasileira de Marketing, por trazer estudos mais voltados ao mercado, trazendo assim a temática mercadológica; e a Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, que traz estudos com ênfase nas três dimensões da

sustentabilidade, na qual uma delas é a temática ambiental. Após a aplicação dos filtros, reduziu-se a 44 artigos encontrados.

Visando um maior delineamento acerca dos dados encontrados, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: sustentabilidade, meio ambiente, consumo e consumo consciente, em que a pesquisa foi reduzida a 14 artigos. Já o tratamento dos dados, deu-se por meio da construção de tabelas por meio do Excel, de forma a organizar os dados coletados, contendo as seguintes informações: autor, objetivo da pesquisa e resultados.

#### 4 ANÁLISE DOS DADOS

Os estudos selecionados são apresentados no Quadro 1 e Quadro 2 a seguir e elaborado no Microsoft Word, contendo os autores, objetivo de pesquisa e resultados alcançados.

Quadro 1- Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade.

AUTOR	OBJETIVO DE PESQUISA	RESULTADOS
OLIVEIRA; CORREIA; GOMEZ (2016)	Discutir algumas possibilidades que as empresas têm de influenciar as modificações nesses padrões de consumo em busca da sustentabilidade a partir da proposta de Ravasi e Rindova (2008), que considera as empresas como produtores de cultura.	Os resultados apontam que as empresas podem influenciar a formação de culturas específicas com a construção simbólica de práticas sustentáveis, contribuindo para a formação de uma cultura de consumo sustentável.
SILVA; CUNTO; GUEVARA (2016)	Discutir como as externalidades negativas geradas do consumo podem impactar no mesmo indivíduo em seu papel de cidadão e consumidor.	Tanto as externalidades negativas geradas da produção e distribuição quanto as externalidades negativas do consumo são absorvidas pelos indivíduos em seus papéis de consumidores ou de cidadãos.
GALLON; FLORES (2019);	Analisar a aplicação dos critérios de sustentabilidade nos processos licitatórios para aquisição de materiais de consumo em uma universidade pública federal, localizada no interior do estado do Rio Grande do Sul.	Identificou-se que a instituição se preocupa principalmente em atender as legislações específicas, possuindo poucas iniciativas em relação à aquisição de produtos sustentáveis.
PACHECO; MACHADO; MONTALVAN; PINTO (2019)	Aplicar a ferramenta STARS na análise da sustentabilidade das operações dos campi da Universidade Federal de Santa Catarina.	Os resultados demonstraram que no momento do estudo a instituição não contava com práticas de sustentabilidade estáveis e estruturadas, sendo relevante o papel do governo federal nesse contexto.
MAZZOLA e MAZZOLA (2018)	Explorar como a Antropologia Ecológica pode apoiar a criação de um efetivo movimento global de desenvolvimento sustentável, de forma a colaborar com a mitigação dos riscos ambientais.	A antropologia se insere nesse esforço possibilitando, a partir do entendimento do homem e de duas relações com o ambiente natural, novos conhecimentos que suportem o esforço planetário de se construir uma nova cultura ecológica coerente com as necessidades da contemporaneidade e com o desenvolvimento de uma sociedade verdadeiramente sustentável.
KUZMA; NOVAK; DOLIVEIRA; GONZAGA (2016)	Explorar a inserção da temática sustentabilidade na orientação da formação e na produção do conhecimento de bacharéis em Administração da Universidade Estadual do CentroOeste – UNICENTRO	A assimilação do conhecimento associado aos termos vinculados à sustentabilidade, de acordo com o modelo teórico de pesquisa, recebe avaliação ligeiramente inferior ao ponto médio de referência, o que indica a consideração do tema como de pouco conhecimento pelo corpo discente da referida universidade.
MARQUES; TREVISAN (2017)	Analisar as características da produção de dissertações dos cursos de pós-graduação Stricto Sensu em Administração (PPGA), na área de Sustentabilidade, no Rio Grande do Sul – Brasil.	Os resultados apontam que a sustentabilidade ainda não possui representatividade nas dissertações dos mestrados acadêmicos em Administração do Rio Grande do Sul, porém, quando se analisa as linhas de pesquisa dentro dos programas, percebe-se que há cursos onde a temática se faz presente de forma contínua.
SOARES (2017)	O objetivo deste artigo consiste por meio de um estudo de casos identificar intervenções realizadas em Centros de Distribuição (CDs) concebidos segundo princípios da sustentabilidade.	Os resultados mostram a diversidade de estratégias utilizadas para promover o desenvolvimento sustentável em Centros de Distribuição.
SERAMIN; ZANELLA; ROJO (2017)	Identificar as estratégias de sustentabilidade evidenciadas na comunicação empresarial oficial de uma cooperativa agroindustrial no oeste paranaense, considerando a dimensão econômica, social e ambiental.	Os resultados apresentam que a gestão da imagem é realizada de forma mais intensa a partir da ação do que da comunicação-propaganda. A cooperativa deixa transparecer que faz opção por deixar que a prática fale por si própria em relação às ações sustentáveis.



CALAZANS; SILVA (2016)	Compreender como ocorrem as inovações de processo em empresas com práticas sustentáveis.	Como resultado, as organizações estudadas apresentaram um contexto avançado de sustentabilidade, caracterizado por visão holística da sustentabilidade nas estratégias de negócio, proatividade, grandes investimentos e, principalmente, pela utilização das mais variadas tecnologias para inovar em seus processos.
SERAMIM; ZANELLA; JOHANN; BERTOLINI (2018)	Identificar o conhecimento e comportamento de clientes potenciais e gerais em relação ao meio ambiente, além de analisar variáveis sobre a valorização em relação às ações ambientais desenvolvidas em oficina mecânica, no oeste do Paraná.	Os resultados demonstram que os consumidores valorizam empresas que possuem selos ou certificações ambientais, mas na maioria, não conhecem uma oficina certificada.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Conforme mostrado no quadro 1, dentro dos 14 artigos selecionados, 11 deles são da Revista de Gestão Ambiental de Sustentabilidade.

O estudo proposto por Oliveira, Correia e Gomez (2016) trata das possibilidades que as empresas têm de influenciar as modificações nos padrões de consumo em busca da sustentabilidade. Traz os padrões de consumo como um dos principais objetivos do desenvolvimento sustentável, e busca meios de torná-los mais sustentáveis por meio das empresas, atuando como agentes transformadores capazes de influenciar as relações de mercado, o que a torna parte promotora de uma cultura mais sustentável. Entretanto, as empresas estão aderindo ao discurso ambiental pela pressão exercida por diversos segmentos da sociedade, em que a não adequação resulta na perda de mercado. O estudo traz a visão de Jackson (2006) sobre consumo sustentável que se entende como consumir produtos mais sustentáveis, que engloba comportamento do consumidor, estilo de vida e cultura de consumo.

Já o estudo proposto por Silva, Cunto e Guevara (2016), traz como as externalidades negativas do consumo impactam o indivíduo no seu papel de consumidor e cidadão, neste caso, focado no consumo de energia no Brasil. Traz ainda uma discussão quanto ao consumo, uma relação entre os valores pessoais e coletivos que levam as ações que causam efeitos aos próprios indivíduos e ao meio ambiente. O estudo traz em seu referencial a sustentabilidade, segundo Robison (2004), como uma questão de comportamento humano e negociação acerca do futuro, e entende o consumo consciente direcionado para ações individuais que podem ser obtidas com a atuação nas esferas econômicas, sociais, pelas empresas e demais atores da sociedade no entendimento das externalidades negativas, gerando um consumo mais consciente.

O estudo proposto por Gallon, Flores, Trevisan e Kneipp (2017) tem como objetivo analisar a aplicação dos critérios de sustentabilidade nas contratações de uma universidade pública federal. O Decreto nº 7.746/2012 traz as diretrizes das aquisições públicas sustentáveis, que acabam por influenciar e impactar os pilares da sustentabilidade, as dimensões ambientais, sociais e econômicas. A adoção desses critérios influencia o mercado e os padrões de consumo, estimulando aos consumidores a exigirem produtos mais sustentáveis. Os resultados demonstram que os processos licitatórios se preocupam em atender aos critérios de sustentabilidade explícitos nas legislações específicas, visando a sustentabilidade ambiental

Na mesma linha do estudo anterior, o estudo proposto por Pacheco, Machado, Montalvan e Pinto (2019) tem por objetivo aplicar a ferramenta STARS na análise da sustentabilidade das operações dos *Campus* da Universidade Federal de Santa Catarina. O estudo mostra que as universidades federais têm um grande papel na promoção do desenvolvimento sustentável ao promover um padrão de desenvolvimento consistente com a proteção ambiental, além de ir além das três dimensões da sustentabilidade. A ferramenta STARS gira em torno de critérios que abordam a sustentabilidade no ensino superior, e os resultados a partir dessa análise foram que a instituição não contava com práticas de sustentabilidade estáveis e estruturadas.

Trazendo um novo olhar para sustentabilidade, Mazzola e mazzola (2018) trazem a sustentabilidade no olhar da Antropologia Ecológica e apresenta-a como uma contribuinte para a criação de uma nova cultura universal, voltada ao respeito com a natureza e o uso inteligente de seus recursos. Os autores trazem a sustentabilidade como um tema controverso, a qual é vista prestigiada pelos governos e instituições globais como uma alternativa viável ao sistema mundo capitalista. Dessa forma, traz a Antropologia Ecológica como uma forma de contribuição ao verdadeiro desenvolvimento sustentável por meio de um olhar distanciado no estudo das relações homem/ambiente revelando outro modo de interação do homem com a natureza, através de um olhar isento e baseado na alteridade.

Já o estudo proposto por Kuzma, Novak, Doliveira e Gonzaga (2016) tem por objetivo conhecer a inserção do tema Sustentabilidade na orientação da formação e da produção do conhecimento no curso de Graduação de Bacharel em Administração da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO. A inserção do tema sustentabilidade na formação dos administradores faz-se necessário frente às demandas sociais. Inserir gestores com conhecimentos sobre a temática ambiental pode contribuir para internacionalização nas organizações produtivas da preocupação com as pessoas e com o ambiente natural, adoção de posturas ambientalmente corretas, exercendo um papel importante na construção de um futuro mais sustentável, não devendo vir apenas por pressões governamentais ou de mercado. Os resultados obtidos indicam a consideração do tema como de pouco conhecimento pelo corpo discente da universidade estudada.

Mantendo uma correlação com o estudo anterior, Marques e Trevisan (2017) trazem uma análise as características da produção de dissertações dos cursos de pós-graduação *Stricto Sensu* em Administração (PPGA), na área de Sustentabilidade, no Rio Grande do Sul – Brasil. O estudo traz a importância do papel das universidades em estimular novos conhecimentos, e incluir o conceito de sustentabilidade nas escolas de negócios de modo que os gestores adquiram conhecimentos que auxiliem para um progresso e desenvolvimento sustentável. Os resultados do estudo apontam que a Sustentabilidade ainda não possui representatividade nas dissertações dos mestrados acadêmicos em Administração do Rio Grande do Sul, porém, dentro das linhas de pesquisa, percebe-se que há cursos em que a temática se faz presente.

Já o estudo proposto por Soares (2017) consiste em identificar intervenções realizadas na construção de Centros de Distribuição (CDs), concebidos segundo princípios da sustentabilidade e avaliando os elementos construtivos. Para ser considerado um empreendimento sustentável, faz-se necessários avaliar todas as etapas da construção, desde o projeto aos aspectos humanos e materiais quanto aos culturais. Ser um empreendimento sustentável significa considerar a qualidade, custo, tempo, saúde, biodiversidade, emissão de gases, entre outros, além de causar menor impacto no meio ambiente.

Numa perspectiva diferente, Soares (2017), Seramin, Zanella e Rojo (2017) abordam a forma como a imagem organizacional é transmitida ao público externo a partir das dimensões da sustentabilidade. O estudo mostra como a comunicação empresarial é crucial para a construção de uma imagem positiva da organização, comunicando entre elas, suas ações sustentáveis, de forma a consolidar sua imagem perante o mercado. Porém, as ações comunicadas devem ser em consonância com o que se é praticado, elas devem estar realmente comprometidas com a sustentabilidade e não apenas com objetivos mercadológicos. As estratégias de sustentabilidade para a gestão de imagem são: diversificação de atividades, crescimento, formação das pessoas, uso racional dos recursos.

Calazans e Silva (2016) buscam compreender como ocorrem as inovações de processo em empresas com práticas sustentáveis por meio de uma análise documental de três grandes empresas inovadoras e com processos sustentáveis. Muitas empresas adotam práticas sustentáveis em seus processos produtivos visando apenas lucros para a empresa no médio ou longo prazo. Porém, diante das pressões sociais, ambientais e governamentais, ser sustentável

não é mais uma opção. Para se manter no mercado, as organizações devem implantar inovações pautadas na sustentabilidade. Dessa forma, o estudo evidenciou o avanço da sustentabilidade nas organizações estudadas, visto o retorno que as mesmas obtiveram como competitividade, redução de custos, expansão de mercado, entre outras.

Atrelando a sustentabilidade ao comportamento do consumidor, Seramim, Zanella, Johann e Bertolini (2018) buscaram identificar o conhecimento e comportamento de clientes potenciais e gerais em relação ao meio ambiente, além de analisar variáveis sobre a valorização em relação às ações ambientais desenvolvidas em oficina mecânica, no oeste do Paraná. Os consumidores têm se preocupado com o meio ambiente e com as práticas sustentáveis e, além disso, passaram também a cobrar isso das empresas. Mas será que os consumidores estão realmente dispostos a pagar por produtos e serviços ambientalmente corretos? Os resultados encontrados no estudo mostram que os consumidores valorizam empresas que possuem selos ou certificações ambientais, mas, em maioria, não conhecem uma oficina certificada.

Já o segundo quadro, traz os artigos selecionado da Revista Brasileira de Marketing, totalizando em apenas três.

Quadro 2: Revista Brasileira de Marketing.

AUTOR	OBJETIVO DE PESQUISA	RESULTADOS
VIEIRA; VIANA; ALVES (2018)	Analisar o comportamento de compra do consumidor ecologicamente consciente na fronteira Brasil-Uruguai, dando especial atenção a influência das características sociodemográficas e psicográficas no comportamento do consumidor.	Os resultados demonstraram que os respondentes apresentam um comportamento ecologicamente consciente médio-elevado.
ANDREOLI; BATISTA (2019)	Analisar a influência de duas possíveis ações regulatórias (atuação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária/CONAR e informação educativa) acerca do greenwashing na resposta dos consumidores, especificamente na avaliação de marca e no julgamento dessa prática.	As influências da educação informativa ao consumidor e da ação do CONAR foram encontradas sobre a avaliação de marca, mas não se mostraram significativamente presentes sobre o julgamento dos consumidores acerca da prática de greewanshing.
ENDO; CARVALHO, JOHANN; BERTOLINI (2016)	Identificar o perfil de potenciais clientes de serviços ambientalmente corretos de uma oficina mecânica.	As questões como: idade, nível de escolaridade e renda familiar foram identificadas como variáveis significativas em relação às questões ambientais.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Consumir e estar disposto a pagar mais caro por um produto ambientalmente correto, correlaciona-se com o consumo consciente. Vieira, Viana e Alves (2018) buscaram analisar o comportamento de compra do consumidor ecologicamente consciente na fronteira Brasil-Uruguai. Com o aumento das degradações ambientais e com a percepção do consumidor de que seu consumo desenfreado ameaçava seu futuro, foi repensando o seu modo de consumir e aderir a um consumo mais consciente. O estudo evidenciou que a maioria dos respondentes apresentam um comportamento ecologicamente consciente elevado e que um dos fatores que influenciam esse comportamento são psicográficos sociodemográficos, quanto maior a consciência ecológica do consumidor, maior o consumo de produtos sustentáveis.

Andreoli e Batista (2019) analisam a influência de duas possíveis ações regulatórias de atuação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e informação educativa acerca do *greenwashing*. Entende-se por *Greenwashing* a prática de empresas divulgarem um discurso ver, mas sem agir de acordo, ou seja, discurso ou postura mentirosos acerca das práticas verdes, a fim de confundir e/ou enganar os consumidores. Dessa forma, o estudo constatou que as influências da educação informativa ao consumidor e da ação do CONAR foram encontradas sobre a avaliação de marca e não se mostraram significativamente presentes sobre o julgamento dos consumidores acerca da prática de *greewanshing*.

Estudando o comportamento do consumidor atrelado a sustentabilidade Endo, Carvalho, Johann e Bertolini (2016) identificaram o perfil de potenciais clientes de serviços ambientalmente corretos de uma oficina mecânica. A preocupação dos consumidores com o

consumo consciente e adoção de práticas ambientais pelas empresas têm sido cada vez maior, chegando até as oficinas mecânicas. Porém, há um baixo desempenho em oficinas mecânicas no que diz respeito a aspectos ambientais, correndo o risco de atenderem às exigências dos consumidores. O estudo identificou o perfil dos consumidores de uma oficina mecânica, fatores como idade, nível de escolaridade e renda familiar foram identificadas como variáveis significativas em relação às questões ambientais.

#### 4.1 REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING

A Revista Brasileira de Marketing – REMark tem registros bibliográficos desde janeiro de 2002 e é uma iniciativa pioneira dos pesquisadores brasileiros que visa abrir um espaço exclusivo e independente de divulgação e discussão de temas da área de marketing enquanto disciplina científica. Ela é mantida pela Universidade Nove de Julho, composta por uma equipe de Editores Chefes, científico, assistente, associados, conselho editorial científico, editoria técnica e assistente editorial e contém Qualis B1.

A revista tem por objetivo divulgar a produção científica brasileira na área de Marketing, além de servir como referência para consulta e divulgação docente, discente e profissional. “A ReMark adota as melhores práticas da editoração científica, com ajuda do Sistema Eletrônico de Editoração Científica – SEER, baseado este na plataforma aberta do Open Journal System – OJS e nas normas técnicas editoriais mais avançadas do país.” FEID · (2004).

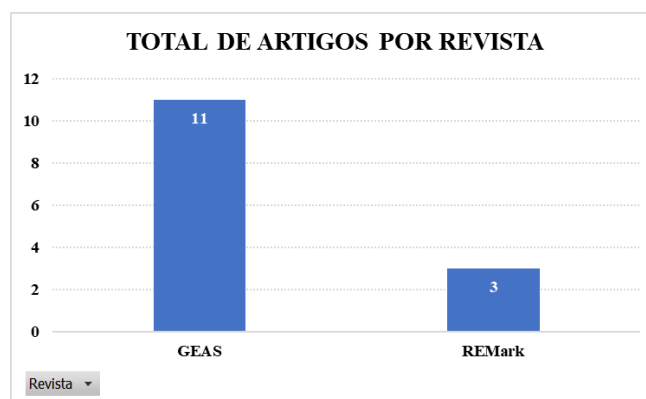
#### 4.2 REVISTA DE GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE

A Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade - Revista GeAS - é uma publicação científica da área de Planejamento Urbano e Regional, que privilegia a publicação de textos acadêmicos inéditos e que tem como missão contribuir a disseminação do conhecimento sobre estudos urbanos e ambientais, com ênfase nas três dimensões da sustentabilidade (ambiental, social e econômica). A Revista tem como editor a Universidade Nove de Julho e Conta com Qualis A3 e tem o objetivo de promover uma plataforma para que cientistas e acadêmicos promovam, compartilhem e discutam temáticas relacionadas às ciências ambientais.

Como citados, os artigos são inéditos, não devem ser publicados ou submetidos em outros periódicos e devem tratar de temas relevantes, trazendo uma fundamentação teórica atual e que reflita o estado da arte do conhecimento da área. A Revista publica quadrimestralmente exclusivamente no formato eletrônico e não há publicação impressa.

De acordo com o objetivo proposto e a metodologia utilizada, como foi apresentado na metodologia deste estudo, foram selecionados 14 estudos das duas revistas apresentadas resultantes da aplicação de filtros. Desses 14 estudos selecionados, 11 são da Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade e apenas 3 da Revista Brasileira de Marketing, como é possível observar no gráfico abaixo. A partir dessa análise já podemos ter uma prévia visualização dentro da temática do estudo, a mais abordada.

**GRÁFICO 1: TOTAL DE ARTIGOS POR REVISTA.**

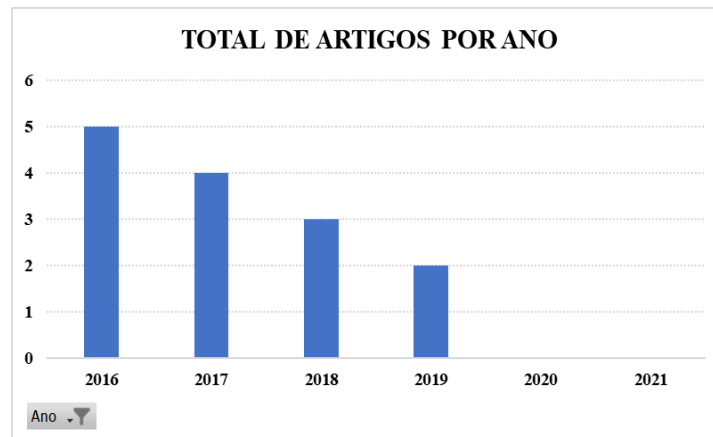


Fonte: Elaborado pela autora (2022).

O Gráfico 2 apresenta, dentro da metodologia apresentada, a quantidade de artigos selecionados entre os anos de 2016 a 2022. Dentro dos artigos selecionados, não foram encontrados, de acordo com a metodologia apresentada, artigos de 2021 e 2022, foram encontrados apenas de 2016 a 2019, 5 artigos de 2016, 4 de 2017, 3 de 2018 e 2 de 2019.

Dessa forma, apesar da temática abordada ser emergente no mundo atual, não há estudos recentes que abordam a relação das mesmas. Também foi observado a dificuldade dentro da metodologia de encontrar artigos trazendo como foco o consumo consciente. Obteve-se mais facilidade em encontrar artigos com foco na sustentabilidade.

**GRÁFICO 2: TOTAL DE ARTIGOS POR ANO**



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

## 5 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A partir dos estudos apresentados, foi possível concluir que sustentabilidade e consumo consciente estão intimamente ligados e que um depende do outro. Podemos perceber que a sustentabilidade na visão de mercado é tida como uma estratégia de gestão, visto a grande pressão por parte dos consumidores por atitudes mais sustentáveis que podem melhorar seu negócio ao reduzir riscos que podem ser prejudiciais aos clientes, funcionários e comunidade, melhorar a gestão da empresa ao reduzir a quantidade de recursos utilizados para a produção de bens e serviços, aumentando os lucros da empresa e diminuindo seu impacto ambiental, além de promover o crescimento da empresa e alcançar novos mercados. Dessa forma, alguns estudiosos criticam essa visão de sustentabilidade, como Mazzola e Mazzola (2018, p.86) que afirmam que “a sustentabilidade é um tema controverso, onde é vista prestigiada pelos governos e instituições globais como uma alternativa viável ao sistema mundo capitalista”.

Durante a pesquisa, não foram encontrados muitos estudos que trazem a sustentabilidade na visão ambiental, a não ser o estudo de Mazzola e Mazzola (2018), que traz a antropologia ecológica como um forma de construir e alcançar o verdadeiro desenvolvimento sustentável a partir do estudo das relações entre homem e meio ambiente, propondo que sejam relevados outros modos de interação com a natureza, contribuindo com elaboração de políticas ambientais comprometidas com o verdadeiro desenvolvimento sustentável e criando um sistema educacional que priorize a solidariedade, a ética, a paz e justiça social.

O consumo consciente está diretamente ligado à sustentabilidade, visto que os padrões de consumo que eram praticados no passado, atualmente são insustentáveis, pois havia exploração excessiva dos recursos naturais. Assim, na década de 1990, a intervenção nesses padrões de consumo com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável, fez surgir o consumo consciente, entendido como um modo de vida que valoriza a responsabilidade ambiental, observando os impactos que um produto pode exercer no meio ambiente. Dessa

forma, o consumo consciente é um meio para atingir um objetivo maior, a sustentabilidade, que é entendida como algo maior, mais amplo e mais complexo.

Dessa forma, é percebido que meio ambiente e mercado estão ligados, tendo em vista que o mercado o impacta diretamente, devendo desenvolver ações verdadeiramente sustentáveis a fim de preservá-la, e não apenas objetivando lucro e ganho de mercado.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das últimas décadas, frente às degradações ambientais, tornou-se crescente a preocupação com o meio ambiente e sua preservação e a pensar em modos de frear essa degradação. O termo “desenvolvimento sustentável” ganhou notoriedade em 1987, com a publicação do Relatório Brundtland, que define o conceito de desenvolvimento sustentável como: “(...) aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”. (BARSANO; BARBOSA, 2014, p. 56). A busca pela sustentabilidade é muito mais que ética, filosófica ou moral, são necessidades e prioridades universais. Dessa forma, uma simples ato isolado não se caracteriza como uma ação sustentável, deve haver um conjunto de ações e esforços conjuntos.

Assim, as pessoas passaram a cobrar uma atitude mais ecologicamente correta por parte das empresas e a pressioná-las, não consumindo seus produtos, caso não se adequassem. Dessa forma, a sustentabilidade passou a ser considerada como ferramenta estratégica para se manter no mercado e lucrar. Porém, não devem ser esquecidos que há empresas realmente preocupadas com o meio ambiente e sua preservação, não visando apenas lucro e mercado, mas promovendo ações para tal, como mostrado nos estudos abordados nesta pesquisa.

Porém, como citado anteriormente, deve haver um conjunto de ações para alcançar essa sustentabilidade que depende, essencialmente, da conscientização da população a respeito das adversidades mundiais. A partir disso, percebeu-se que o consumo desenfreado, consequência da revolução industrial, estava na direção contrária ao caminho da sustentabilidade. Por conta disso, começaram a repensar sua forma de consumir, adotando um consumo mais consciente, definido pelo instituto Akatu, de como consumir com melhor impacto, sem excessos ou desperdícios, fazendo escolhas que contribuam para a sustentabilidade do planeta.

Nesse contexto, esta pesquisa realizou uma revisão bibliográfica e sistemática sobre a sustentabilidade e o consumo consciente sob as óticas ambientais e mercadológicas, por meio de artigos publicadas na plataforma CAPES, no período de 2016 a 2021. Conclui-se que a sustentabilidade é algo amplo e complexo. Seu objetivo é a preservação do meio ambiente para que as gerações futuras tenham recursos para atenderem suas necessidades e não ser vista apenas como ferramenta estratégica para ganhar mercado. Enquanto o consumo consciente é um meio para chegar a esse objetivo agindo em conjunto com outras ações e atores, promovendo a vivência da sustentabilidade e a formação humanística dos envolvidos.

Espera-se que este estudo sirva como contribuição para a sensibilização e desenvolvimento crítico das pessoas, a fim de adotar ações sustentáveis para alcançar a sustentabilidade. Da mesma forma, espera-se que sirva como norte para que as pessoas passem a buscar e identificar empresas que realmente preocupam-se com o meio ambiente, e que os atores sociais passem a adotar, em conjunto com elas, ações sustentáveis.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, D. C. V; NASCIMENTO, D. S. N. **Consumo, consumismo e seus aspectos transversais: uma revisão de literatura.** Revista de Ciências Humanas, Florianópolis. v.52. 2018. DOI: 10.5007/2178-4582.2018.54740.

ANDREOLI, Tais Pasquotto; BATISTA, Leandro Leonardo. **Possíveis Ações Regulatórias do Greenwashing e suas Diferentes Influências na Avaliação de Marca e no Julgamento dos Consumidores.** Revista Brasileira de Marketing, v. 19, n. 1, p. 29-52, 2020.

AMBIPAR. **A Origem das Preocupações Ambientais.** Disponível em: <  
[BARBOSA, M. S. M.; FRIEDE, R.; MIRANDA, M. G. \*\*A relação entre pobreza e degradação ambiental no brasil sob a ótica dos indicadores PIB/ IDH.\*\* Semioses. Rio de Janeiro, n.9, p. 17-35, 2015.](https://www.verdeghaia.com.br/preocupacoes-ambientais/#:~:text=Os%20impactos%20causados%20pela%20revolu%C3%A7%C3%A3o,mudan%C3%A7as%20clim%C3%A1ticas%2C%20entre%20outros%20tantos.> . Acesso em 28 de out, 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

BARSANO, Paulo Roberto; BARBOSA, Rildo Pereira. **Gestão Ambiental.** 1ª ed. São Paulo: Érica, 2014.

BURSZTYN, M.; MURSZTYN, M. A. **Fundamentos de política e gestão ambiental: os caminhos do desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

CASTRO, A. A. **Revisão sistemática e meta-análise.** 2001. Disponível em: <Disponível em: <http://www.metodologia.org/wp-content/uploads/2010/08/meta1.PDF> >. Acesso em: 17 out. 2021.

CALAZANS, Lorena Bezerra Barbosa; SILVA, Glessia. **Inovação de Processo: Uma Análise em empresas com práticas sustentáveis.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 5, n. 2, p. 115-129, 2016.

CORTEZ, ATC., ORTIGOZA, SAG., orgs. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano [online].** São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p.

CONSUMO CONSCIENTE. **Spçbrasil.org.br.** Disponível em:  
[https://www.spçbrasil.org.br/wpimprensa/wpcontent/uploads/2019/10/analise\\_pesquisa\\_consumo\\_consciente\\_2019.pdf](https://www.spçbrasil.org.br/wpimprensa/wpcontent/uploads/2019/10/analise_pesquisa_consumo_consciente_2019.pdf). Acesso em 29 de out. 2021.

DA SILVA, Luciano Ferreira; CUNTO, Giovana Cecchetto; DE HOYOS GUEVARA, Arnoldo José. **Consumidor ou cidadão: um estudo sobre as externalidades negativas no consumo de energia.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 5, n. 2, p. 130-145, 2016.

DE OLIVEIRA, Verônica Macário; CORREIA, Suzanne Érica Nóbrega; GOMEZ, Carla Regina Pasa. **Cultura de consumo, sustentabilidade e práticas empresariais: como as empresas podem contribuir para promover o valor simbólico da sustentabilidade nas atividades de consumo?** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 5, n. 1, p. 61-77, 2016.

DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos; educação e governança global; modelo de desenvolvimento.** São Paulo, Atlas 2015.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade, canibais com garfo e faca.** São Paulo: M.Books do Brasil, 2012.

ENDO, Gustavo Yuho et al. **Identificação do perfil de potenciais clientes de serviços ambientalmente corretos de uma oficina mecânica.** Revista Brasileira de Marketing, v. 15, n. 3, p. 329-339, 2016.

GALLON, Ives et al. **Análise dos critérios de sustentabilidade aplicados nas licitações de uma universidade pública federal.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 8, n. 2, p. 315-334, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

INSTITUTO AKATU. **O que é consumo consciente?** Akatu.org.br. Disponível em: <https://akatu.org.br/>. Acesso em 28 de out. 2021.

INSTITUTO AKATU. **6 perguntas do consumo consciente.** Akatu.org.br. Disponível em: <https://akatu.org.br/6-perguntas-do-consumo-consciente/>. Acesso em 28 de out. 2021.

KUZMA, Edson Luis et al. **A inserção da sustentabilidade na formação de administradores.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 5, n. 2, p. 146-165, 2016.

MARQUES, Carolina Sampaio; TREVISAN, Marcelo. **Análise das Dissertações Acadêmicas sobre o Tema Sustentabilidade nos Mestrados em Administração: Mapeando o Panorâma Gaúcho.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 7, n. 1, p. 62-82, 2018.

MARCONE, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico.** 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MAZZOLA, Homero Jorge; MAZZOLA, Bruno Giovanni. **Antropologia ecológica: uma área da ciência a serviço da sustentabilidade.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 7, n. 1, p. 83-96, 2018.

MOURA, M. A. P. ; VERAS, W. A. ; CUNHA, F. A. ; SILVA, K. A. F. E. . **Os Impactos Econômicos e Ambientais da Lagoa do Portinho.** In: 31º Encontro Nacional de Cursos de Graduação em Administração, 2020, São Paulo.

Organização das Nações Unidas. **Agenda 21.** Disponível em: <https://www.ecologiaintegral.org.br/Agenda21.pdf>. Acesso em 29 de out. 2021.

PACHECO, Renata Martins et al. **Análise da sustentabilidade das operações de instituições federais de ensino superior com a ferramenta Stars: a experiência da Universidade Federal de Santa Catarina.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 8, n. 2, p. 205-234, 2019.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **metodologia do trabalho científico - recurso eletrônico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Ed. 2. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.



SAMPAIO, R.F; MANCINE, M.C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Rev. Bras. Fisioter.**, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SERAMIM, Ronaldo Jose; ZANELLA, Tamara Pereira; ROJO, Claudio Antonio. **A sustentabilidade e gestão da imagem: um estudo de caso em cooperativa agroindustrial do oeste do Paraná.** Revista de gestao ambiental e sustentabilidade, v. 6, n. 3, p. 15-33, 2017.

SERAMIM, Ronaldo José et al. **Percepção do Consumidor e a Gestão Ambiental em Oficina Mecânica no Oeste Paranaense.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 7, n. 1, p. 01-22, 2018.

ReMark - Revista Brasileira de Marketing. **periodicos.uninove.br.** Disponível em:< <https://periodicos.uninove.br/remark>>. Acesso em 22 de março de 2022.

Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade. **periodicos.uninove.br.** Disponível em:< <https://periodicos.uninove.br/geas>>. Acesso em 22 de março de 2022.

SOARES, Rauf Rodrigues. **A sustentabilidade aplicada na elaboração de centros de distribuição no Brasil.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 6, n. 3, p. 1-14, 2017.

SONIA, V. W. B. O; LEONETI, A. C. **Sustentabilidade:** princípios e estratégias. Barueri, SP: Manole, 2019.

SILVA, M. E. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM).** Campo Largo- Paraná. v. 11, n 2, p. 217-232, jul/dez. 2012. Disponível em:< <http://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/1052>>. Acesso em 29 de out. 2021.

SILVA, V. R. R. **A evolução do conceito sustentabilidade e a repercussão na mídia impressa do país.** Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Comunicação e Semiótica, Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, p. 86. 2012.

VIEIRA, Juliana Dachi. **Comportamento do Consumidor Verde: análises na fronteira Brasil–Uruguai.** Revista Brasileira de Marketing , v. 18, n. 1, pág. 41-57, 2019.